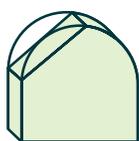


# Secteur de la santé

En 2020, face à la pandémie, les établissements de santé ont chamboulé leur fonctionnement. Pour servir les patients tout en protégeant le personnel, beaucoup d'organismes ont proposé une expérience totalement nouvelle axée sur les consultations virtuelles.

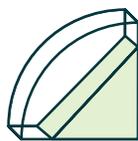


Dans son troisième rapport annuel sur les tendances de l'expérience client, Zendesk observe que les services de santé ont beaucoup évolué :



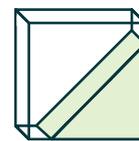
**87 %**

ont adopté de nouveaux outils ou processus



**45 %**

gèrent le personnel à distance



**35 %**

ont dû réduire leurs effectifs

Déjà bien accaparés par ces changements internes, ces organismes doivent aussi gérer une hausse de 21 % de l'engagement patient. Dans ce contexte chargé, 72 % des agents se disent dépassés.

Répondre aux attentes des clients est un défi de taille. Dans ce rapport 2021, nous avons identifié cinq tendances qui permettent aux champions de l'expérience client de tirer leur épingle du jeu.

## TENDANCE 01

### Pleins feux sur l'expérience client

Les services virtuels se démocratisent auprès des patients. Face à cet essor,



**69 %**

des professionnels de santé considèrent l'expérience client plus importante qu'il y a un an.

La pandémie pèse sur le système de santé et les règles sanitaires évoluent sans cesse. Dans ce contexte, une communication de qualité est primordiale.

Pour satisfaire les patients en ligne, il faut proposer une expérience cohérente et personnalisée sur tous les canaux.

**Les services de santé avec une satisfaction client élevée sont 2,7 fois plus susceptibles d'avoir investi dans une communication omnicanale.**

## TENDANCE 02

### Un monde plus conversationnel

Pour une expérience réussie, il faut aller au-devant des usagers. En 2020, 64 % d'entre eux ont essayé de nouveaux canaux. Pour suivre le mouvement, 80 % des services de santé ont cherché à déployer de nouveaux modes d'interaction avec les patients.

Le messaging a la cote. Dans ce secteur, les demandes via WhatsApp ont bondi de 263 %. Pourtant, parmi les organisations qui ont adopté un nouveau canal d'assistance, seules 9 % ont opté pour un outil de messagerie. C'est une occasion manquée.

**Les services de santé avec un délai de résolution très court sont 1,6 fois plus susceptibles d'échanger avec leurs clients par messagerie.**

### TENDANCE 03

## Cette année, la clé c'est l'agilité

Savoir s'adapter rapidement n'a jamais été aussi important.



**52 %**

des services de santé veulent gagner en agilité

grâce à l'IA, aux gestionnaires de workflows et aux solutions omnicanales. C'est investissement un payant.

Les champions l'expérience client sont 2,4 fois plus susceptibles d'utiliser un gestionnaire de workflows.

### TENDANCE 04

## L'avenir du travail s'écrit aujourd'hui

Dans tous les secteurs, le travail est en pleine mutation. Aujourd'hui, 55 % des services de santé ont pour projet de formaliser le travail à distance. Pourtant, seuls 42 % des agents pensent avoir les bons outils pour télétravailler et une faible majorité des responsables CX (57 %) estime pouvoir correctement mesurer leur succès.

La bonne nouvelle, c'est que 71 % de ces organisations disposent d'une équipe de développement pour adapter rapidement leur solution d'assistance à l'évolution des besoins.

Les champions de l'expérience client sont 1,5 fois plus susceptibles de faire appel à des développeurs.

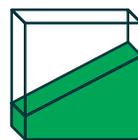
### TENDANCE 05

## Tout penche vers le numérique

La numérisation des échanges est un impératif de plus en plus pressant, mais les organismes de santé n'ont pas toujours les moyens d'investir dans les outils nécessaires à cette transformation.

En 2020, seuls 20 % des services de santé ont augmenté leur budget CX, et 30 % l'ont réduit.

Mais 2021 semble prometteur...



**48 %**

des services de santé prévoient d'avoir un plus grand budget technologique en 2021.

Pour tout savoir sur l'expérience client en 2021, [consultez notre rapport complet CX Trends.](#)