

Une nouvelle façon d'écouter ses clients ?

Speech Analytics

De la nécessité de s'assurer de ce qu'il se dit.

Le Service Client concentre de par sa fonction la majorité des interactions clients. Il est vu comme le **porte-parole** de la marque et à ce titre, la qualité des prestations se doit d'être suivie attentivement.

Pour ce faire, les Opérations disposent d'outils d'analyses puissants mais le plus souvent centrés sur le quantitatif et moins pertinent sur le qualitatif. Raison pour laquelle, les superviseurs passent de longues heures à écouter les appels...

En général en y consacrant une heure par semaine soit 100 appels par mois, vous êtes en mesure de faire le bon diagnostic. Imaginez la puissance et la précision d'une analyse réalisée sur la base de 100 appels par jour !

Pour quoi faire

Les moteurs d'indexation efficaces reposent sur une analyse phonétique et **sémantique** a priori supervisée, ce qui suppose un apprentissage. Au final, la solution comprend le fond et la forme et sait adresser des cas complexes comme :

1. La motivation des clients à appeler ou Caller intent
Savez-vous pourquoi vos clients appellent ?
2. Le comportement des conseillers ou Key behaviours
Comment réagissent les conseillers en fonction des motifs ?
3. La satisfaction client ou Customer sentiment
Quelles sont les causes profondes d'insatisfaction ?

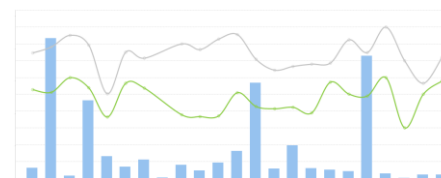
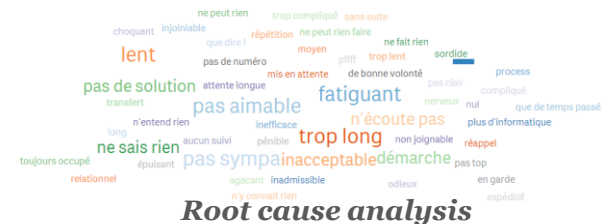
L'intérêt de la solution est de comprendre les situations, les comportements mais aussi et surtout d'en mesurer la fréquence et l'impact. Par exemple, les conseillers semblent fatigués mais dans quelle proportion et quel est l'impact sur la FCR et la CSat.

Libérez la force qui est en vous.

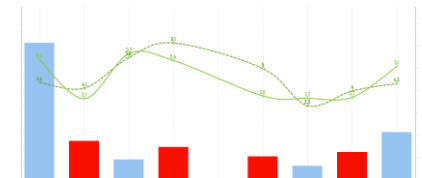
Le Speech Analytics va vous donner les moyens de chiffrer et donc de faire la démonstration de l'intérêt d'un investissement, devenant ainsi votre meilleur allié pour négocier un budget.

Mais cette techno existe depuis longtemps alors pourquoi en parler maintenant ? Tout simplement parce qu'elle se démocratise et son coût devient enfin raisonnable.

Vous allez donc pouvoir en disposer sans être obligé de justifier ce nouvel investissement...



Customer experience



Customer Service impact