



EXPÉRIENCE CLIENT

Les 6 clés pour un effet WAOUH



La qualité du produit ne suffit plus, la satisfaction client non plus...
C'est l'expérience client qui fait la différence !

1 Écoutez vos clients

Adopter une démarche UX/CX*, c'est être « customer centric ». La 1ère de chose à faire est donc d'écouter vos clients pour savoir ce qu'ils vivent et ressentent.

Les démarches UX/CX parlent de « voix du client ».

Comment écouter vos clients ?

Diagnostics - Analysez les réclamations, mais aussi les avis clients publiés librement... Sans oublier qu'avec les nouveaux canaux de com, les standards évoluent : mesure du NPS...

Enquêtes - Variez les modes : satisfaction, sondages, tests utilisateurs, entretiens face à face, focus groupe... Au-delà des chiffres, intéressez-vous aux verbatims et favorisez l'expression libre du client.

Retours terrain - Ne négligez pas les retours de vos conseillers clients : appels, emails ou extraits de chats... Et généralisez la démarche à toute l'entreprise : commerciaux, maintenance...

Pour comprendre ce qui est important pour vos clients, résoudre leurs problèmes, voir améliorer vos produits.



ATTENTION

Votre client ne s'exprime pas uniquement sur les canaux contrôlés par l'entreprise : écoutez les réseaux sociaux, sites, forums... N'hésitez pas à engager la conversation et animez les échanges.

2 Imaginez vos profils clients

À partir des mots de vos clients, imaginez vos clients cibles et cherchez à voir ce qui est important pour eux, à résoudre leurs problèmes...

Les démarches UX/CX parlent de « personae ».

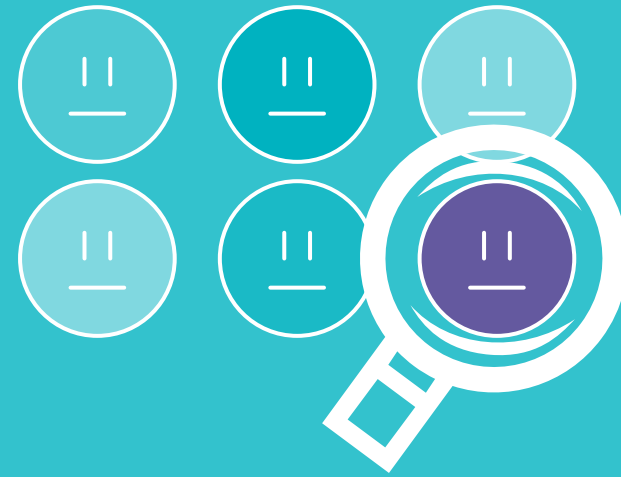
Qu'est ce qu'un personae ?

Un persona est un client imaginaire inspiré de cas réels (via les écoutes clients).

Sorte de fiche d'identité structurée autour de ses besoins, usages, comportements et manière dont il interagit avec l'entreprise.

Créez autant de personae que de profils clients afin de simuler leurs besoins et leurs exigences spécifiques en terme d'expérience client.

Pour proposer à chacun de vos clients une expérience client adaptée à leurs besoins, usages et comportements.



ATTENTION

Les personae ne sont ni des fonctions métiers ni des segments client.

3 Décrivez vos parcours clients

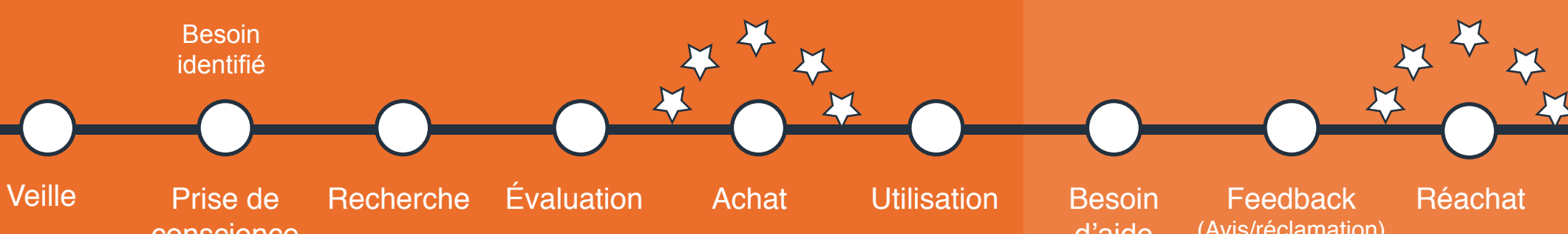
Pour bien comprendre l'expérience globale de votre client, repérez tous ses points de contacts avec vos produits/services, tout au long de son parcours.

Les démarches UX/CX parlent de « customer journey ».

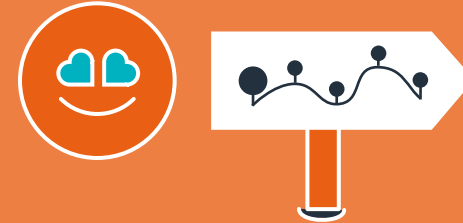
Qu'est ce que le parcours client ?

Présenté sous forme de frise chronologique, le parcours client décrit tous les processus et interactions entre votre client et votre entreprise.

Il permet d'avoir une vision d'ensemble claire des grandes étapes de votre expérience client : avant, pendant et après l'achat.



Pour dessiner la colonne vertébrale de votre expérience client et mettre en évidence toutes les étapes par lesquelles passent vos clients.



ATTENTION

Le parcours client commence avant même l'apparition du besoin et se termine après l'utilisation de votre produit/service.

4 Identifiez les moments clés

À chaque étape de ce parcours client, identifiez les moments clés, ceux qui comptent pour votre client.

Les démarches CX/UX parlent de « moments de vérité ».

Qu'est ce qu'un moment de vérité ?

Moment vécu par vos clients et qui génère une empreinte émotionnelle durable, positive ou négative vis-à-vis de votre entreprise.

Avoir une vision claire de l'ensemble de ces moments est essentiel pour assurer la cohérence de l'ensemble de l'expérience.

Indispensable aussi pour identifier les plus sensibles et concentrer vos efforts dessus.

Pour élaborer une cartographie des points clés à améliorer et des meilleures opportunités à saisir afin d'obtenir la préférence client.



Moment « essentiel » : minimum attendu, générateur de forte déception si non satisfait.



Moment « critique » : à améliorer rapidement car décevant et générateur de critique négative.



Moment « waouh » : attente surpassée, surprise... générateur d'enchantement et de fidélisation.

5 Indiquez le niveau de criticité

Chaque étape du parcours client, chaque point de contact, chaque moment de vérité, peut être vécu et perçu différemment par vos clients.

Les démarches CX/UX parlent de « criticité ».

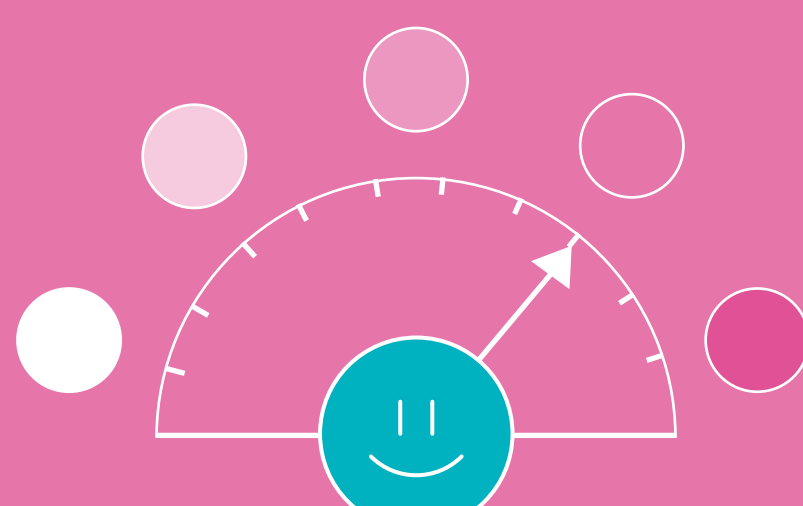
Quel degré de criticité ?

Très sensible : Engagement fort pour le client, intensité émotionnelle forte.

Sensible : Engagement modéré, intensité émotionnelle moyenne.

Bas / Neutre : Aucun engagement, intensité émotionnelle faible.

Pour identifier les moments les plus sensibles pour chacun de vos profils clients afin de les traiter en priorité.



6 Précisez les interactions

Pour chaque étape du parcours client, précisez la nature des interactions entre le client et votre entreprise : les moyens de communication utilisés et les interlocuteurs souhaités.

Les démarches CX/UX parlent de « canal ».

Qu'est ce qu'un canal ?

Le canal est le moyen par lequel le client interagit avec l'entreprise : il peut être digital ou non : boutique, catalogue, conseillers, téléphone, sms, site web...

Les clients nomades et connectés veulent des parcours simples et fluides qui leur correspondent, en utilisant les canaux qu'ils souhaitent pour s'informer, acheter, réceptionner leurs achats (click&collect, webstore), retourner un produit.

Pour repérer les canaux souhaités et les intégrer afin de rendre votre expérience client fluide et cohérente.



ATTENTION

Le parcours client idéal est omnicanal : il propose des canaux multiples, mais aussi complémentaires et simultanés.

Vous disposez maintenant de toutes les informations pour imaginer le scénario idéal

Concevez votre expérience client cible

Proposez des parcours d'achat adaptés à vos profils clients, optez pour les bons canaux, supprimez les irritants, sécurisez les essentiels, multipliez les effets Waouh.....



Construisez votre expérience client omnicanale, mémorable, singulière et créatrice de valeur !

* UX ou CX ? - UX ou User eXperience : expérience de l'usage d'un produit/service/site - CX ou Customer eXperience : manière dont le client vit et ressent l'ensemble des interactions avec une entreprise/marque tout au long de son parcours client - Une UX de qualité participe à une CX performante.

L'expérience client se construit et c'est l'affaire de tous

Faites de l'expérience client un axe de votre développement & Mobilisez vos équipes autour de cet enjeu

Contactez-nous

01 55 00 90 50



* Bien plus que des savoirs



BEYOND KNOWLEDGE*