

BCG

THE BOSTON CONSULTING GROUP

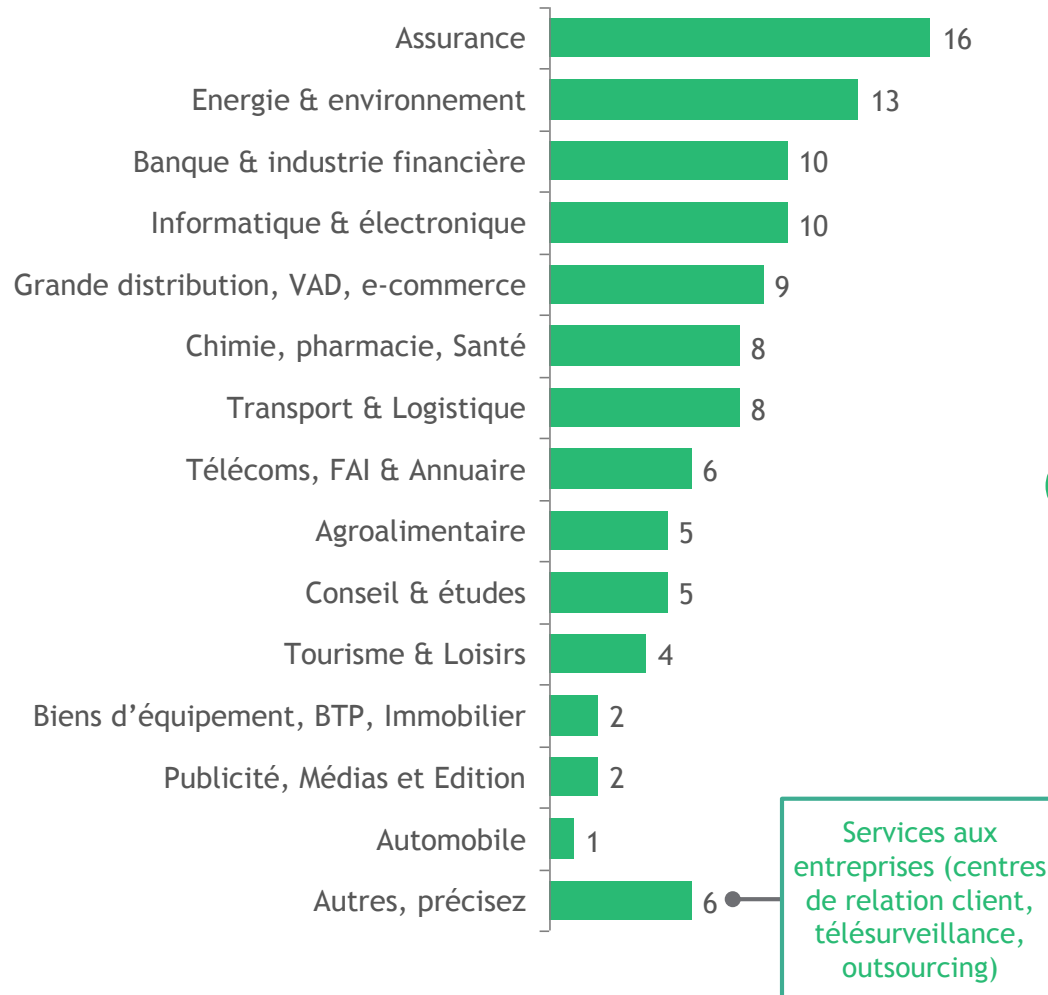
Evolution de la relation client

Quelle place pour l'interaction humaine dans une relation client de plus en plus digitale d'ici 5-10 ans ?

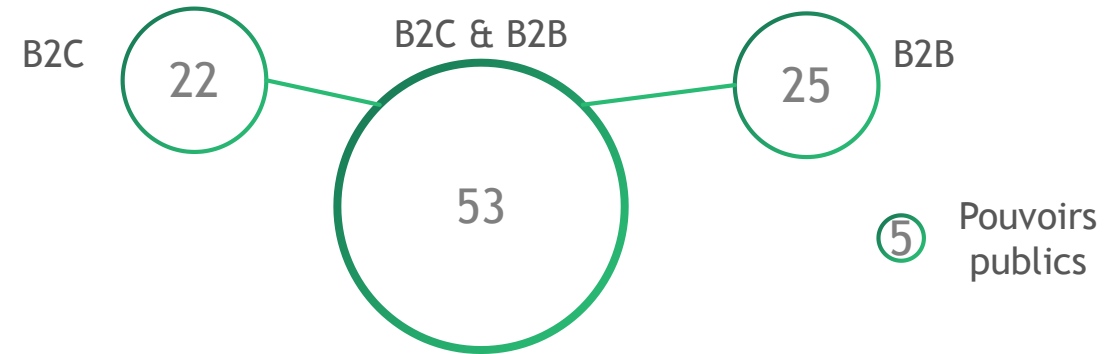
6 OCTOBRE 2017

The logo for AFRC, featuring the letters 'AFRC' in a bold, magenta font. A stylized, flowing magenta line underlines the letters, starting under the 'A' and ending under the 'C'.

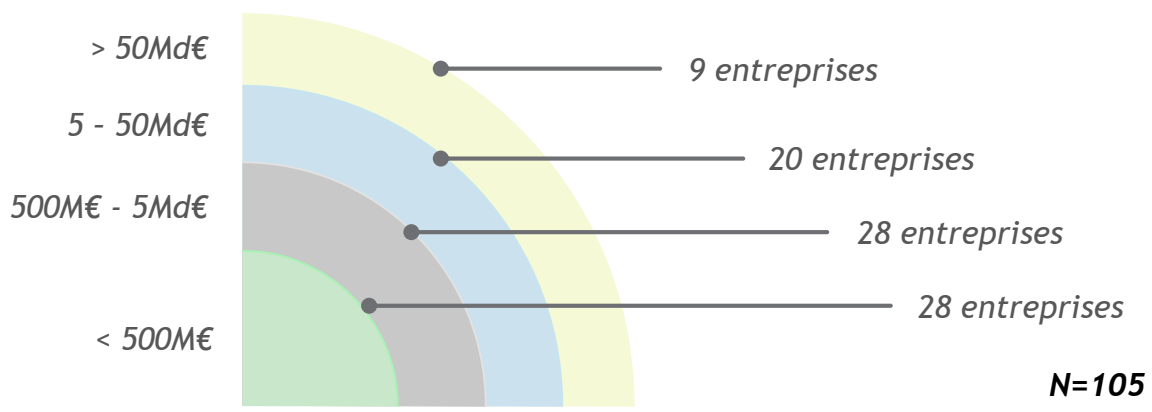
Un échantillon de répondants varié, représentant 85 entreprises dans plus de 15 industries



Des types de clientèle variés



... et des entreprises de toutes tailles (chiffre d'affaires - hors entreprises n'ayant pas répondu à la question)



Messages clés de l'étude

Un **Humain réinventé** et non supplanté par le digital

60% des répondants

pensent que la part de **l'interaction humaine** devrait rester **stable ou augmenter**, et s'orienter vers des **activités à plus forte valeur ajoutée**

Une **réinvention** générant avant tout du **chiffre d'affaires** et des volumes de vente

~90% des répondants

s'attendent à ce que ces changements aient un **impact positif** sur le **chiffre d'affaires**, plus que sur leurs **coûts**

Des **investissements** à concentrer en priorité sur les **outils** et la **culture d'entreprise**

60-70% des répondants

déclarent que la mise à jour des **systèmes**, le développement de **nouveaux outils** et la diffusion d'une **culture centrée-client** sont **tout à fait nécessaires** dans leur entreprise

Une mesure de la satisfaction client **plus systématique** et basée sur **l'observation**

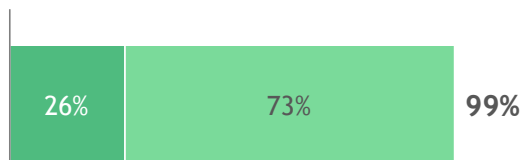
>50% des répondants

privilégieront à l'avenir le **social listening** et les **communautés de consommateur**, pour **mesurer la satisfaction client**

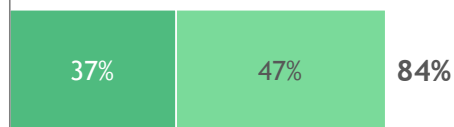
Les grandes tendances technologiques impacteront fortement les différents aspects de la relation client...



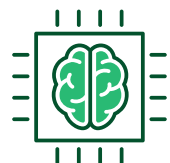
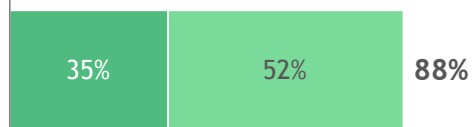
Mobile et connectivité



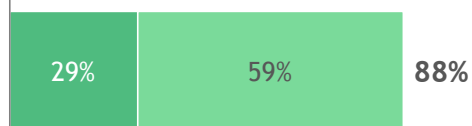
Big data



Internet des objets



Intelligence artificielle



■ Un certain impact ■ Impact fort

Principal impact attendu sur...



...la nature des interactions avec les clients

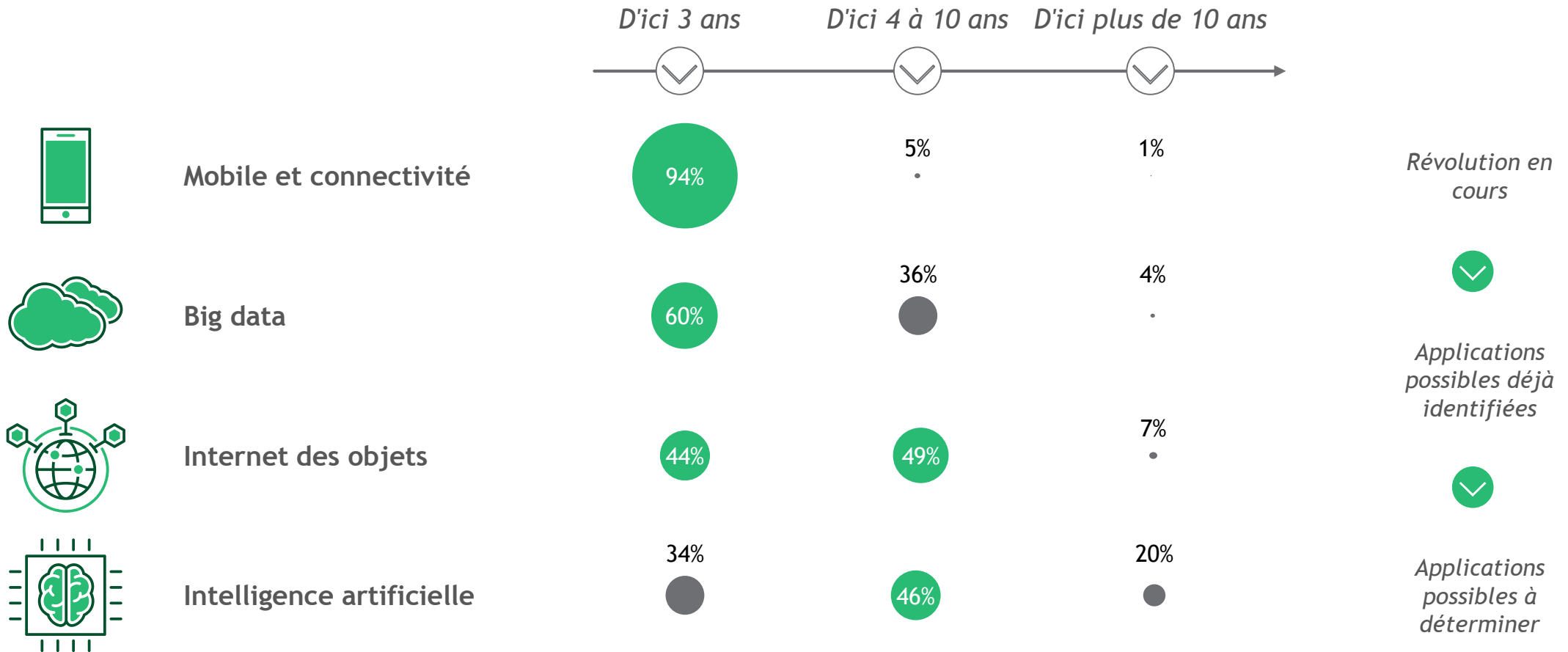
...la personnalisation des contenus à destination des clients

...les moyens de communication utilisés

...la nature des interactions et les outils de communication utilisés

N=105

... mais à des échéances variables, même si relativement proches

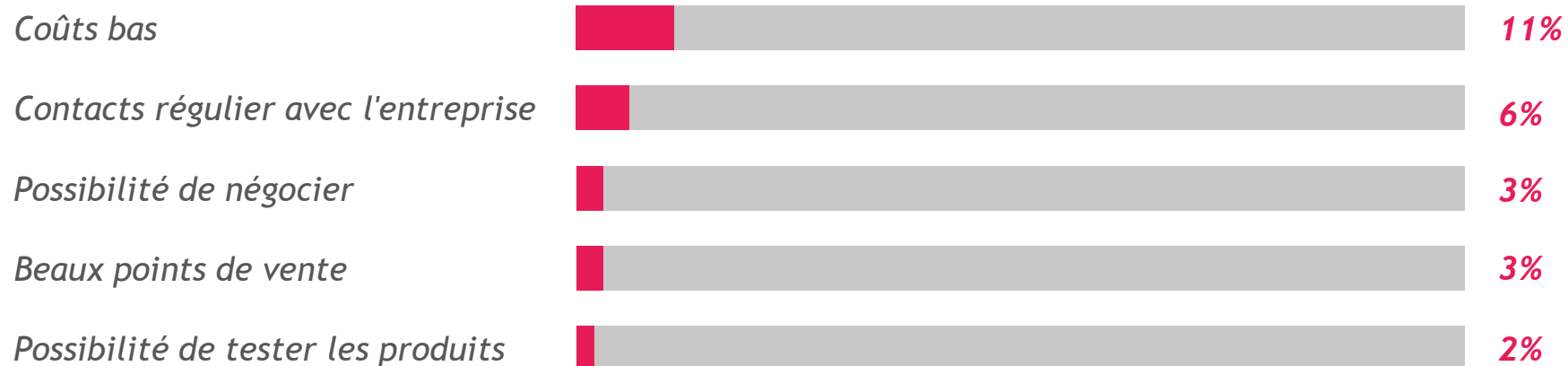
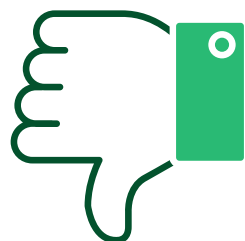


? Qu'apportera exactement l'**Intelligence Artificielle** à l'expérience client ? Sur quoi faut-il **investir** ?

N=105

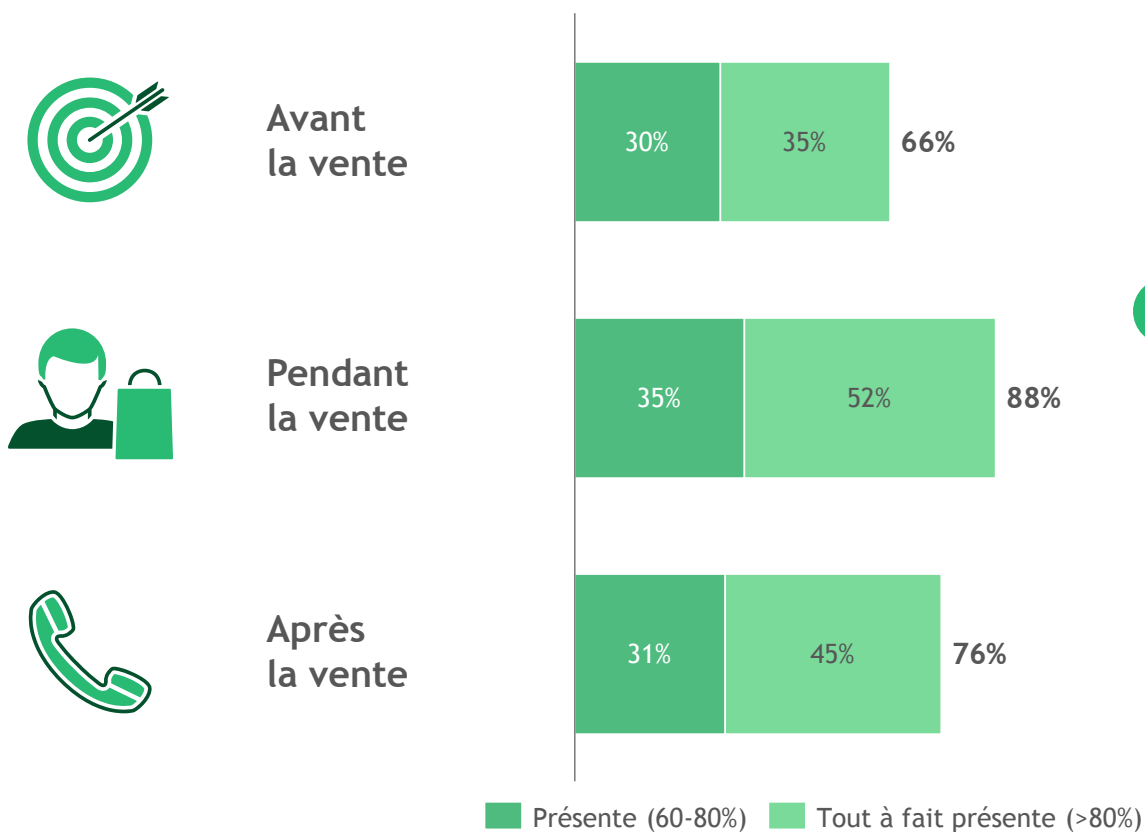
Les attentes des clients évolueront alors vers la recherche de relations simples, rapides et personnalisées

N=105

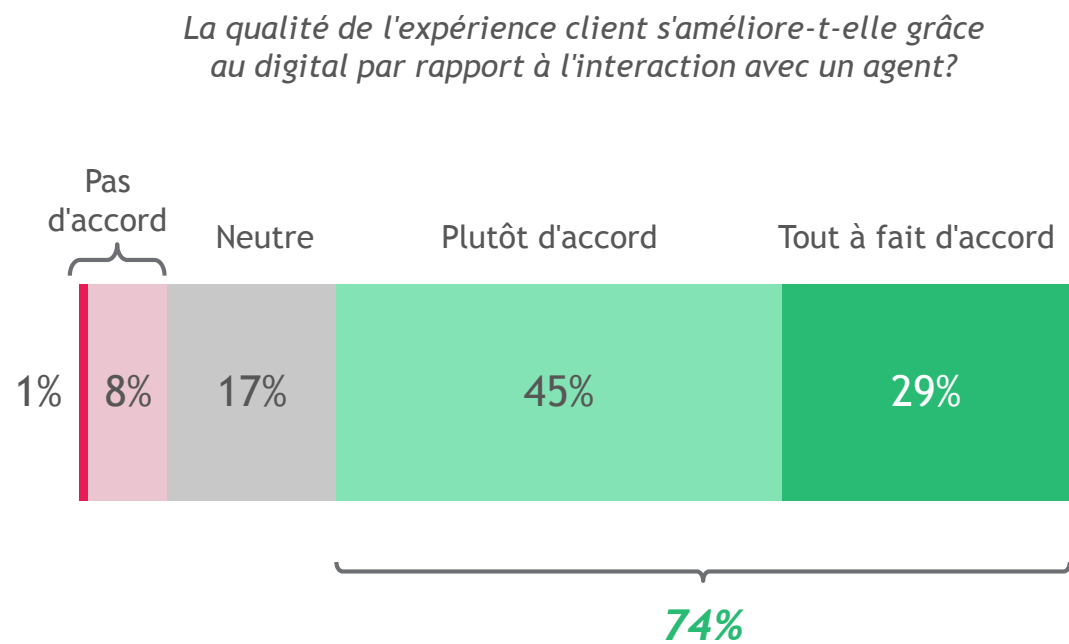


Le digital permet souvent de garantir une meilleure expérience client que l'humain seul

L'interaction humaine est aujourd'hui importante...



... mais le digital permet une nette amélioration de l'expérience client



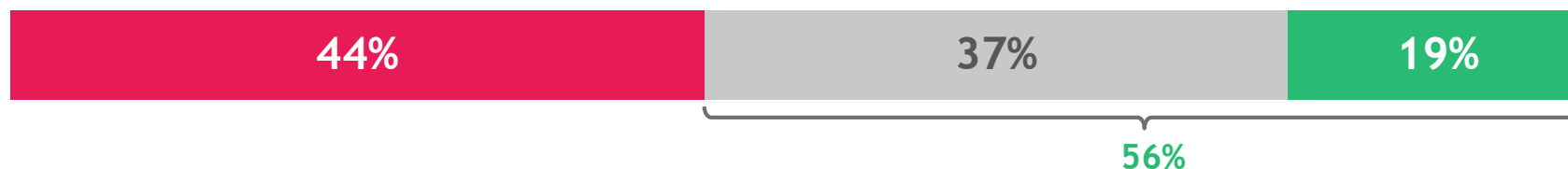
N=105

Pour autant, une majorité d'entreprises n'envisagent pas une baisse de l'interaction humaine, en particulier pendant la vente

La majorité des répondants envisage une part de l'interaction humaine stable ou en augmentation à horizon 5-10 ans



Avant la vente



Pendant la vente



Après la vente



■ Baisse ■ Stable ■ Hausse

N=105

A la différence d'aujourd'hui, l'interaction humaine sera de plus en plus concentrée sur des activités à forte valeur ajoutée...

L'interaction humaine sera justifiée quand elle apportera au client de **l'expertise**, de **l'écoute** et des **services à plus forte valeur**



Expertise

- Expertise et conseil sur les produits et services
- Recommandations
- Négociation



Ecoute

- Empathie, sympathie
- Compréhension
- Gestion des réclamations



Services à plus forte valeur

- Cas particuliers
- Services additionnels
- Services VIP

A fortiori pendant la vente, où l'humain est déclaré particulièrement important

Elle ne sera au contraire pas requise pour les **actes jugés simples** et facilement automatisables, ainsi que pour la recherche d'**informations sommaires**



Actes simples & automatisables

- Ouverture de compte
- Suivi durant l'achat
- Indemnisation



Recherche sommaire d'information

- Solutions de paiement
- Présentation et test des produits

Combien de temps avant que les technologies combleront leur retard et fassent preuve d'**empathie et d'écoute** ?

... une évolution qui se reflète dans les modifications envisagées des postes de coûts liés à la relation client



Equipes dédiées à la relation client



Outils de collecte et d'analyse de données



Outils de contact client



Outils de vente



Centre de relation client



Baisse Stable Hausse

L'accent sera mis sur des **équipes spécialisées** et des **outils de collecte et d'analyse des données** qui permettront d'améliorer la connaissance du client et l'expertise apportée par l'interaction humaine

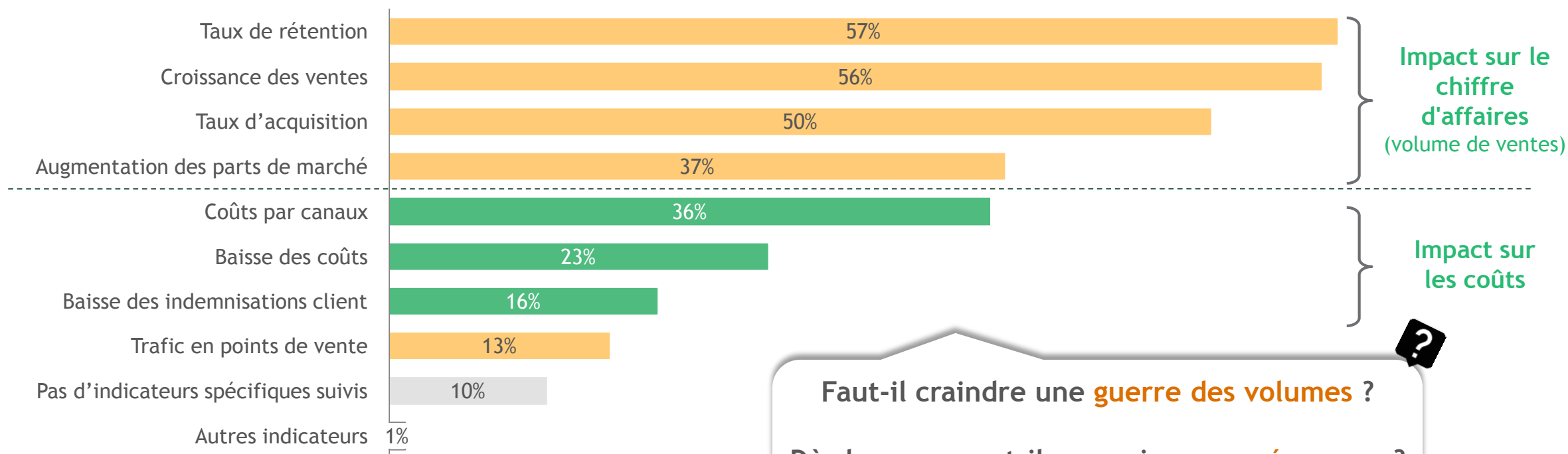
Le développement d'**outils digitaux** permettra de mieux répondre aux **besoins standards** des clients...

...amenant ainsi une diminution de la taille des CRC, liée au **redimensionnement** et à la **spécialisation** de l'interaction humaine

N=105

L'amélioration de l'expérience client est moins vue comme un levier de réduction de coûts que de croissance des revenus...

Les indicateurs que les entreprises déclarent vouloir mesurer pour suivre la satisfaction client témoignent d'un intérêt majeur pour la **croissance du chiffre d'affaires**



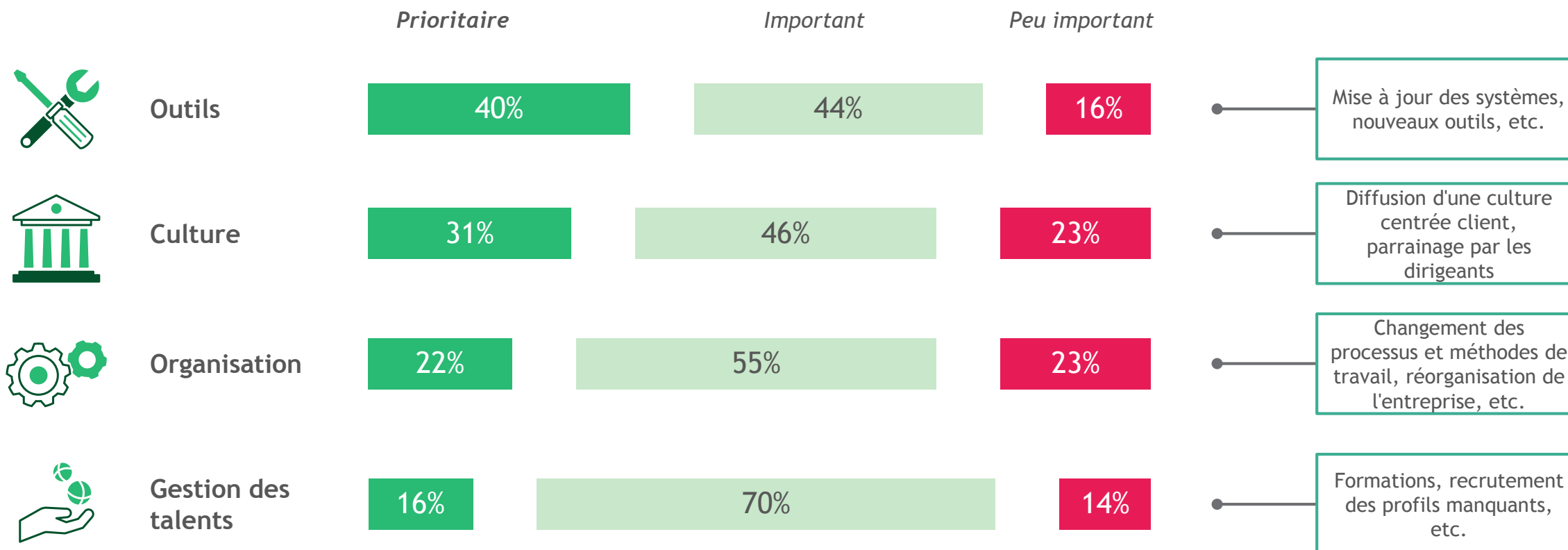
Faut-il craindre une guerre des volumes ?
Dès lors, y aura-t-il une prime au précurseur ?
Ou à la meilleure qualité d'exécution ?

N=105

Au-delà des outils, la culture d'entreprise et les ressources humaines requerront des investissements importants...

Tous les chantiers sont importants, mais à des degrés de priorité différents

Exemples de leviers d'action



... que les entreprises ont du mal à estimer

Les entreprises sont **loin d'être unanimes** concernant les montants à investir dans la relation client...



49%

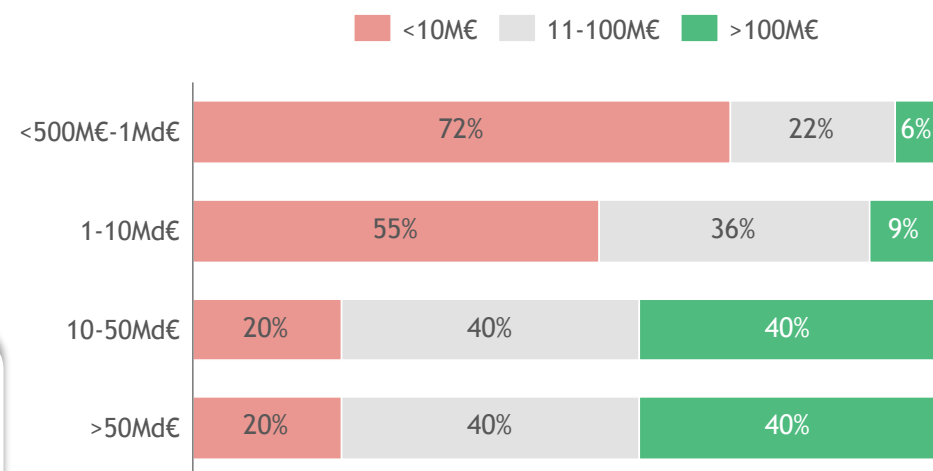
des répondants déclarent ne pas avoir d'idée précise du montant d'investissements requis / prévus



Le **niveau d'investissement** est-il un **indicateur pertinent** des efforts réalisés en matière d'expérience client ? Peut-on **révolutionner** l'expérience client **en investissant peu** ?



Tandis que les 51% restants sont partagés quant aux montants à investir

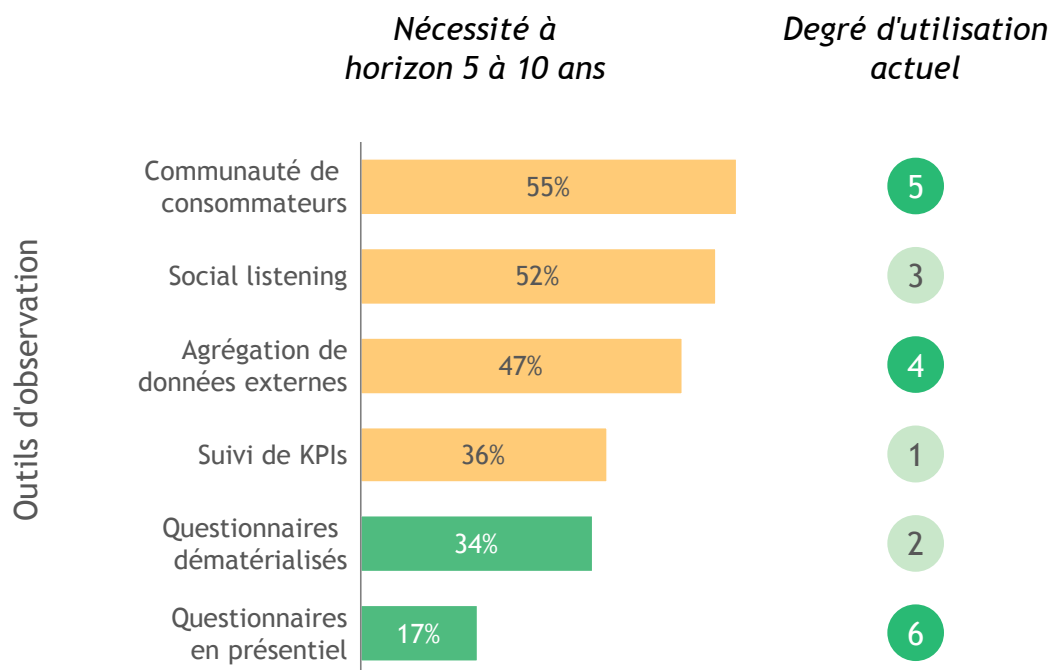


N=105

L'observation, plutôt que la sollicitation, permettra de systématiser le suivi de la satisfaction et de mesurer les progrès

A la différence d'aujourd'hui, les entreprises prévoient de moins solliciter les clients et de s'appuyer sur plus d'**outils d'observation**...

... ce qui leur permettra ainsi de **systématiser le suivi** de la satisfaction client

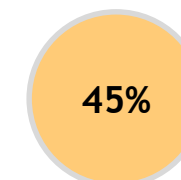


Actuellement

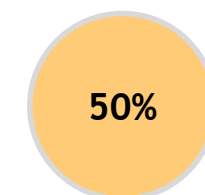


D'ici 5 à 10 ans

Mesure à chaque contact



Mesure à certains contacts



N=105

En synthèse...

Un **Humain réinventé**
et non
supplanté
par le digital

Une **réinvention**
générant avant
tout du **chiffre
d'affaires**
et des volumes
de vente

Des
investissements
à concentrer en
priorité sur les
outils et la
**culture
d'entreprise**

Une mesure de
la satisfaction
client **plus
systématique**
et basée sur
l'observation



Qu'apportera exactement l'Intelligence Artificielle à l'expérience client ?

Combien de temps avant que les technologies fassent preuve d'empathie et d'écoute ?

*Faut-il craindre une **guerre des volumes** ? A qui la prime ?*

L'investissement, un bon indicateur des efforts réalisés ? Peut-on révolutionner l'expérience client en investissant peu ?

Merci !

BCG

THE BOSTON CONSULTING GROUP

bcg.com