

Faites de l'expérience client votre marque de fabrique.

Solutions d'expérience client (CX)

Dans le contexte économique actuel, l'expérience client (CX) est le nouveau juge de paix entre les leaders et les suiveurs. De fait, une CX intégrée et centrée sur les besoins des clients peut booster la satisfaction, la fidélité et la part de portefeuille client. Les statistiques ne mentent pas :

- 55 % des clients se tourneraient vers un concurrent pour des raisons purement expérientielles
- 59 % abandonneraient une transaction en ligne qui traîne en longueur
- 69 % déclarent que l'honnêteté et la transparence des données sont des gages essentiels à fournir en échange de leur confiance
- 47 % reviendraient vers une entreprise capable d'offrir une expérience intuitive et personnalisée, même si un concurrent était moins cher

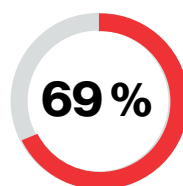
Une expérience client digne de ce nom passe par des technologies capables de créer des connexions à travers différents canaux. C'est là toute la mission des solutions CX de Verizon : découvrir les tendances, améliorer la qualité de service et répondre aux attentes de clients de plus en plus exigeants.

Une expérience client personnalisée, simplifiée et améliorée.

Aujourd'hui, les clients exigent des interactions fluides, intégrées, personnalisées et quasi-instantanées avec les entreprises. Dans ce contexte, vous ne pourrez gagner leur fidélité qu'en leur assurant un service rapide, simple et efficace.

Verizon vous aide à relever ce défi. Plateforme cloud Virtual Contact Center, gestion IA des canaux digitaux, services vocaux intelligents... nos solutions CX vous aident à améliorer votre écoute des clients, analyser leur feedback et répondre à leurs besoins. Savant mélange d'humain et d'IA, elles donnent à vos clients la possibilité d'obtenir ce qu'ils veulent, où ils veulent, quand ils veulent et comme ils veulent. Quant à vos agents, ils disposent de tous les éléments nécessaires pour améliorer l'engagement et la qualité des interactions clients.

Des fondations solides.



éviteraient une entreprise victime d'une compromission de données, même si son offre était plus attractive que celle de ses concurrents

Une bonne expérience client, c'est un service rapide, direct et hyper-personnalisé, mais c'est aussi une garantie de confidentialité des données des clients et de l'entreprise. D'où l'importance capitale d'une cybersécurité capable d'évoluer au rythme des risques. Seuls 7 % des clients affirment qu'ils resteraient fidèles à une entreprise victime d'une compromission de données majeure. Jamais à court d'idée, les cybercriminels redoublent d'inventivité et multiplient les tactiques. Ils exploitent ainsi le canal vocal ou téléphonique le plus facile à infiltrer, tout en ouvrant d'autres fronts sur différents canaux. Pour leur faire barrage, les solutions CX de Verizon réduisent le cyber-risque au maximum.

Par exemple, le service VoIP Inbound Anti-Fraud and Authentication* (powered by Pindrop®) intègre au réseau des outils avancés d'authentification et de détection des fraudes. Vous pouvez ainsi repérer les anomalies dans les comportements, les numéros de téléphone et les appareils des clients qui contactent votre centre d'appel. Cette capacité à authentifier les clients ouvre également de belles possibilités en termes de personnalisation.

Enfin, Verizon vous propose aussi de tester vos capacités de réponse à incident pour mettre en place un plan de riposte capable de neutraliser les risques les plus menaçants pour votre entreprise.

Des transactions accélérées et personnalisées.

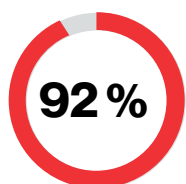
Lorsque les clients vous confient leurs données personnelles, ils exigent une expérience irréprochable en retour. Parmi les trois principaux avantages attendus, environ 67 % des clients disent vouloir des remises et promotions. Or, pour gérer ces données, les analyser et lancer des produits personnalisés et des services

innovants (intelligence artificielle, réalité virtuelle, etc.), il vous faut un réseau intelligent.

Grâce à ses technologies IP, Verizon intègre les informations générées à partir du réseau et d'autres sources pendant des interactions clients pour parvenir à vos objectifs d'expérience client fluide et homogène. Le centre de contact IP de Verizon (IPCC) rentre parfaitement dans cette optique.

Avec l'IPCC, votre centre de contact bénéficie de multiples types de numéros et options d'origine d'appel pour vos communications sortantes, et tout autant de possibilités pour les appels entrants, notamment l'IPIVR (standard et premium). Enfin, l'IPCC offre aussi aux entreprises des outils de gestion et de reporting, ainsi que des fonctionnalités de routage avancées pour mieux répondre aux attentes des clients.

Un concept centré sur le client.



des clients ne partageraient pas leurs données personnelles avec une entreprise à moins de savoir comment elles seront utilisées

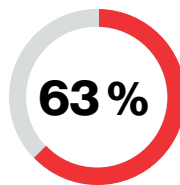
Pour gagner la fidélité de vos clients, vous devez montrer patte blanche. Seuls 8 % des consommateurs sont prêts à transmettre leurs données à une entreprise sans savoir comment elles seront utilisées. Vos clients doivent se sentir appréciés pour ce qu'ils **sont**, et non pour ce qu'ils **valent**, si vous voulez gagner leur confiance et leur fidélité.

Les services CX Design de Verizon analysent la voix du client pour vous aider à dessiner un plan destiné à combler les écarts entre vos prestations et leurs attentes. Nous vous accompagnons dans la création de personas, le mapping des parcours clients, le développement de cas d'usage et la documentation de votre stratégie avec un seul objectif en tête : proposer une expérience intuitive et efficace qui fera de vos clients les meilleurs ambassadeurs de votre marque.

Le seul moyen de se démarquer est de mettre en avant l'expérience client.

– Gordon Littlely, Directeur du pôle CX Monde de Verizon

Prêt à franchir un nouveau cap ?



des clients veulent pouvoir passer facilement d'un canal CX à un autre

Aujourd'hui, vos clients veulent des interactions plus intuitives et personnalisées. Avec Verizon, vous avez la garantie d'un partenaire fort de plus de 30 ans d'expérience dans les centres de contact. Choisir Verizon, c'est opter pour des réseaux intelligents et autonomes, sans oublier des outils d'évaluation capables de détecter les fraudes. Ensemble, nous trouverons la formule CX gagnante pour votre entreprise.

Plus d'infos :

Pour en savoir plus sur les solutions d'amélioration de votre CX, appelez votre représentant Verizon ou consultez notre site web enterprise.verizon.com/cx

© 2019 Verizon. Tous droits réservés. Verizon, le logo Verizon et tous les autres noms, logos et slogans identifiant les produits et services de Verizon sont des marques commerciales et des marques de service, déposées ou non, de Verizon Trademark Services LLC ou de ses filiales aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Les autres marques commerciales et marques de service citées sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.

* Certains services ne sont disponibles que dans certaines zones géographiques. Consultez votre représentant Verizon pour de plus amples informations.

Tous les chiffres cités dans ce document sont issus de « Gagner la bataille de l'expérience client : Risques et récompenses d'une expérience client de nouvelle génération », un rapport Verizon tiré d'une enquête en ligne menée auprès de 6 000 consommateurs de 15 pays et d'entretiens approfondis avec des experts CX. Étude menée par Longitude, une entreprise du Financial Times.