

Service client

Description



Un assistant virtuel gère l'interaction avec plusieurs clients à deux niveaux différents :

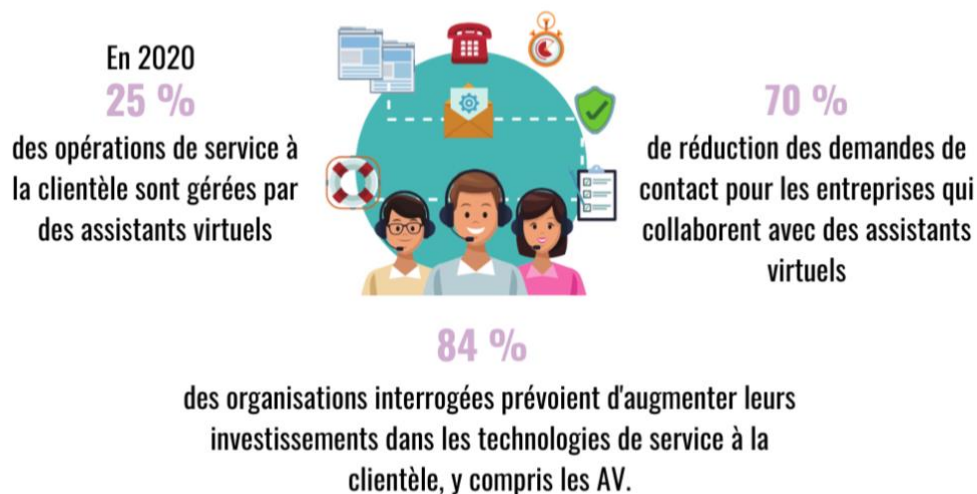
- Ses propres clients avec lesquels il collabore (par exemple des entreprises, des agences, des créateurs de contenu numérique, etc.)
- Les clients des entreprises pour lesquelles l'AV fournit des services

Le contact peut passer par une variété de canaux tels que les plateformes de réseaux sociaux, les emails ou le téléphone.

Pour bien gérer les tâches, il existe plusieurs applications utiles comme Asana, Trello ou Slack (pour créer des listes de tâches et gérer différents projets) et Toggl (un logiciel de suivi du temps).

AV dans le service clientèle

AV COMME ATOUT DANS LA STRATÉGIE DE SERVICE CLIENT DE L'ENTREPRISE



Source : Technology Magazine (2020, January 17), Gartner: Virtual assistants to feature in 25% of customer services by 2020. Retrieved from <https://technologymagazine.com/ai-and-machine-learning/gartner-virtual-assistants-feature-25-customer-services-2020> (Accessed: 03/03/2022)

GÉRER LE SERVICE CLIENT DANS LE COMMERCE EN LIGNE

Ne laissez pas d'email ou de message sans réponse

Soyez clair et patient - répondez de la manière dont vous aimeriez recevoir une réponse.

Résolvez et anticipez les problèmes

Soyez honnête et admettez vos erreurs lorsque c'est nécessaire

Traitez chaque client individuellement

Demandez et remerciez régulièrement les retours



Investissement et coût d'entrée

Pour commencer à offrir des services d'assistance à la clientèle en tant qu'assistant virtuel, l'investissement suivant est nécessaire :

- Enregistrement de votre entreprise (€)
- Promotion des services (€€)
- Matériel informatique (€€)
- Facture de téléphone (€)
- Logiciels et applications (€€)
- Assurance responsabilité civile (€€€) : elle est facultative, mais elle est particulièrement utile lorsque vous travaillez avec des sociétés et des grandes entreprises.



Impact environnemental

L'impact environnemental :

- Le nombre de spam (🌿)
- Les emails standards (🌿🌿)
- Les emails avec de lourdes pièces jointes (🌿🌿🌿)

Manières de réduire ces impacts :

- Désinscrivez-vous des newsletters générées automatiquement
- N'envoyez que des emails nécessaires (préférez les appels téléphoniques ou les messages quand c'est possible)
- Allégez vos emails (pas de pièce jointes inutiles ou réduisez leur taille avant de les envoyer)
- Utilisez une boîte mail hébergée par une société qui utilise une énergie plus verte, comme GreenGeeks.



Bonne pratiques

Pour créer un contenu plus inclusif, il est nécessaire de :

- **Définissez les attentes du client** : faites savoir au client ce que vous êtes prêt à faire pour lui, et quels services vous pouvez lui fournir. Si vous fixez une attente et que vous la dépassez, vous aurez un client pour la vie.

- **Créez des modèles :** Créez des modèles de mails pour les questions fréquemment posées et soumettez-les à l'entreprise pour approbation. Développez un système qui définit clairement comment vous devez communiquer avec les clients potentiels et où trouver les réponses aux questions plus spécifiques posées par les clients. Déterminez avec l'entreprise dans quelles situations vous devez traiter avec un client potentiel et quand vous devez déléguer la communication au propriétaire de l'entreprise.
- **Écoutez d'abord, parlez ensuite :** les clients veulent savoir que vous les écoutez. Utilisez l'écoute active, puis posez des questions, allez au fond du problème et proposez des solutions.
- **Créez des points de contact avec le client et assurez un suivi une fois la tâche terminée :** cette pratique montrera que vous vous souciez de la satisfaction du client et l'encouragera à parler de votre entreprise à d'autres personnes.



Défis

Le service client peut être un défi dans ces situations :

- Vous devez gérer des clients en colère ou pressés par le temps
- Vous n'avez pas de réponse à la question du client
- Vous devez gérer une crise liée à une interruption de service
- Vous devez transférer les appels à un autre service
- Il n'y a pas de directives claires de la part de l'entreprise pour laquelle vous travaillez.



Conseils généraux & solutions

Il existe différentes manières de faire face à ces défis :

- La technique H.E.A.R.D. (Hear - entendre. Emphasize - souligner. Apologise - S'excuser. Resolve - résoudre. Diagnose - diagnostiquer.)
- Prenez le temps et mettez en place des règles de base avec l'entreprise à l'aide desquelles vous pourrez fournir un soutien aux clients. Planifiez des réunions régulièrement si nécessaire.
- Faites comprendre au client que l'équipe déploie tous ses efforts pour remettre le service sur les rails.
- Lorsque vous recevez des mails ou des appels téléphoniques difficiles, prenez le temps de les traiter. Rédigez une première version de la réponse, puis allez faire une courte promenade pour vous calmer, et revenez vérifier si ce que vous avez écrit est bien la réponse que vous souhaitez envoyer. Cela évitera les réponses trop rapides envoyées sous l'emprise des émotions brutes.
- N'oubliez pas que, de l'autre côté de l'ordinateur, il y a aussi une personne qui cherche des solutions à ses problèmes. Même si elle est frustrée, votre travail consiste à améliorer sa situation.

À qui s'adresse cet outil et cette activité ?



Ce programme est idéal pour les personnes dont l'objectif est de :

- Apprendre à travailler sous pression et à gérer plusieurs tâches en même temps.
- Savoir admettre ses erreurs et en tirer des leçons, car nous sommes tous humains et elles finiront par se produire.
- Être toujours en contact avec d'autres personnes.

Conclusions

- Pour commencer le processus de création de votre propre entreprise, vous devez avoir à l'esprit les coûts qui y sont associés. Cela comprend l'équipement et les dépenses futures pour les versions professionnelles des différentes applications qui vous aideront à mieux gérer les tâches.
- Réduire l'empreinte carbone de cette activité est possible en gérant mieux vos mails.
- Veiller à être formé à la communication inclusive est un élément fondamental de toute stratégie de service à la clientèle tournée vers l'avenir.

- Le service à la clientèle peut être un travail difficile et parfois frustrant...
- ...mais la clé pour gérer ces défis est de savoir comment répondre efficacement et à temps.
- Le service à la clientèle ne consiste pas à dire aux gens à quel point vous êtes formidable et à fournir des chiffres pour le prouver. Il s'agit de créer des expériences client mémorables qui parlent pour vous. Soyez toujours poli et pensez à la façon dont vous aimeriez être traité si vous étiez à la place du client.

Bibliographie

- Digioia, S. (2018, August 1). *7 Tip for Being More Assertive (And Successful) in Customer Service*. Customer Contact Week Digital. Retrieved February 19, 2022, from <https://www.customercontactweekdigital.com/agent-engagement/articles/7-tips-for-being-more-assertive-and-successful-in>
- Pundora, D. (2022, June 2). *30 Benefits of Hiring a Virtual Customer Support Assistant*. Wishup Blog. Retrieved June 3, 2022, from <https://www.wishup.co/blog/30-benefits-of-hiring-a-virtual-customer-support-assistant/>



- Smith, M. (2022, January 25). *Five ways to develop inclusive communication in customer service*. Mycustomer. Retrieved February 18, 2022, from <https://www.mycustomer.com/service/management/five-ways-to-develop-inclusive-communication-in-customer-service>

* Financé par l'Union européenne (Code du projet: 2021-1-FR01-KA220-VET-000033162). Les points de vue et avis exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne sauraient en être tenues pour responsables.

Cette œuvre est placée sous licence Creative Commons Attribution- NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

