

Le playbook du parcours client

5 façons intelligentes de fidéliser les clients



Sommaire

Utilisez les données pour personnaliser les interactions	4
Tirez parti de l'IA générative pour un meilleur engagement	5
Soyez disponible sur les bons canaux	6
Mettez en place des filets de sécurité pour éviter que les clients ne soient « ghostés »	7
Impliquez les clients au bon moment	8

Pourquoi le parcours de votre client est important

Les consommateurs s'attendent à des interactions fluides et personnalisées sur plusieurs canaux. Les entreprises qui ne répondent pas à cette attente risquent de les perdre au profit de concurrents qui accordent la priorité à l'engagement. Étant donné qu'une augmentation de seulement 5 % de la fidélisation de la clientèle peut entraîner une augmentation des bénéfices de 25 à 95 %, il est plus important que jamais pour les entreprises de lutter contre la perte de clientèle¹.

Les expériences client optimisées par l'IA peuvent [transformer votre parcours client de médiocre à magique](#). Avec l'essor de l'IA générative, les entreprises peuvent automatiser les interactions, prédire le comportement et améliorer la personnalisation à grande échelle. Ce livre électronique contient cinq conseils pratiques pour optimiser l'engagement.

¹ Hubspot : [voici pourquoi la fidélisation des clients est si importante pour le retour sur investissement, la fidélité des clients et la croissance](#)



1 : Utilisez les données pour personnaliser les interactions

Les marques leaders en matière de personnalisation améliorent la fidélité de leurs clients 1,5 fois plus efficacement que celles qui ne le sont pas. En effet, les clients s'engagent davantage lorsqu'ils reçoivent des communications pertinentes et personnalisées.

Créer des interactions hautement personnalisées n'est pas sorcier : il s'agit simplement de bien connaître vos clients. Cela implique de collecter et de suivre les données issues de chaque interaction, sur tous les canaux et points de contact, puis d'utiliser ces données pour affiner leur parcours. Qu'est-ce qu'ils aiment ? Qu'est-ce qu'ils ignorent ? Qu'est-ce qui les incite à cliquer sur « Acheter maintenant » ? Tirer parti des informations sur les clients pour personnaliser les messages et les offres tandis que le support vous aide à relier les points et à utiliser les données pour personnaliser les interactions avec vos clients.

Voici un exemple : Une institution financière de premier plan exploite l'analytics des données pour étudier les habitudes transactionnelles de ses clients et identifier les tendances en matière de comportement d'achat. Grâce à ces informations, l'institution fournit des conseils financiers personnalisés, aidant ainsi ses clients à gérer leur budget et à optimiser leur épargne. L'engagement des clients et leur bien-être financier s'en trouvent améliorés, renforçant ainsi leur fidélité et leur confiance dans les services de l'institution.





Anticipez les besoins de vos clients

73 % des clients attendent des marques qu'elles lisent entre les lignes et comprennent leurs besoins². L'IA générative rend désormais cela possible.

2 : Tirez parti de l'IA générative pour un meilleur engagement

Une expérience client exceptionnelle commence par un engagement exceptionnel, et grâce à l'IA générative, les cartes sont redistribuées. En améliorant votre support client grâce à des chatbots, à l'automatisation et à des informations prédictives sur les clients, les entreprises peuvent résoudre les problèmes de manière proactive avant même que les clients ne les contactent. Utiliser l'IA générative pour les recommandations et les messages vous permet de créer automatiquement et sans effort un contenu personnalisé, opportun et ultra-pertinent, rendant chaque interaction unique.

Grâce à l'IA générative, les entreprises peuvent désormais anticiper les besoins de leurs clients. Un fournisseur de télécommunications qui met en oeuvre des chatbots optimisés par l'IA peut analyser les modèles d'utilisation et prédire les problèmes courants des clients. En proposant des solutions de manière proactive avant même que les clients ne les sollicitent, l'entreprise peut réduire les temps d'attente pour le support et améliorer la satisfaction des utilisateurs, ce qui peut se traduire par une efficacité accrue, une réduction des coûts opérationnels et une meilleure expérience client globale.

² Forbes, 100 statistiques sur l'expérience client pour 2023

3 : Soyez disponible sur les bons canaux

Les clients ont tous leurs moyens de communication préférés, et il est essentiel d'être disponible sur les bons canaux pour offrir une expérience client fluide. Aujourd'hui, les clients s'attendent à communiquer avec les marques par message électronique, chat, SMS et via les réseaux sociaux, quel que soit le canal qu'ils préfèrent. Les marques doivent être présentes sur les bons canaux et offrir une expérience cohérente et accessible sur tous les points de contact.

Quelle que soit la manière dont vos clients vous contactent, votre équipe doit être prête à leur offrir la même expérience fluide. Cela vaut non seulement pour les nouveaux canaux de communication tels que le chat et les réseaux sociaux, mais aussi pour les interactions en personne. Si un client a une faible culture numérique, le pousser à utiliser les services bancaires en ligne ne fera que le frustrer et nuire à son expérience client. Les entreprises doivent adapter leurs services aux besoins des clients, et non imposer des changements sans considérations.

Il est essentiel d'être présent sur les bons canaux pour offrir une expérience client fluide. Une entreprise qui intègre le support client sur WhatsApp, par message électronique et par chat Web permet à ses clients de passer d'un canal à l'autre sans perdre le fil, créant ainsi une interaction fluide et efficace. En adoptant une approche unifiée de la communication, les entreprises peuvent améliorer la satisfaction client, fidéliser leur clientèle et renforcer l'engagement global.





4 : Mettez en place des filets de sécurité pour éviter que les clients ne soient « ghostés »

Les clients ne devraient jamais se sentir abandonnés à cause d'un manque de suivi. En ajoutant des filets de sécurité à votre stratégie de communication, comme la messagerie mobile en plus des messages électroniques, vous pouvez éviter que vos clients se sentent ignorés.

La mise en place de rappels automatisés, d'une communication proactive et de workflows d'escalade peut faire la différence entre donner à vos clients le sentiment d'être pris en charge et les pousser à chercher un autre fournisseur.

Prenons l'exemple du secteur de la santé. Si un patient manque un rendez-vous, un prestataire de soins de santé doit effectuer un suivi automatique. Ce faisant, le fournisseur ne se contente pas de donner au client le sentiment d'être spécial, il assure la continuité de l'attention.

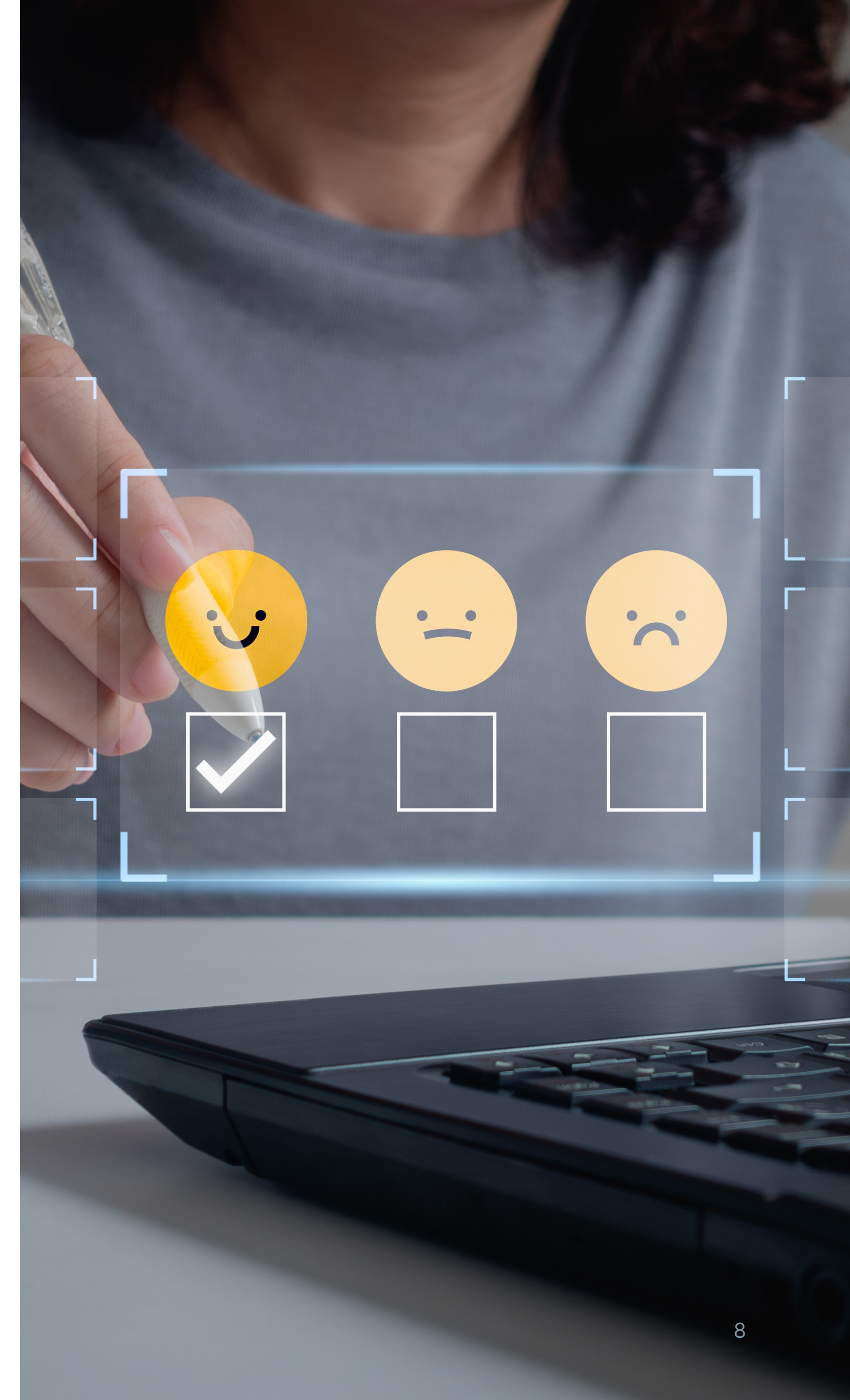
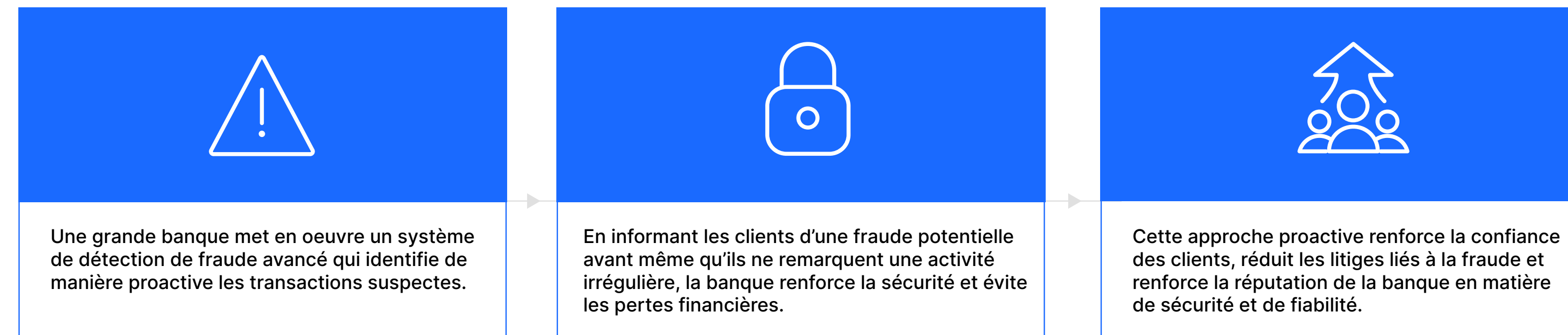
Des rappels automatisés, une communication proactive et des workflows d'escalade peuvent éviter que vos clients ne soient ignorés.

5 : Impliquez les clients au bon moment

Pour améliorer le parcours client, il est essentiel d'interagir avec les clients au bon moment. En exploitant les informations basées sur les données, les entreprises peuvent anticiper les besoins des clients et proposer de manière proactive un support, des recommandations ou des solutions au bon moment. En affinant le parcours client avec des offres basées sur des données et bien synchronisées, vous améliorez non seulement la satisfaction client, mais renforcez également la fidélité à la marque.

L'engagement proactif renforce la confiance et empêche la perte de clients. 80 % des consommateurs sont plus enclins à acheter auprès de marques qui offrent des expériences plus personnalisées³. Que ce soit par le biais d'un service de support par chat automatisé, de campagnes de messages électroniques personnalisées ou de recommandations optimisées par l'IA, un engagement opportun crée une expérience fluide qui favorise les conversions et établit des relations durables.

³ Forbes, 100 statistiques sur l'expérience client pour 2023



Améliorez les parcours client avec OpenText

OpenText permet aux entreprises d'orchestrer en toute transparence les parcours clients, tout en assurant un engagement proactif, une personnalisation axée sur les données et une communication omnicanal.

Nos solutions permettent :

- une automatisation optimisée par l'IA pour rationaliser les interactions avec les clients ;
- une communication omnicanal pour un engagement transparent ;
- des analytics du parcours client pour optimiser les expériences en temps réel.

Des solutions pour offrir un meilleur parcours client

Solution	Description
OpenText™ Communications	Centralise les communications, le libre-service et la messagerie omnicanal.
OpenText Experience Aviator	Utilise des analytics optimisés par l'IA pour personnaliser les interactions et anticiper les besoins.
OpenText Core Journey	Veille à ce que les clients reçoivent des mises à jour en temps voulu et des recommandations personnalisées.
OpenText Customer Data	Personnalise les expériences et les communications pour fidéliser les clients.
OpenText Core Messaging	Offre une interaction fluide par message électronique, SMS, WhatsApp, RCS, distribution de données du serveur (push), voix et fax.



Conclusion

L'optimisation du parcours client nécessite un mélange de données, d'IA, de présence omnicanal et d'engagement proactif. La mise en oeuvre de ces cinq stratégies aidera les entreprises à :

- améliorer l'expérience client ;
- renforcer l'engagement et la satisfaction des clients tout au long de leur parcours ;
- favoriser la fidélisation à long terme et la croissance du chiffre d'affaires.

En privilégiant les stratégies axées sur le client, les entreprises peuvent se démarquer dans une économie axée sur l'expérience.

En savoir plus

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [OpenText Core Journey](#).



À propos d'OpenText

OpenText, The Information Company, permet aux organisations d'obtenir des informations grâce à des solutions de gestion des informations leaders sur le marché, sur site ou dans le cloud. Pour plus d'informations sur OpenText (NASDAQ : OTEX, TSX : OTEX), consultez le site opentext.com.

opentext.com | [X \(anciennement Twitter\)](#) | [LinkedIn](#) | [Blog du PDG](#)