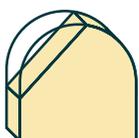


# Secteur des médias et du divertissement

En 2020, les acteurs des médias et du divertissement ont fait face à des défis inédits. Pour s'adapter au contexte sanitaire, ils ont dû revoir leurs modes de travail et repenser leurs interactions clients.



Dans son troisième rapport annuel sur les tendances de l'expérience client, Zendesk observe que les entreprises du secteur ont fortement modifié leurs modes de travail :



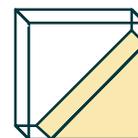
**83%**

ont adopté de nouveaux outils ou processus



**50%**

gèrent le personnel à distance



**34%**

ont dû réduire leurs effectifs

Déjà bien accaparés par ces changements internes, ces entreprises doivent aussi gérer une hausse de 25 % de l'engagement client. Dans ce contexte chargé, 77 % 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.



**41%**

des acteurs des médias et du divertissement considèrent l'expérience client plus importante qu'il y a un an.

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

Les médias avec une satisfaction client élevée sont 3 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, deux tiers des médias ont cherché à déployer de nouveaux modes d'interaction avec les clients.

Le messaging a la cote. Parmi les entreprises qui ont ajouté un nouveau canal de communication, 36 % ont judicieusement opté pour un outil de messagerie comme WhatsApp.

Les champions de l'expérience client sont 1,8 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.



**50 %**

des acteurs des médias veulent gagner en agilité

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

Les sociétés avec un délai de résolution très court sont 3 fois plus susceptibles d'utiliser un gestionnaire de workflows.

## TENDANCE 04

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

Après des débuts difficiles, beaucoup de sociétés comptent maintenant pérenniser le télétravail. Aujourd'hui, 77 % des acteurs des médias ont pour projet de formaliser le travail à distance. Mais si 68 % des agents pensent avoir les bons outils, 50 % des responsables CX disent manquer de moyens pour mesurer leur succès.

La bonne nouvelle, c'est que 55 % de ces entreprises peuvent compter sur 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.

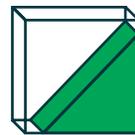
## TENDANCE 05

# Tout penche vers le numérique

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

En 2020, seules 27 % des sociétés du secteur ont augmenté leur budget CX, et 30 % l'ont réduit.

Mais il y a de l'espoir.



**43 %**

des entreprises du secteur 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.**