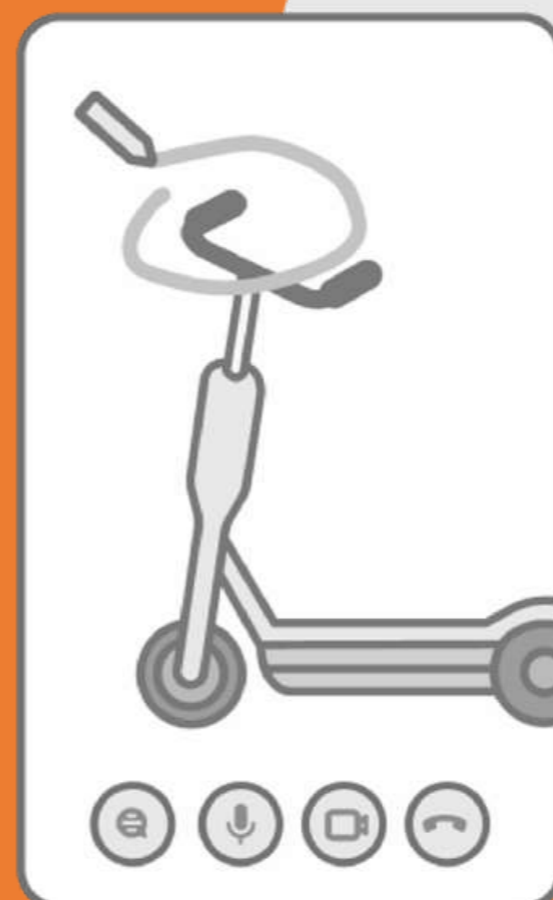




2023

Tendances en matière d'assistance



Intro : 10 prédictions audacieuses pour 2023

Forrester prédit que 2023 sera une année où les projets de transformation seront mis en attente et où l'accent sera mis sur l'obtention d'une efficacité opérationnelle optimale dans tous les domaines de l'entreprise. Pour les professionnels de l'assistance matérielle, cela signifie que les performances individuelles et collectives feront l'objet d'une attention accrue en 2023. Les équipes d'assistance devront faire plus avec moins tout en essayant de répondre aux demandes changeantes des clients.

À première vue, cette situation difficile peut sembler insurmontable. En réalité, les équipes d'assistance matérielle apprendront à s'en sortir en utilisant plus efficacement la technologie pour automatiser les tâches banales qui ont toujours été accomplies par les agents de première ligne. Si les équipes d'assistance matérielle parviennent à exploiter la technologie et les données pour faire plus avec moins, elles prospéreront en 2023. En revanche, si elles ne parviennent pas à tirer parti de la technologie à leur disposition, elles prendront du retard sur le secteur et sur leurs concurrents.

Quelles sont donc les tendances auxquelles vous devez penser en 2023 ? Nous avons créé une liste de 10 tendances qui, selon nous, auront le plus grand impact sur le support matériel au cours de l'année à venir.



1. Les équipes d'assistance devront faire plus avec moins

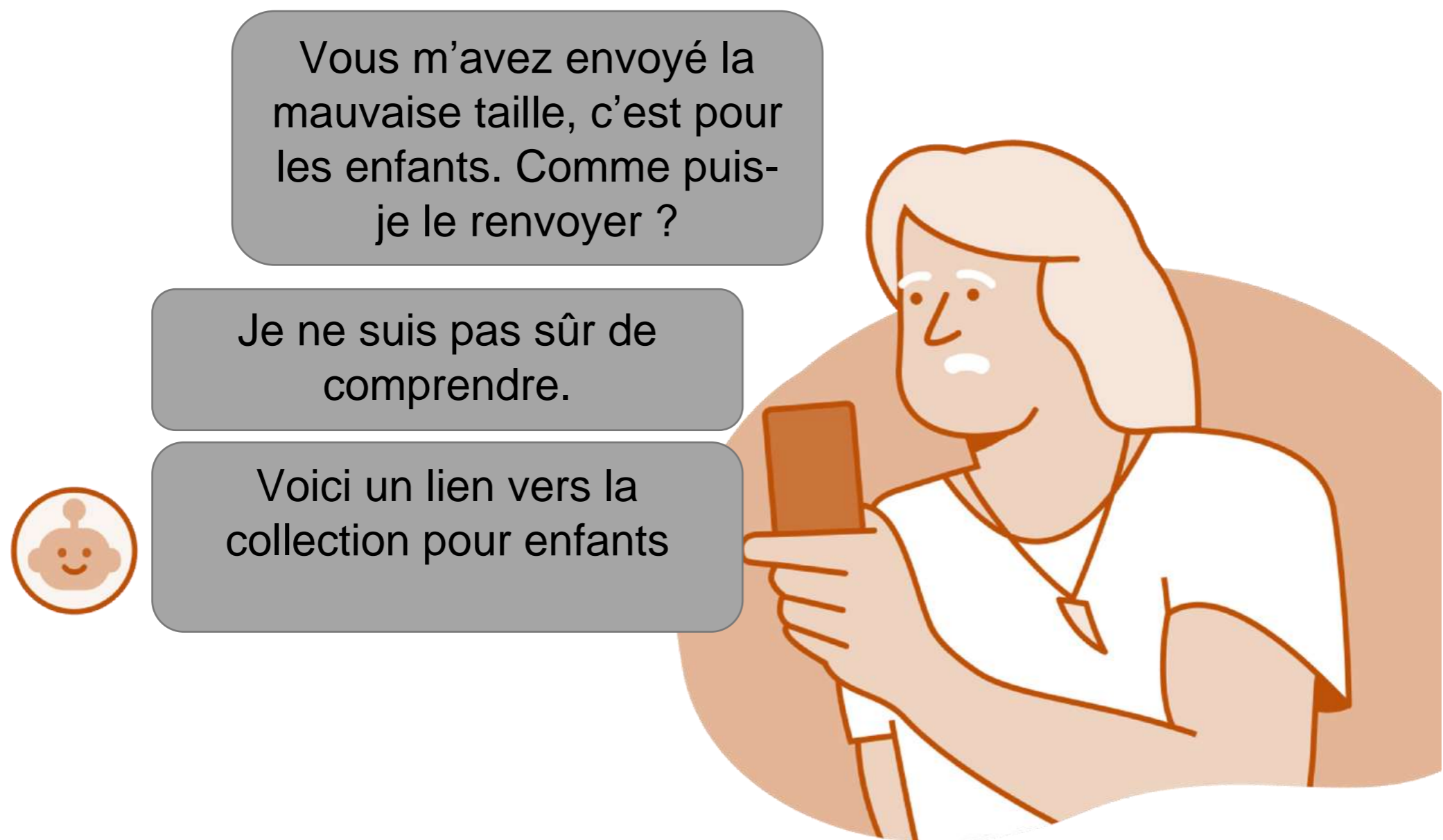
Les statistiques : Le ralentissement économique aura un impact sur les équipes d'assistance, et les responsables de l'assistance doivent investir stratégiquement et réduire les coûts là où ils le peuvent. Forrester prévoit que l'économie déplacera 10% des budgets d'automatisation des projets de transformation vers les projets de résilience en 2023. Cela signifie en fin de compte que l'automatisation se concentrera sur l'offre d'une excellente expérience pour les clients existants, plutôt que d'essayer de construire pour les clients futurs.

Impact sur le support matériel : Regardons les choses en face - les équipes de support constituent une dépense opérationnelle (OPEX) coûteuse que les directeurs financiers examineront de près en cas de ralentissement économique. En outre, les appareils domestiques intelligents continuent de gagner en popularité (+7% en 2021), ce qui augmentera inévitablement le volume des demandes de support.

À ce titre, il est essentiel que les équipes de support matériel investissent dans des capacités d'automatisation qui améliorent l'efficacité opérationnelle des équipes de support client. Malheureusement, lorsqu'il s'agit de fournir un support matériel et produit complexe, toute automatisation n'est pas une bonne à prendre, et la plupart des chatbots n'y couperont pas car ils n'ont toujours pas les compétences d'intelligence nécessaires pour résoudre les problèmes complexes.

Nous vous recommandons d'explorer des solutions d'automatisation spécifiques au matériel avec une couche d'intelligence supplémentaire par rapport à un chatbot traditionnel.

Matière à réflexion 🗨️ : Que feriez-vous si votre organisation supprimait 20 % de ses effectifs de support matériel au cours des six prochains mois ? Il pourrait être intéressant d'envisager une solution d'automatisation du matériel qui tire parti de l'intelligence pour gérer le flux de travail entre les humains & l'automatisation.




La plupart des chatbots manquent encore l'intelligence compétences pour résoudre des problèmes complexes



2. Les messages vocaux et conversationnels deviendront plus populaires que les courriels.

Les statistiques : 72% des consommateurs disent qu'ils sont plus susceptibles de faire des achats auprès d'une entreprise qui communique avec eux sur leurs produits en temps réel par messagerie (SMS, WhatsApp). De plus, un tiers des clients de la génération Z disent préférer communiquer par mémo vocal plutôt que par message texte.

Impact sur l'assistance : La génération Z représente près de 35% de la base de consommateurs. Les équipes de support doivent donc s'adapter à l'évolution des préférences en matière de support, en interagissant avec les clients dans leur canal préféré. Nous prévoyons que l'assistance conversationnelle (SMS, WhatsApp) deviendra courante en 2023, tandis que les canaux d'assistance audio et vidéo commenceront également à émerger. Ce qu'il faut retenir ? Identifiez les canaux que vos clients utilisent le plus (par exemple, dans l'application, la vidéo) et investissez pour rendre les expériences d'assistance dans ces canaux aussi transparentes que possible !

Matière à réflexion  : Quand avez-vous évalué pour la dernière fois les canaux de support client disponibles au sein de votre organisation ?


Répondent-ils aux besoins évolutifs de vos clients ?



3. La réduction des budgets permettra de se concentrer davantage sur les tactiques de fidélisation des clients.

Les statistiques : Il est 6 à 7 fois plus coûteux d'acquérir un nouveau client que de conserver un client existant.

Impact sur l'assistance : Les ralentissements économiques attendus vont probablement réduire le montant du budget disponible pour acquérir de nouveaux clients en 2023. L'accent sera donc mis sur la fidélisation des clients existants. Les équipes d'assistance chargées d'offrir le meilleur service possible à leurs clients seront donc davantage sollicitées. Afin que les équipes de support matériel puissent se différencier de leurs concurrents, nous nous attendons à ce que le service client proactif et les offres de fidélisation " surprise et plaisir " deviennent monnaie courante en 2023.


Matière à réflexion  : Réfléchissez aux moyens que vous utilisez actuellement pour maintenir l'engagement de votre clientèle existante. Existe-t-il d'autres méthodes pour surprendre et ravir vos clients tout au long de leur cycle de vie ?



4. La norme Matter 1.0 va accroître de manière exponentielle l'interconnexion de l'IoT.

Les statistiques : On estime que le marché mondial de l'IoT passera de 243 milliards de dollars cette année à 575 milliards de dollars en 2027. Cette croissance significative est due au lancement d'une norme mondiale pour les maisons intelligentes (Matter 1.0) en octobre 2022. Cette norme permet l'interopérabilité entre les appareils de maison intelligente, quelle que soit la marque ou la plateforme, ce qui constitue un pas phénoménal vers la vision d'une "maison intelligente connectée." Votre appareil Alexa peut désormais se connecter de manière transparente à votre réfrigérateur intelligent et à la télécommande de votre téléviseur. Si certaines de ces capacités ont pu être disponibles par le passé, la norme Matter 1.0 les rend beaucoup plus accessibles et interconnectées.

Impact sur l'assistance : L'interopérabilité accrue entre les dispositifs matériels augmentera de façon exponentielle l'intelligence (et les données) dont disposent les entreprises de matériel physique. Ce niveau d'intelligence pourrait être à la fois une bénédiction et une malédiction. D'une part, les équipes d'assistance de premier plan exploiteront ces informations pour fournir une assistance personnalisée et proactive aux clients. D'autre part, les clients attendront ce niveau d'assistance de la part de toutes les entreprises de matériel, ce qui signifie que ceux qui sont à l'origine de la tendance pourraient être découverts s'ils n'exploitent pas toutes les données de l'IoT.

Matière à réflexion  : Quel sera l'impact de la norme Matter 1.0 sur vos opérations de support ? Avez-vous réfléchi à la façon dont les mises à jour et les innovations de l'IoT et de l'interconnexion ont un impact sur vos produits et votre support ?




On estime que le marché mondial de l'loT passera de 243 milliards de dollars cette année à 575 milliards de dollars en 2027.



5. Les entreprises se différencieront en fournissant des soins proactifs

Les statistiques : Il ne suffit pas de répondre rapidement aux demandes des clients dans le paysage actuel, qui évolue rapidement. Gartner estime que d'ici 2025, les solutions proactives de service et d'engagement des clients l'emporteront sur les stratégies réactives. Les consommateurs recherchent de plus en plus des entreprises capables d'utiliser des outils tels que la modélisation prédictive et l'automatisation pour éliminer les problèmes et avertir les clients avant qu'ils ne prennent de l'ampleur.


Impact sur l'assistance : Les produits matériels sont de plus en plus connectés à l'internet. C'est l'occasion de fournir une assistance proactive aux clients lorsqu'une anomalie est détectée dans les dispositifs matériels. L'assistance proactive peut consister à envoyer des messages ciblés contenant des articles d'aide pertinents, à utiliser des bannières pour annoncer des informations clés (comme les retards de livraison ou les annonces de pannes) ou à proposer des visites guidées des produits pour améliorer la compréhension des nouveaux utilisateurs, ce qui réduit la nécessité pour ces clients de poser des questions à votre équipe d'assistance ultérieurement.

Matière à réflexion  : Réfléchissez à la façon dont votre équipe peut mettre en œuvre un soutien proactif en 2023. Pourriez-vous faire un meilleur travail de notification aux clients concernant les batteries faibles ou les tactiques de maintenance ? Être proactif dans la communication avec les clients permettra d'avoir des clients plus heureux et de réduire la charge de travail inutile de vos équipes de support.

6. Le ChatGPT ouvrira les vannes de l'IA et de la technologie de la réalité immersive.

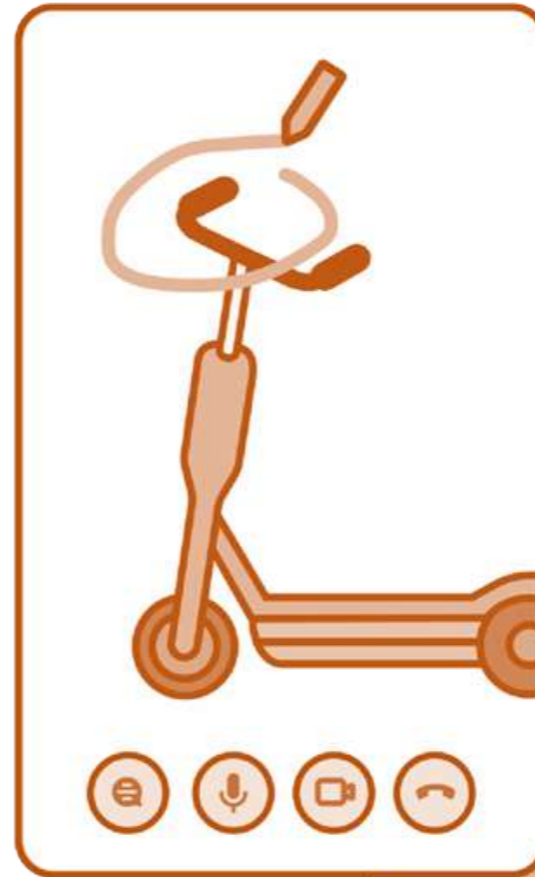
Les statistiques : Alors que l'intelligence artificielle (IA) et la réalité virtuelle (VR) ne sont pas encore parfaites, des progrès considérables ont été réalisés au cours des dernières années. Après avoir vu l'émergence de GPT-3 et ChatGPT au cours des deux derniers mois, nous prévoyons que l'adoption de l'IA et de la technologie de la VR augmentera en 2023. 56 % des consommateurs s'attendent à visiter des environnements et des divertissements virtuels grâce à des dispositifs de réalité mixte d'ici 2025. De même, 78 % des entreprises prévoient d'utiliser la VR dans le cadre de l'engagement de leur marque d'ici 2030.

Impact sur l'assistance : En 2023, les expériences immersives iront un peu plus loin que la présentation virtuelle des parties d'un produit, par exemple les instructions virtuelles pour installer une machine à laver. Les marques commenceront à construire des mondes virtuels autour de ces produits physiques, permettant aux clients de s'immerger totalement dans des expériences augmentées ou virtuelles. À ce titre, les équipes d'assistance devront être préparées à gérer toutes les complications qui accompagnent ces nouvelles expériences immersives.

Matière à réflexion  : Les équipes de support devraient chercher à tirer parti de la technologie VR & RA (réalité augmentée) pour faciliter un libre-service accru pour leurs clients. Commencez à réfléchir à la façon dont votre organisation prévoit A) de mesurer l'efficacité de ces expériences immersives et B) de gérer les problèmes inévitables qui découlent du lancement des nouveaux mondes virtuels.

Vidéo démarrée

Est-ce que les lumières s'allument quand vous accélérez ?



78 % des entreprises prévoient d'utiliser la réalité augmentée ou la réalité virtuelle dans le cadre de l'engagement de leur marque d'ici 2030.

7. Les politiques de retour innovantes de la NFF feront économiser des millions aux fabricants de matériel informatique

Les statistiques : Seuls 5 % des retours peuvent être attribués à des défauts réels, tandis que 68 % des produits retournés relèvent de la catégorie "Aucun Défaut Trouvé" (ADT), qui, le plus souvent, est retournée gratuitement sous couvert d'un produit défectueux.

Impact sur l'assistance : Les retours ADT sont extrêmement coûteux pour les entreprises (il a été estimé que les retours de produits ont entraîné une perte de chiffre d'affaires de 17 milliards en 2019), et ils immobilisent également de précieuses ressources, pour finalement découvrir que la majorité des appareils ne présentent aucun problème. À l'heure actuelle, les clients ne sont pas pénalisés par les retours ADT. En raison des coûts associés que les retours ADT entraînent pour les entreprises de matériel, nous prévoyons que cette approche générale pourrait changer en 2023.


Matière à réflexion  : Revoyez votre politique de retour en 2023.

Réfléchissez aux moyens d'éviter les retours ADT. Explorez les possibilités de libre-service qui permettent d'apprendre à vos clients comment utiliser le produit après l'achat en revoyant l'assistance à la mise en œuvre initiale. Une communication proactive sur le support produit compensera probablement les coûts des retours ADT.

8. Les données des clients seront utilisées pour fournir des expériences personnalisées

Les statistiques : Gartner prévoit que "l'individualisation à grande échelle" entraînera une croissance supplémentaire de 5 à 15 % des revenus des marques dans les années à venir. Par conséquent, les marques doivent investir dans davantage de moyens pour rendre chaque interaction aussi adaptée que possible au client. Cela commence par l'utilisation des bons outils d'analyse et de gestion des données, tels que les systèmes CRM, l'analyse conversationnelle et les enregistrements des centres de contact. Les entreprises continueront à rassembler toutes les données clients en un seul endroit via des plateformes de données clients, ce qui permettra de fournir des expériences personnalisées, proactives et, à terme, prédictives.

Impact sur l'assistance : Les attentes des clients ne cessent d'augmenter - ils estiment que les équipes de support doivent savoir pourquoi ils prennent contact et s'attendent à ce qu'elles connaissent déjà l'historique de leur support. Les solutions de support devraient permettre aux agents de support matériel de voir les interactions passées d'un client lors d'une demande de service, ce qui leur permet de prendre une décision rapide et éclairée sur les prochaines étapes appropriées. En outre, les technologies émergentes telles que l'intelligence artificielle et l'apprentissage automatique continueront d'être utilisées par les principales équipes de support matériel en 2023, ce qui permettra d'identifier les demandes de support courantes qui contribueront à améliorer l'expérience globale du client.

Matière à réflexion  : Votre organisation exploite-t-elle différents ensembles de données sur les clients pour orchestrer des expériences personnalisées ? En outre, votre organisation a-

t-elle la capacité d'utiliser des ensembles de données historiques pour prédire les expériences futures ? Si la réponse est non à l'une ou l'autre de ces questions, il est fort probable que vous sous-utilisiez vos données de support historiques qui pourraient vous aider à prédire les demandes futures et à optimiser votre stratégie de support.




Les attentes des clients ne cessent d'augmenter - ils pensent que les équipes de soutien devraient savoir pourquoi ils prennent contact et s'attendent à ce qu'ils connaissent déjà leur historique de relation avec la marque

9. La génération Z se détournera des entreprises qui abusent des données personnelles

Les statistiques : 87 % des consommateurs affirment qu'ils ne feront pas affaire avec une entreprise s'ils s'inquiètent de ses politiques de sécurité. Ce phénomène est particulièrement répandu chez les jeunes, puisque plus de 50 % d'entre eux affirment que la confiance deviendra un facteur important dans leurs décisions d'achat au cours des deux prochaines années.


Impact sur l'assistance : Le besoin croissant de collecter des données pour fournir un support proactif et une personnalisation pourrait potentiellement devenir une arme à double tranchant pour les équipes d'assistance. Les équipes de support doivent utiliser des solutions qui fournissent des stratégies transparentes et sécurisées lorsqu'elles collectent des données sur les clients ou s'engagent directement avec eux. Une violation des données ou de la sécurité causée par l'équipe d'assistance pourrait avoir un impact négatif sur la confiance du client et sur les transactions ultérieures.

Matière à réflexion  : Quelles mesures votre organisation prend-elle pour garantir que les données des clients sont entièrement sécurisées & cryptées lorsqu'elles sont utilisées pour des activités de marketing & de support ?

10. Les compétences avancées en CX seront demandées pendant la récession économique.

Les statistiques : À l'heure actuelle, le taux de rotation des personnels d'assistance est supérieur à 50 % pour la plupart des centres, et le coût estimé pour reformer les nouveaux employés de première ligne est de 1 252 euros par an. Ces coûts de formation sont probablement encore plus élevés pour les équipes d'assistance matérielle, car les compétences requises pour ce rôle sont beaucoup plus élevées que celles d'un agent de première ligne traditionnel.

Impact sur l'assistance : Si les dirigeants ne peuvent pas voir le retour sur investissement de leur équipe de support, ils réduiront probablement cette fonction en cas de ralentissement économique. Il est donc essentiel de veiller à ce que vos équipes de support disposent des connaissances et de la formation adéquates pour être considérées comme des atouts précieux pour l'ensemble de l'entreprise. Comme vous le savez, le support et le dépannage comportent souvent un niveau de complexité qui exige des connaissances spécialisées de la part de votre équipe. Dans la mesure du possible, veillez à décharger vos agents des tâches répétitives (via l'automatisation), afin qu'ils puissent se consacrer pleinement aux problèmes les plus complexes.

Matière à réflexion  : Réfléchissez aux moyens par lesquels vos équipes de support peuvent démontrer comment elles fournissent un retour sur investissement à l'entreprise. La nouvelle année est le moment idéal pour identifier les moyens de tirer parti de l'automatisation et de rationaliser les demandes répétitives.

Conclusion

En 2023, les équipes d'assistance gagnantes seront celles qui exploiteront la technologie pour ;

- Augmenter les ressources limitées d'assistance
- Communiquer de manière proactive avec les clients
- équiper le personnel de première ligne des bons outils pour faire correctement son travail
- Identifier les moyens de réduire les volumes de retours ADT.

Bien que nous souhaitions que les tendances ci-dessus suscitent une certaine réflexion au sein de votre organisation, ne perdez pas de vue les principes fondamentaux associés à la fourniture d'un excellent service à la clientèle.

Dans une enquête récente, 75 % des clients ont déclaré que les temps de réponse rapides étaient l'attribut le plus important d'une bonne expérience client, tandis que 52 % ont déclaré que le personnel bien informé était le facteur le plus important. Trop souvent, nous essayons de compliquer à l'excès le processus d'assistance alors que les clients veulent simplement une expérience rapide et cohérente. Il faut d'abord s'occuper des éléments fondamentaux avant d'élargir ses horizons.

Si vous avez du mal à répondre aux demandes d'augmentation des volumes de support en 2023, Think and Motion est là pour vous accompagner, qu'il s'agisse de startups ou de grandes entreprises. N'hésitez pas à faire appel à Think and Motion pour couvrir tous vos besoins en matière de support à *tout* moment de l'année.

Rejoignez la communauté Think and Motion



Abonnez vous à notre
newsletter sur le site
Think and Motion