

servicenow

Offrez des expériences conformes aux attentes des clients

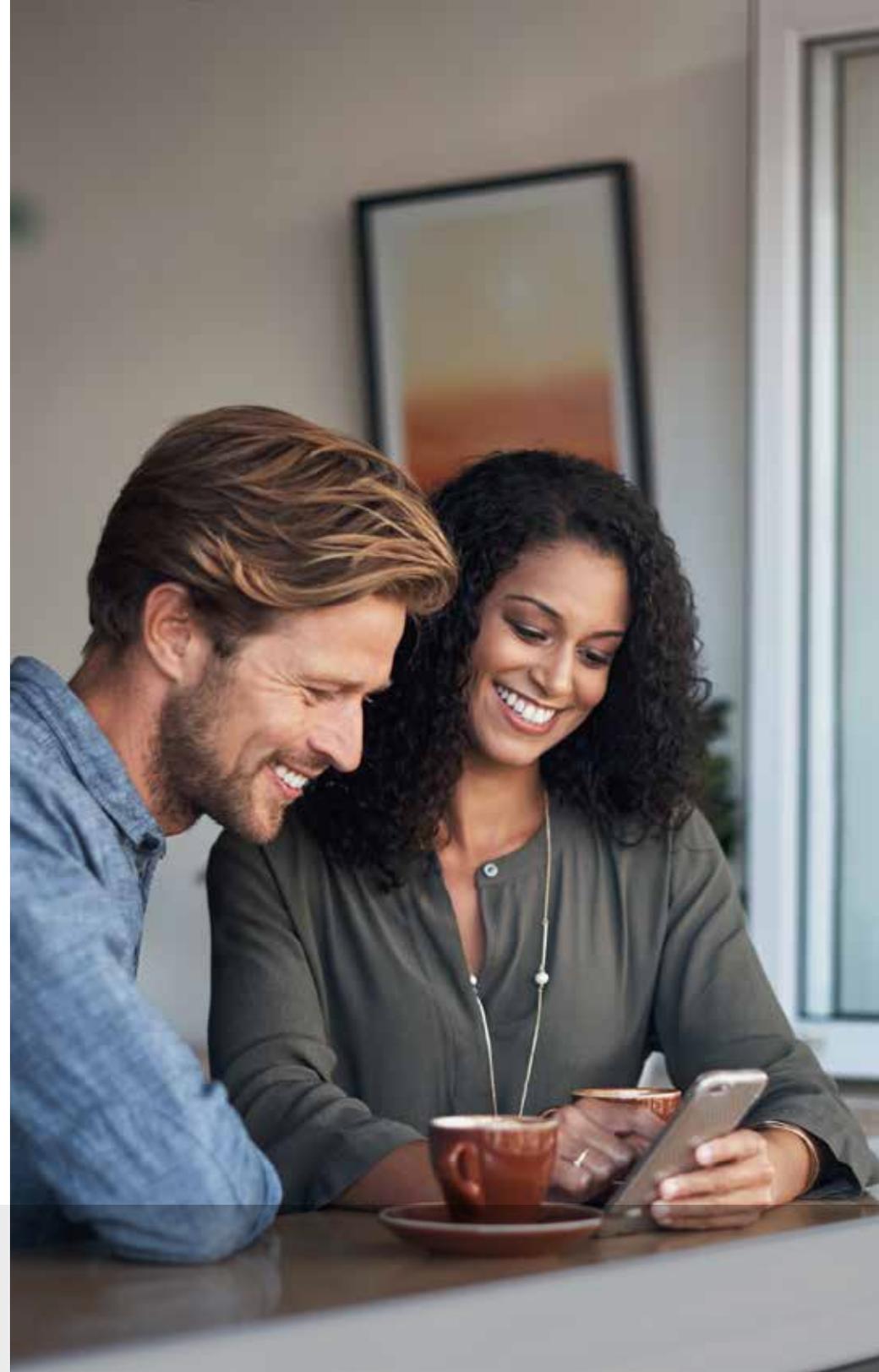
Expérience client : les trois impératifs
clés des dirigeants en 2024 et au-delà



Il suffit parfois d'une seule expérience décevante pour perdre un client, alors qu'une expérience agréable peut marquer le début d'une fidélité à vie.

Mais ces interactions n'auront tout simplement pas lieu si votre entreprise ne répond pas aux attentes de ses clients. Or, celles-ci sont toujours plus nombreuses et évoluent constamment. Seules une résolution rapide des problèmes et une vue à 360 degrés des interactions avec les clients permettront aux entreprises de proposer à ces derniers les expériences fluides, autonomes et inoubliables qu'ils attendent.

Mais cela n'est pas si facile. Les dirigeants sont confrontés à de nombreux défis simplement pour *maintenir* leur expérience client, sans parler de l'améliorer. Les responsables peinent à former les agents du service client, à renforcer leurs compétences et à mesurer les performances. Parallèlement à cela, ces mêmes agents font face à des volumes de tickets élevés, en particulier pour les demandes courantes, ce qui limite leur capacité à traiter les problèmes plus complexes.



Ces agents ne disposent pas non plus des conseils et des ressources nécessaires pour répondre avec précision aux problèmes des clients dès le premier contact, provoquant le mécontentement et la frustration de ces derniers. De plus, si les options de libre-service sont limitées, voire inexistantes, les clients ne peuvent pas résoudre eux-mêmes leurs problèmes, même s'ils le souhaitent.

Ailleurs, les entreprises sont confrontées à des complexités opérationnelles qui, en cas de problèmes, nécessitent des efforts de réponse plus importants. Résultat : les problèmes ne font que s'accumuler. Les entreprises doivent également faire face au cloisonnement des équipes, des données et des processus non seulement dans leurs départements de front-office, middle-office et back-office, mais aussi dans les centres d'appels externalisés et parmi les fournisseurs tiers, tels que les techniciens de service et les entités en charge des opérations de traitement. Ces failles donnent lieu à une approche réactive du service, avec des délais de réponse plus lents et incohérents. Tout cela coûte cher à l'entreprise, tant en matière de « middleware humain » que d'impact sur la satisfaction des clients.

Cependant, il peut en être autrement. Dans cet ebook, nous allons examiner les trois impératifs clés qui influencent l'approche actuelle des entreprises pour améliorer l'expérience client en 2024 et au-delà. Nous verrons également comment les grandes entreprises tirent parti des avantages de l'automatisation et de la rationalisation de leurs processus pour réduire les coûts de service tout en résolvant les problèmes des clients plus rapidement que jamais.

Au passage, nous découvrirons des études de cas illustrant les résultats exceptionnels obtenus par les entreprises qui répondent aux attentes en constante évolution des clients (et qui parfois vont bien au-delà) en matière de rapidité, de commodité et de personnalisation. Nous montrerons comment elles connectent les données, les personnes et les processus et tirent parti d'un système d'action unique pour répondre aux besoins des clients de manière proactive, efficace et transparente.

Contenu

Impératif 1 - La touche personnelle : créez le contexte pour des expériences attrayantes	5
Impératif 2 - Leur choix : donnez aux clients les moyens de suivre leur propre parcours	17
Impératif 3 - Ici, là, partout : maintenez la continuité entre les canaux	24
L'avenir de l'expérience client est hybride, personnel et proactif	33



Impératif n° 1

La touche personnelle : créez le contexte pour des expériences attrayantes

Le contexte économique actuel oblige les entreprises à améliorer leur efficacité et à réduire leurs coûts tout en se démarquant et en restant compétitives. Ce n'est qu'à cette condition qu'elles pourront répondre aux attentes croissantes de leurs clients. Et c'est là que l'IA et l'automatisation entrent en jeu.

L'IA et l'automatisation offrent des opportunités inédites pour personnaliser encore davantage l'engagement client et améliorer la fluidité des interactions avec les clients. Mais pour tirer le meilleur parti de ces technologies, vous devez vous assurer que vos agents du service client disposent d'informations contextuelles les plus complètes possible à portée de main.





Étude de cas

Telia adopte la 5G avec une garantie de service automatisée

L'opérateur de télécommunications multinational suédois Telia était conscient de la nécessité d'améliorer son expérience client. Avec ServiceNow, Telia a adopté un modèle de garantie de service automatisé et basé sur l'IA pour :

- ✓ Détecter les interruptions réseau
- ✓ Gérer les incidents rapidement et efficacement
- ✓ Identifier plus rapidement et avec plus de précision les causes premières et les effets potentiels sur les clients

“

Avec ServiceNow, nous pouvons offrir aux utilisateurs une expérience transparente et cohérente dans toutes les régions.

Malin Fransen Kronberg, Director, Service Assurance

Presque toutes les entreprises qui cherchent à mettre en place un point de contact ou une expérience de service individuel s'appuient désormais sur l'IA et l'automatisation. Cependant, une mise en œuvre trop robotique ou invasive de ces technologies aura pour effet de *rebuter* et non d'attirer les clients.

L'équilibre est délicat. Imaginez qu'un client achète un article, puis contacte le service client. L'entreprise peut identifier le client, rechercher ses interactions et, en s'appuyant sur l'automatisation, lui demander s'il souhaite obtenir de l'aide à propos d'une commande récente. Cependant, à mesure que les clients sont de plus en plus conscients de l'utilisation de l'IA par les entreprises, vos agents doivent devenir plus « humains » si vous voulez éviter de donner l'impression que l'automatisation a effacé toute trace de vie ou d'empathie au sein de votre entreprise.

Lorsqu'elles sont utilisées de manière judicieuse, l'IA et l'automatisation fournissent à vos agents du service client tout le contexte dont ils ont besoin pour offrir une expérience agréable, teintée d'empathie et hautement personnalisée. L'IA peut fournir les coordonnées du client, l'historique des tickets et le résumé en temps réel de la demande que le client vient de soumettre via le chat. Elle peut également fournir une analyse des sentiments en temps réel afin que l'agent puisse comprendre l'humeur et l'attitude du client et interagir avec lui en conséquence. Non seulement le client a le sentiment que l'entreprise le connaît personnellement, mais cela permet également d'accélérer l'expérience de service dans sa globalité.

Ces avantages s'étendent à tous les secteurs. Dans le domaine de la santé, par exemple, l'un des plus grands défis est, depuis longtemps, de fournir des soins personnalisés à chaque patient en fonction de ses besoins et préférences individuels. Grâce aux innovations en matière d'IA, les patients équipés d'équipements portables contrôlent leurs propres données. De plus, les médecins peuvent *utiliser* ces données pour [prendre des décisions plus éclairées et plus centrées sur le patient](#).

Étude de cas

Lloyds Banking Group s'appuie sur les données pour ses opérations de paiement

C'est un changement de circonstances qui a mis au jour les processus manuels intensifs de Lloyds Banking Group. Ces processus exacerbent la complexité tout en augmentant les coûts opérationnels de la banque de détail et commerciale britannique.

Mais l'automatisation des processus axée sur les données de ServiceNow a permis à la banque de transformer ses processus, en améliorant considérablement les résultats pour les clients :



91 %

des exceptions de paiement groupé sont résolues automatiquement



82 %

des remboursements de prélèvements sont entièrement automatisés



72 %

des processus liés aux paiements par erreur sont automatisés, contre 100 % effectués manuellement auparavant

“

Avec le soutien de la plateforme ServiceNow, une équipe dédiée de collaborateurs de Lloyds Banking Group a mis au point un processus de back-office qui est désormais automatisé et piloté par des données intégrées, bousculant les modes de travail traditionnels pour offrir aux clients des résultats exceptionnels.

Lloyds Banking Group

Les détaillants utilisent les technologies d'IA émergentes pour prendre de l'avance

En exploitant les technologies d'IA telles que l'apprentissage machine et le traitement du langage naturel, les détaillants tournés vers l'avenir peuvent désormais interagir avec les clients de manière plus transparente que jamais. Par exemple, ils peuvent s'assurer que le client reçoit son produit en temps voulu et dispose de toutes les informations dont il a besoin pour l'installer et l'utiliser. Ces améliorations réduisent les taux de retour des produits et le besoin d'assistance client. En bref, ces innovations permettent aux détaillants de [proposer les expériences simples et personnalisées que leurs clients attendent.](#)



Étude de cas

BMO offre à ses clients une expérience bancaire fluide

La société de services financiers nord-américaine BMO Commercial Bank rencontrait des difficultés avec son système de service client hérité vieillissant, source de frustration grandissante pour les clients.

BMO a lancé Live Agent de ServiceNow en seulement trois mois et a rapidement intégré son outil d'analyse comportementale à ServiceNow en deux semaines, permettant une compréhension totale de l'historique des interactions avec un client.

ServiceNow propose une vue à 360 degrés indispensable pour fournir un service personnalisé et pertinent, rapidement et en toute confiance.



200 %

de progression du libre-service d'une année sur l'autre



80 %

de réduction des coûts de développement



63 %

de réduction des différents types de tickets

“

ServiceNow a joué un rôle majeur dans l'amélioration de l'offre de services de bout en bout axés sur les données. Le libre-service a augmenté de plus de 200 % d'une année sur l'autre, et les retours de nos clients sont incroyablement positifs.

Oscar Navarro, Head, Digital Product Development, Online Banking for Business, North America Treasury and Payment Solutions

Parallèlement, l'Internet des objets (IoT), qui connaît une croissance rapide, aide les entreprises à recueillir des données en temps réel à partir de plusieurs points de contact et à personnaliser l'expérience client sur le moment. Il y a également l'edge computing de l'IA, le processus d'exécution de tâches liées à l'IA telles que le traitement et l'analyse des données à la « périphérie » du réseau. Il permet aux entreprises d'analyser les besoins, les préférences et les comportements des clients lorsque ceux-ci interagissent avec leurs produits ou services.

L'IA et l'automatisation contribuent au renforcement des relations clients

Bien que de nombreux problèmes puissent être traités directement par les agents de première ligne avec une interaction réduite, voire nulle, avec les agents du service client, d'autres peuvent être résolus uniquement par un réseau coordonné de personnes, de systèmes et de départements. C'est là que l'IA et l'automatisation révèlent leur véritable potentiel, en rationalisant la communication entre le front-office, le middle-office et le back-office.

Grâce à ces données, l'IA et l'automatisation peuvent favoriser un engagement client de qualité. En fournissant aux entreprises des informations détaillées sur le ressenti des clients, elles contribuent à créer des expériences plus approfondies et plus significatives. L'automatisation de la collecte de données de base et des tâches manuelles et répétitives permet à l'agent de se concentrer sur l'établissement d'un lien humain empreint d'empathie avec les clients.



Étude de cas

Rogers réinvente sa philosophie du service client

Avec l'aide de ServiceNow, la société canadienne de médias et de communications Rogers Communications est parvenue à résoudre les problèmes des clients de manière plus proactive tout en veillant à ce que ces derniers soient mieux informés.



41 %

de réduction des volumes de tickets journaliers



19 %

de réduction des appels entrants



71 %

des clients donnent à Rogers un score de 9 ou 10 sur 10

“

ServiceNow nous a fourni les outils nécessaires pour offrir un service cohérent et nous a permis de séduire et convaincre nos collaborateurs.

Scott Thomson, VP, Technical Customer Service

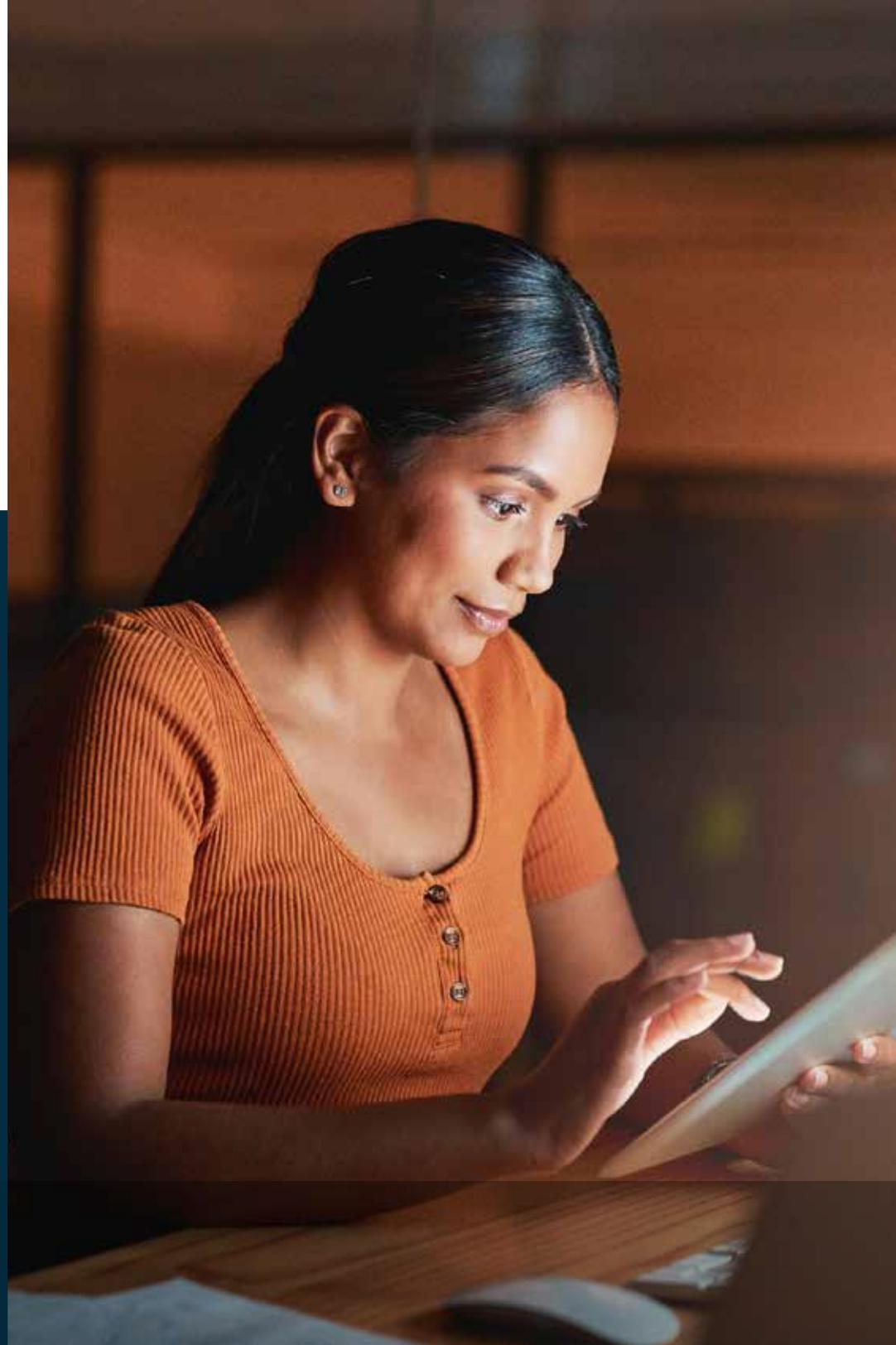


L'IA et l'automatisation peuvent servir au mieux votre entreprise lorsqu'elles sont utilisées pour éliminer les tâches manuelles du service client, tout en permettant aux agents de rester informés de la situation du client par rapport à la résolution de son problème. Cela inclut le ressenti du client, afin que l'agent dispose de tout le contexte nécessaire pour faire preuve d'empathie envers le client lorsqu'il interagit avec celui-ci. Un agent libéré de tâches routinières peut davantage se concentrer sur l'ajout de valeur pour le client, en instaurant la confiance et en favorisant cette connexion humaine essentielle.

Les avantages de ServiceNow

Avec ServiceNow, vous pouvez résoudre les problèmes des clients de manière plus proactive, automatiser les demandes courantes et améliorer les opérations de service client en :

- ✓ Unifiant vos données, vos collaborateurs et vos processus sur un système d'action unique pour répondre aux besoins des clients de manière transparente et efficace
- ✓ Rationalisant les processus des agents pour résoudre les problèmes des clients plus rapidement, ce qui permet à vos équipes de se concentrer sur l'excellence de l'expérience client
- ✓ Intégrant l'IA à votre expérience client, ce qui vous permet de réduire les coûts de service tout en répondant aux attentes des clients en matière de rapidité et de commodité



Now Assist

Des expériences basées sur l'IA généralive avec ServiceNow

Accélérez la productivité du service client grâce à l'IA généralive :

- ✓ Écoutez les délais de réponse du service grâce à l'accélération de la collecte d'informations contextuelles sur les problèmes et les actions entreprises
- ✓ Résumez les tickets et fournissez des informations aux agents au moyen d'un assistant conversationnel affiché dans un panneau latéral
- ✓ Accélérez la résolution des problèmes grâce à des résumés instantanés des tickets et des interactions, et réduisez le délai de clôture



Étude de cas

Coca-Cola European Partners (CCEP)
utilise l'IA pour transformer les services
partagés

Présente dans 13 pays, CCEP a collaboré avec ServiceNow pour :



Automatiser ses processus
manuels



Consolider ses nombreux
systèmes hérités



Libérer des ressources afin
de générer plus de valeur



Définir des normes
élevées pour les autres
départements

Aujourd'hui, 40 % de toutes les demandes des clients sont traitées par l'apprentissage machine.

“
ServiceNow Customer
Service Management
présente toutes les
fonctionnalités dont
nous avons besoin pour
rationaliser les services et
renforcer la transparence, ce
qui nous permet de fournir
le meilleur service possible
à nos partenaires et nos
clients.

Martha Merk, Associate Director, Business Partner Shared
Services

Le leadership sera *d'abord* basé sur les personnes, puis sur l'IA et l'automatisation

Votre entreprise doit développer son personnel, sa culture et son infrastructure, tout autant que son utilisation de l'IA et de l'automatisation, si son objectif est de faire passer l'expérience client au niveau supérieur. Une fois ces éléments clés en place, les dirigeants mettront l'accent, au cours des prochaines années, sur la préparation de leurs équipes, afin que celles-ci assurent un service client plus transparent et personnalisé que jamais.

À mesure que les avancées technologiques et les appareils et canaux digitaux se multiplient, les clients attendent des expériences de plus en plus personnalisées et intégrées sur tous les points de contact avec une entreprise. Si vous parvenez à atteindre ce niveau d'excellence en mettant toutes les informations client imaginables à portée de main de vos agents, votre entreprise sera bien placée pour booster la satisfaction des clients et, ce faisant, améliorer ses performances commerciales et financières.



Impératif n° 2

Leur choix : donnez aux clients les moyens de suivre leur propre parcours

Donner aux clients les outils nécessaires pour qu'ils puissent suivre leur propre parcours améliore leur expérience et booste leur fidélité à la marque.



LUMEN

Étude de cas

Lumen crée une place de marché digitale unique en son genre

La société américaine de télécommunications Lumen a récemment lancé sa première solution SASE (Secure Access Service Edge). Son objectif : simplifier et centraliser la gestion des réseaux et la mise en service des dispositifs de sécurité des clients, afin que leurs effectifs puissent travailler partout dans le monde, tout en protégeant leurs données.

Lumen alimente continuellement sa place de marché SASE, en ajoutant davantage de fournisseurs et de fonctionnalités en libre-service pour les clients, comme la possibilité de modifier et d'ajouter rapidement de nouveaux composants et de nouvelles licences. Toutes ces mises à jour permettent d'élargir le choix du client.



3

mois entre la conception et le lancement



75 %

de réduction des délais de traitement pour SASE



3 millions \$

de nouveaux revenus au cours des six premiers mois

“

Nous sommes très fiers de notre place de marché SASE. Nous simplifions et centralisons la gestion des réseaux et la mise en service des dispositifs de sécurité de nos clients, ce qui permet à leurs effectifs de travailler partout dans le monde tout en protégeant leurs données.

Gary Sidha, VP Platform Applications, SASE

Dans le secteur bancaire, les parcours clients autonomes sont devenus indispensables

Les progrès vers l'excellence de l'expérience client varient considérablement selon le secteur. Mais dans le domaine des services bancaires, avec l'essor des technologies financières et des services bancaires mobiles, l'expérience est désormais au cœur de la stratégie commerciale de chaque entreprise. Le parcours client autonome peut même représenter une nouvelle frontière en matière de satisfaction client dans le secteur bancaire. C'est l'occasion pour les clients d'interagir avec leur banque à un rythme et d'une manière qui *leur conviennent*.

Aujourd'hui, les clients attendent plus des interactions avec leur banque. Les banques se concentrent donc davantage sur l'optimisation de l'expérience client. Cependant, cette quête de l'excellence en matière d'expérience est compliquée par le fait que les besoins des clients non seulement s'intensifient, mais aussi qu'ils évoluent. Les clients attendent des parcours rapides, fluides et personnalisés, bien sûr. Mais dans le même temps, les pratiques bancaires sont devenues de plus en plus digitales depuis 2020, et les banques doivent évoluer en conséquence. Après tout, selon McKinsey, « le [taux moyen de satisfaction est le plus élevé](#) parmi les clients qui utilisent régulièrement l'application mobile ou le site Web d'une banque (ou les deux) par rapport à ceux qui utilisent d'autres canaux d'interaction ou se servent rarement des canaux digitaux ».

C'est à raison que les banques se concentrent sur la création d'expériences digitales qui permettent aux clients d'exploiter le libre-service pour de nombreuses interactions, sur le canal de leur choix. Cependant, les banques ont encore de nombreuses autres possibilités d'aider activement leurs clients à migrer vers les canaux digitaux. Exploiter ces possibilités permettra non seulement d'améliorer la satisfaction des clients, mais également de réduire les coûts de service.



Les dirigeants prennent en compte les préférences des clients en matière de libre-service

De nombreux clients veulent du libre-service, car ils savent qu'il s'agit du moyen le plus rapide d'obtenir les résultats escomptés. Une excellente expérience de libre-service est une expérience qui favorise un parcours facile, fournit des informations pertinentes et permet une résolution rapide des problèmes. Par exemple, via un portail en libre-service, un client peut soumettre une demande à l'aide d'un catalogue publié de services communs. Sa demande est alors automatiquement redirigée vers l'équipe appropriée pour une résolution plus rapide, en évitant tout contact avec l'agent de première ligne.

En parallèle, les entreprises se démènent pour répondre à cette demande de libre-service. Selon une étude de 2023 menée par ThoughtLab et ServiceNow, 59 % des dirigeants prévoient de commencer ou de continuer à utiliser des portails en libre-service au cours des deux prochaines années. À l'heure actuelle, il s'agit donc du seul outil à connaître une croissance aussi rapide dans l'arsenal d'expérience client d'une entreprise.

L'hôtellerie est l'un des secteurs qui optimise actuellement son expérience en libre-service. Les dirigeants élaborent des expériences client fluides en intégrant des portails en libre-service dans leur page Web ou leur application mobile. Ainsi, les clients peuvent facilement demander des services et effectuer des tâches courantes telles que l'enregistrement et le paiement, guidés par des invites régulières qui les aident à trouver ce qu'ils recherchent. Le personnel hôtelier peut communiquer avec les clients au moyen de la même



application, réduisant ainsi les frictions dans l'expérience client. Par exemple, le personnel peut remplacer les reçus égarés ou prévenir les clients que les piles d'une serrure de porte sont faibles pour éviter les contrariétés et les désagréments.

Aider un client par le libre-service est bénéfique non seulement pour lui, mais aussi pour l'entreprise. En vous assurant que votre client obtient plus rapidement les résultats souhaités, vous libérez des ressources, qui peuvent alors se concentrer sur des problèmes plus complexes, tout en réduisant les coûts de service.

Bien sûr, cela ne vise pas à offrir un service moins personnel aux clients qui *recherchent* activement l'assistance d'un agent. Il s'agit plutôt d'intégrer le libre-service afin de répondre aux diverses préférences de communication de vos clients. Ils peuvent soit profiter d'un parcours entièrement autonome, soit communiquer par chat, SMS ou téléphone avec un agent humain qui dispose déjà d'un enregistrement complet de leurs interactions, afin qu'ils n'aient pas à se répéter.

Les avantages de ServiceNow

Il n'a jamais été aussi important de favoriser l'engagement des clients au moyen d'un libre-service plus simple et plus intelligent. Avec ServiceNow, vous pouvez les aider à obtenir les résultats souhaités plus rapidement et plus facilement que jamais.

- ✓ **Fidélisez davantage de clients en leur donnant les moyens de répondre à leurs propres questions**
- ✓ **Résolvez les problèmes des clients plus efficacement grâce à l'automatisation**
- ✓ **Offrez à vos clients davantage d'options de libre-service tout en réduisant le nombre de demandes entrantes adressées à vos agents**
- ✓ **Réduisez vos coûts de service tout en offrant des expériences client agréables**



Étude de cas

Le Dakota du Sud modernise les services aux citoyens

Avec ServiceNow, le Dakota du Sud a dévoilé SD.gov, un portail en libre-service innovant qui offre un accès rapide et facile à un large éventail de services, notamment le renouvellement de permis de conduire, les programmes d'aide essentiels de l'État et les appels d'offres pour les projets de construction.



99 %

de temps en moins passé à traiter les appels d'offres



9 000

visites quotidiennes sur le site Web, ce qui réduit le délai moyen de résolution (MTTR)



88

demandes de réinsertion professionnelle traitées en moins de 30 jours

“

Grâce à notre portail SD.gov basé sur ServiceNow, les demandes de services publics sont désormais simples, rapides et possibles 24 h/24, 7 j/7. Certains processus qui prenaient auparavant plusieurs jours et exigeaient de se rendre dans un bureau peuvent être gérés en ligne en quelques minutes.

Pat Snow, Chief Technology Officer de l'État du Dakota du Sud

Le libre-service n'est que le début de l'autonomisation des clients

Donner aux clients les moyens de profiter de parcours autonomes et fluides apporte d'innombrables avantages commerciaux. Pourtant, nous commençons à peine à entrevoir les immenses possibilités qui se nichent dans la prise de contrôle, par les clients, de leur engagement auprès des entreprises.

Dans un avenir pas si lointain, les dirigeants se concentreront non seulement sur les portails en libre-service, mais également sur d'autres outils digitaux émergents : les meilleures plateformes de technologie connues collectivement sous le nom d'« architecture MACH » (basée sur les microservices, axée sur les API, native dans le cloud et sans interface utilisateur) pour regrouper les éléments, le métavers pour rendre les expériences plus immersives et des technologies multitouch encore plus avancées telles que les tablettes et les écrans tactiles pour permettre aux utilisateurs d'interagir avec les marques sur plusieurs appareils et interfaces.



Impératif n° 3

Ici, là, partout : maintenez la continuité entre les canaux

Dans un monde axé sur le digital, il est plus difficile que jamais d'élaborer une expérience client exceptionnelle. Pourquoi ? Parce que les clients utilisent un nombre vertigineux de points d'interaction avec les entreprises. L'époque où ils interagissaient uniquement avec un livreur ou un employé du centre de contact est révolue. Vous devez désormais réfléchir à la façon dont ils utilisent les e-mails, les chatbots, les réseaux sociaux et les sites d'avis, et ce n'est qu'un début.



Étude de cas

Vodafone donne un nouvel élan à sa transformation digitale grâce à ServiceNow

ServiceNow a rationalisé les processus et intégré les systèmes de la multinationale britannique de télécommunications Vodafone, qui a mis en œuvre la Now Platform® dans le cadre de son programme de transformation digitale.



45 %

de productivité en plus



25 points

d'augmentation de la satisfaction clients



360°

pour une visibilité globale sur la situation du client

“

Nos agents disposent désormais d'une vue client à 360 degrés et d'une application qui leur permet de fournir un excellent service.

Directeur de l'expérience digitale



Le plus grand défi consiste donc à répondre aux attentes de vos clients en matière d'expérience omni-channel. Mais ce défi est exacerbé par les normes extrêmement élevées définies par des entreprises orientées client telles que Disney et Universal. Pourtant, les dirigeants reconnaissent qu'il est important au moins d'essayer d'imiter cette expérience client exceptionnelle. C'est pourquoi, malgré la conjoncture économique actuelle difficile, [les budgets consacrés à l'expérience client digitale sont en hausse.](#)

Les parcs à thèmes sont de parfaits exemples d'entreprises qui exploitent toute la puissance de l'expérience, en associant des applications, des bracelets et plusieurs technologies d'entreprise pour créer des expériences fluides dans leurs installations et leurs hôtels. Des entreprises telles que Disney et Universal permettent aux clients de gérer leurs parcours, de réserver une table de restaurant, de profiter de billets prioritaires dans les files d'attente et de payer des repas et des souvenirs. Ces avancées ont également amélioré l'expérience employés, notamment en permettant aux réceptionnistes des hôtels de suivre et d'anticiper l'arrivée des clients et de corriger les goulots d'étranglement, tout en continuant à fournir un service exceptionnel aux clients.



“

ServiceNow est une plateforme stable, robuste et facile à configurer. Elle nous permet de générer aisément des indicateurs qui nous aident à respecter les SLA, et elle facilite l'accès aux informations et leur visibilité pour obtenir une vue d'ensemble complète de notre centre d'assistance.

Mario Marín, Corporate Manager of Infrastructure in Technology

mabe

Étude de cas

Mabe améliore l'agilité et l'expérience de service client

L'entreprise de production industrielle mexicaine Mabe a déployé une plateforme innovante et centralisée pour transformer et optimiser son service client sur ServiceNow Customer Service Management et Field Service Management.



94 %

des incidents résolus dans un délai d'une semaine



80 %

des incidents clients désormais résolus dès le premier appel



80 %

de réduction des délais d'approbation des workflows de processus

Cloud : rendre les expériences plus évolutives et accessibles que jamais

En éliminant les silos, les technologies cloud améliorent la visibilité et facilitent le partage des informations et l'intégration des plateformes de communication.

Votre entreprise doit faire preuve de l'agilité nécessaire pour s'adapter rapidement aux besoins en constante évolution des clients. L'élaboration d'une plateforme d'engagement commune est essentielle pour permettre l'intégration et la mise en œuvre instantanées de nouveaux canaux, comme la réalité augmentée et la réalité virtuelle, lorsqu'ils seront enfin disponibles.





Étude de cas

7-Eleven fournit rapidement à ses clients l'aide dont ils ont besoin sur leurs canaux préférés

La chaîne américaine de commerces de proximité 7-Eleven avait du mal à hiérarchiser les tickets et à suivre la productivité des agents du service client. Elle avait besoin de diagnostiquer plus rapidement les problèmes et d'analyser et d'évaluer les performances pour une amélioration continue.

7-Eleven s'appuie désormais sur les options omni-channel de ServiceNow Customer Service Management pour créer et hiérarchiser automatiquement les tickets dès leur arrivée, puis les rediriger vers l'agent approprié pour une résolution rapide.



205 %

d'amélioration des taux de résolution des tickets



93 %

de réduction du volume de tickets



75 %

de réduction des délais de réponse du service client

“

Grâce à ServiceNow Customer Service Management, nous avons pu aider nos clients à tout moment, partout et de la façon souhaitée.

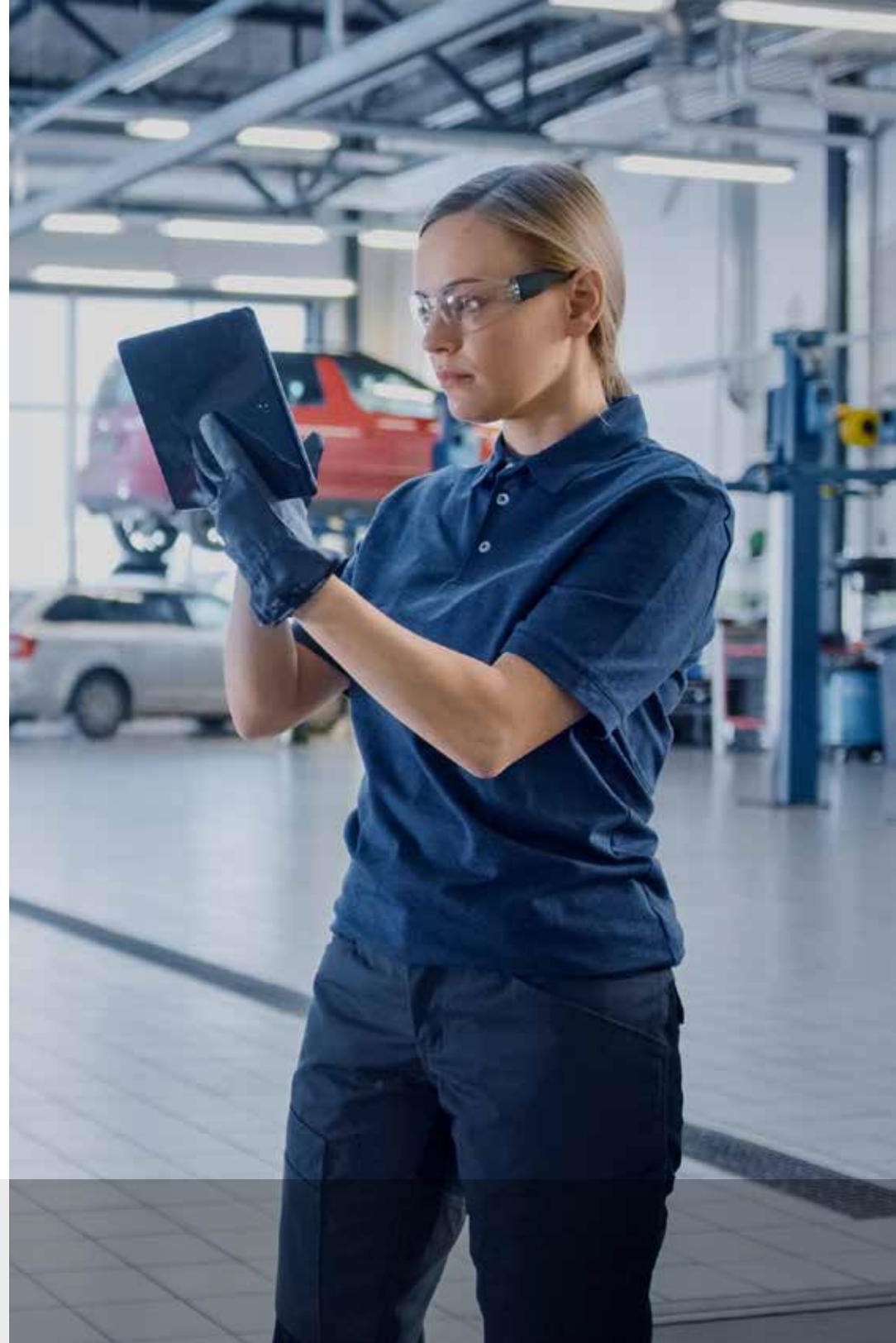
Responsable senior de l'expérience client

Les technologies de demain, dès aujourd'hui

Les entreprises utilisent déjà la réalité augmentée de manière sélective et pertinente, et il existe de nombreux autres canaux matures par lesquels les clients peuvent interagir avec elles : SMS, téléphone, chat, e-mails et applications de messagerie, par exemple. Au final, le client s'attend à être connu au travers de ces canaux et, par conséquent, à bénéficier d'un dialogue fluide avec l'entreprise, qui peut commencer sur un canal et se poursuivre en toute transparence sur un autre.

À l'avenir, les interactions avec les marques dans le métavers viendront probablement compléter celles du monde réel. Mais pour le moment, la plupart des entreprises sont loin de pouvoir envisager des expériences dans le métavers. Cela dit, chaque entreprise, quelles que soient ses ressources ou sa taille, peut toujours adopter une approche tournée vers l'avenir pour assurer la continuité sur tous les canaux, améliorant ainsi l'expérience actuelle de ses clients tout en posant les bases de la technologie de demain.

Une fois qu'il sera possible d'appliquer concrètement des technologies comme le métavers, une plateforme omni-canal intelligente vous permettra de vous connecter avec vos clients et de leur proposer un service de qualité sur l'ensemble de ces nouveaux canaux. Vos clients pourront ainsi interagir avec votre entreprise de la manière qui leur convient le mieux. Votre entreprise sera alors bien placée pour booster la relation des clients avec sa marque et favoriser leur fidélisation à long terme.



Xerox adopte l'innovation et transforme sa prestation de services

Les entreprises sont confrontées à un défi complexe en matière d'effectifs, car elles font face au départ à la retraite en masse des techniciens et ingénieurs de service sur site.

Avec l'aide de ServiceNow, Xerox utilise la RA pour soutenir le service client et le service sur site. Les agents et les experts peuvent ainsi répondre aux besoins des clients en :

- ✓ **Gérant le déficit de compétences et en accélérant le transfert de connaissances**
- ✓ **Permettant aux employés de terrain expérimentés de fournir des conseils et une assistance à distance en direct**
- ✓ **Fournissant aux techniciens sur site une expérience fluide pour accéder à l'assistance d'experts en temps réel avec la RA**

Votre entreprise doit faire preuve de l'agilité nécessaire pour s'adapter rapidement aux besoins en constante évolution des clients. L'élaboration d'une plateforme d'engagement commune est essentielle pour permettre l'intégration et la mise en œuvre instantanées de nouveaux canaux, comme la réalité augmentée et la réalité virtuelle, lorsqu'ils seront enfin disponibles.



594 tonnes métriques de réduction des émissions de carbone en 12 mois



53 minutes de temps productif en plus, par technicien et par jour



10 % d'amélioration du taux de résolution à distance lors de l'utilisation de CareAR

“

Avec ServiceNow, je sais exactement ce qui se passe. Nous pouvons réagir aux situations au fur et à mesure et obtenir de meilleures informations plus rapidement. Cela a une influence considérable sur notre activité.

John Perry, VP, Digital Experience for Service Delivery & Customer Service Technology

Les avantages de ServiceNow

ServiceNow prend en charge n'importe quel canal de communication choisi par le client et assure la continuité nécessaire pour éviter à ce dernier de se répéter à mesure que sa demande passe d'un département à l'autre pour être résolue. En fournissant à vos agents des informations en temps réel et des conseils avisés, vous leur donnez les moyens de résoudre les problèmes des clients rapidement et avec empathie. Avec ServiceNow, vous pouvez également équiper vos techniciens de service sur site des outils et des données dont ils ont besoin pour aider rapidement et efficacement les clients, sur site et à distance.

- ✓ Soyez partout où vos clients sont
- ✓ Concentrez-vous sur les moments qui comptent
- ✓ Fidélisez les clients grâce à des expériences connectées
- ✓ Automatisez et orchestrez chaque parcours de service, peu importe où se produit l'engagement client



L'avenir de l'expérience client est hybride, personnel et proactif

Les technologies émergentes telles que les doubles digitaux et le métavers commencent à s'imposer aux côtés d'outils plus traditionnels comme les sites Web, les chatbots et les réseaux sociaux. Des expériences hybrides, combinant interactions en ligne et hors ligne, peuvent donc être le moyen de concrétiser le véritable potentiel de l'expérience client. Tout comme les techniciens utilisent un double digital pour la maintenance prédictive, le double d'un client peut simuler et anticiper le comportement de ce dernier. À l'avenir, les entreprises utiliseront les doubles digitaux avec le métavers pour fusionner les mondes physique et virtuel et révolutionner l'expérience client.

C'est précisément ce type d'expérience client multicouche qui sera sans doute la clé pour créer les expériences mémorables, authentiques et personnalisées que les clients attendent aujourd'hui.



Offrez à vos clients les expériences dont ils ont besoin, dont ils rêvent et qu'ils méritent

Avec ServiceNow, vos clients peuvent utiliser le libre-service et demander l'assistance d'un agent sur n'importe quel canal. De plus, grâce à l'IA et à l'automatisation du travail au sein de votre entreprise, vous boostez la productivité des employés en rationalisant les processus et en permettant aux agents de traiter les demandes de manière plus transparente et cohérente.

ServiceNow vous aide à booster les performances des agents en leur fournissant une interface utilisateur moderne et hautement configurable, ainsi qu'un espace de travail unique pour afficher et gérer l'activité liée aux tickets. Un système d'action unique permet aux employés de différents départements de travailler ensemble afin de proposer des expériences client révolutionnaires, avec une détection précoce des problèmes fréquents. Vos équipes sont ainsi mieux armées pour communiquer les mises à jour de statut et résoudre les problèmes avant même que les clients ne s'en rendent compte.

Autre avantage : la mise en œuvre est *rapide*. Ce n'est pas une question de mois, mais de semaines.

Résultat ? En améliorant l'expérience des clients, puis celle des employés et enfin vos performances, vous augmenterez les niveaux de satisfaction et de fidélisation des clients et obtiendrez de meilleurs résultats financiers.

Découvrez comment transformer les expériences au sein de votre entreprise :

Guide essentiel sur l'expérience client

Téléchargez le guide essentiel sur l'expérience client pour découvrir comment offrir à vos clients des expériences fluides tout en réduisant les coûts.

Obtenir le guide



Les 3 impératifs pour améliorer l'expérience des employés en 2024 et au-delà

Découvrez comment stimuler le développement des employés et soutenir la croissance de l'entreprise à grande échelle.

Obtenir l'ebook



Catalyseur du changement : comment les leaders technologiques s'avèrent des alliés indispensables pour l'expérience des clients et des employés

Stimulez la productivité des employés et répondez aux attentes des clients en offrant des expériences digitales efficaces.

Obtenir l'ebook



servicenow

ServiceNow (NOW à la Bourse de New York) simplifie le monde du travail, pour tous. Notre plateforme et nos solutions basées sur le cloud permettent de digitaliser et d'unifier les entreprises afin qu'elles puissent faciliter, accélérer et optimiser le travail. Ainsi, les employés et les clients peuvent être plus connectés, plus innovants et plus agiles. Et nous pouvons tous créer l'avenir que nous imaginons. The world works with ServiceNow™.

Pour plus d'informations, consultez le site www.servicenow.com/fr.

© 2023 ServiceNow, Inc. Tous droits réservés. ServiceNow, le logo ServiceNow, Now, Now Platform et les autres marques de ServiceNow sont des marques commerciales et/ou des marques déposées de ServiceNow, Inc. aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Les autres noms d'entreprises, appellations de produits ou logos peuvent être des marques commerciales de leurs propriétaires respectifs.