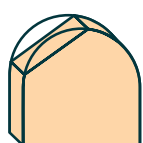


Secteur industriel

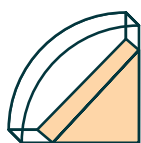
En 2020, les industriels ont dû évoluer dans un contexte volatile marqué (entre autres) par une ruée sur les produits essentiels et des contraintes d'approvisionnement.



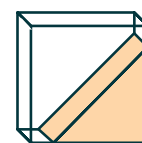
Dans son troisième rapport annuel sur les tendances de l'expérience client, Zendesk observe que les industriels ont fortement modifié leurs modes de fonctionnement :



93%
ont adopté de nouveaux outils ou processus



46%
gèrent le personnel à distance



35%
ont dû réduire leurs effectifs

Dans le même temps, l'engagement client a bondi. Les requêtes d'assistance ont augmenté de 28 % et cette hausse complique la tâche des industriels, qui doivent redoubler d'efforts pour satisfaire les besoins fluctuants des clients. Dans ce contexte chargé, 79 % 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

À présent, l'expérience client se déroule avant tout en ligne. Mais si les interactions en personne ont diminué, proposer des échanges de qualité aux clients reste essentiel.



67%
des industriels estiment que l'expérience client est plus importante qu'il y a un an.

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

Les industriels avec une satisfaction client élevée sont 2,4 fois plus susceptibles d'avoir investi dans une communication omnicanale.

TENDANCE 02

Un monde plus conversationnel

Pour une expérience réussie, vous devez aller à la rencontre des consommateurs. En 2020, 64 % des clients ont essayé de nouveaux canaux. Pour suivre le mouvement, 78 % des industriels ont cherché à déployer de nouveaux modes d'interaction.

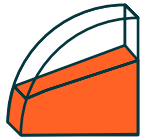
Le messaging a la cote. Dans ce secteur, les requêtes par SMS ont bondi de 162 % et 21 % des entreprises qui ont adopté un nouveau canal d'assistance ont opté pour cet outil. Les plateformes sociales sont tout aussi populaires et beaucoup d'enseignes (36 %) ont ajouté une messagerie intégrée à leur site Web ou leur application dédiée pour satisfaire cette attente. C'est un investissement judicieux.

Les champions de l'expérience client sont 1,4 fois plus susceptibles d'utiliser des canaux de messagerie.

TENDANCE 03

Cette année, la clé c'est l'agilité

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



60 %

des industriels veulent gagner en agilité

grâce à l'IA, aux gestionnaires de workflows et aux solutions omnicanales.

Les industriels avec un délai de résolution très court sont 2,1 fois plus susceptibles d'utiliser un gestionnaire de workflows.

TENDANCE 04

L'avenir du travail s'écrit aujourd'hui

La pandémie a durablement changé nos modes de travail. Aujourd'hui, 63 % des industriels ont pour projet de formaliser le travail à distance. Si 68 % des agents sont satisfaits par leur configuration actuelle, plus de 40 % des responsables CX ne pensent pas avoir les bons outils pour mesurer le succès de leur équipe.

La bonne nouvelle, c'est que 75 % des acteurs du secteur peuvent compter sur une équipe de développement pour adapter rapidement leur solution d'assistance à l'évolution des besoins.

Les industriels qui brillent par leur délai de résolution et leur satisfaction client sont 1,4 fois plus susceptibles d'utiliser des outils développement.

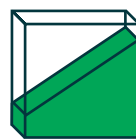
TENDANCE 05

Tout penche vers le numérique

La numérisation digitale est un impératif toujours plus pressant et le fossé se creuse :

En 2020, 44 % des industriels ont augmenté leur budget CX, mais 33 % l'ont réduit.

Mais 2021 semble prometteur. . .



54 %

des industriels 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.](#)