

CUSTOMER SUCCESS STORY



SOMFY OPTIMISE SON SERVICE CLIENT AVEC UN SELF CARE

A PROPOS DE SOMFY

Somfy est le leader mondial du contrôle automatique des ouvertures et fermetures de maisons et de bâtiments. La société est au cœur de la transformation des foyers avec la maison connectée, proposant fenêtres, sécurité, accès, éléments extérieurs et domotique.

LA RELATION CLIENT DE SOMFY EN BREF :

- Un service dédié aux clients BtoC avec près de quinze conseillers
- Près de 100 000 appels entrants par an
- 25% du CA du groupe réalisé en France, suivi des Etats-Unis

SOMFY OPTIMISE SON SERVICE CLIENTS AVEC EV SELF HELP

Suite à l'accélération de son activité dans les circuits courts - une croissance qui a plus que doublé en l'espace de 5 ans - le groupe Somfy s'est trouvé confronté à une hausse des appels clients BtoC et donc à une érosion de son taux de service. Les motifs concernent majoritairement l'installation, le fonctionnement des produits et pour une plus faible partie l'accompagnement lors de l'avant-vente.

UN DISPOSITIF DESTINÉ À BAISSER LE NOMBRE D'APPELS

Pour améliorer ce taux de service, l'objectif consiste à optimiser la prise d'appels. Cela passe notamment par l'amélioration de la qualité de réponse aux e-mails, la détection des problématiques récurrentes. En parallèle, un forum a été ouvert pour que les consommateurs échangent entre eux et qu'ils puissent trouver plus facilement des réponses. Cette initiative a fortement contribué à la baisse des appels entrants.

En complément de ce dispositif, Somfy pensait à installer un outil de selfcare sur son site. *“Le projet est né d'une belle histoire. Ancien chauffagiste, un de nos collaborateurs, qui avait de très bons taux de réussite quant à la résolution des problèmes clients, a souhaité faire autre chose, notamment des vidéos explicatives et autres didacticiels. Il a donc produit de nombreux contenus qui in fine ont été l'origine de la base de connaissance de notre portail. Ensuite, il nous a fallu trouver un moyen de mettre en œuvre ce projet sur notre site web. C'est alors que nous avons lancé une consultation en 2015 et challengé trois éditeurs”*, raconte Jean-Loup Castelneau, directeur digital du groupe Somfy.

“ Nous comptons gagner du temps et de la précision dans nos réponses afin d'encore mieux satisfaire nos consommateurs ”

Jean-Loup Castelneau

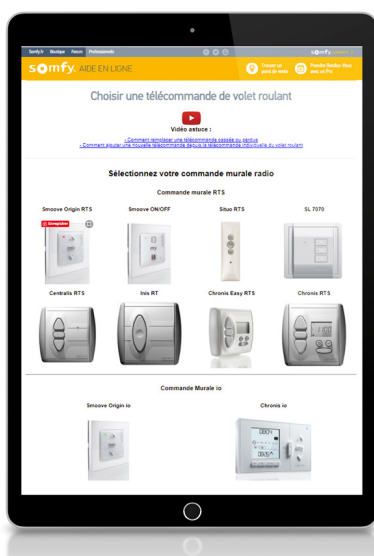
Directeur Digital du Groupe Somfy

UN OUTIL SELFCARE AU SERVICE DU SAV ET DE L'AIDE À L'ACHAT

Plusieurs raisons ont motivé le choix de Knowesia et la re-signature. Premièrement, l'aspect "user friendly" de la solution. Deuxièmement, l'accompagnement des équipes et la compréhension des enjeux métiers. "Nous avons procédé à une demi-journée de partage lors de laquelle les équipes de l'éditeur nous ont exposé plusieurs cas sur la façon d'appréhender nos problématiques. Etant à l'écoute : cela leur permet de mieux nous accompagner sur l'amélioration de nos pratiques et de nous proposer la meilleure offre", ajoute Jean-Loup Castelnau. Troisième et dernière raison évoquée pour le choix de EV Self Help : le rapport qualité-prix.

Depuis trois ans, la solution EV Self Help est intégrée au portail web du site de la marque. Elle permet, à travers des arbres décisionnels, d'accompagner le consommateur dans la résolution de son problème : SAV ou conseil à l'achat. Au premier niveau de cet arbre, la famille de produits proposés par Somfy. Et au dernier niveau, pour la partie résolution technique notamment, des vidéos explicatives et didactiques. Le collaborateur à l'initiative du projet se charge à plein temps de la solution de selfcare, crée l'ensemble du contenu et intègre les évolutions en fonction des indicateurs, des remontées des agents du service consommateur et des observations faites sur le site.

La solution EV Self Help permet aussi d'accompagner les équipes du prestataire externe en relation client de Somfy, en charge des débords d'appels. "On profite même de l'expérience des agents externes pour tester nos arbres de décision et s'assurer qu'ils sont optimaux. S'ils fonctionnent auprès d'eux, alors qu'ils ne sont pas spécialistes de notre métier nous sommes sûrs qu'ils seront compris par notre consommateur", indique Jean-Loup Castelnau.



FAIRE EN SORTE QUE LES CLIENTS TROUVENT UNE RÉPONSE GRÂCE AU SELFCARE

Lorsque Somfy a lancé son forum puis la solution EV Self Help, la marque a noté une baisse du volume des appels de 17%. Depuis, pour des raisons organisationnelles et conjoncturelles, les volumes ont légèrement augmenté. Sur l'année, le site enregistre 150.000 utilisations de EV Self Help à la fois pour l'aide au choix ou le SAV. La vraie question qui se pose désormais, c'est comment les internautes appréhendent le parcours proposé par l'arbre de diagnostic et savoir si ce dernier est 100% efficace. Cela nous permet de vérifier que les questions sont bien posées, les termes choisis sont corrects, etc. "On doit pouvoir se mettre dans la peau du consommateur et faire attention au discours et au langage, sachant que nos équipes sont très expertes et n'utilisent pas toujours les mêmes termes en interne."

Après trois ans de partenariat, Somfy a souhaité challenger EasyVista pour s'assurer que l'outil répondait toujours à ses besoins pour les problématiques présentes et futures : internationalisation – responsive design – IA – lien au CRM... Maintenant que cela est fait les équipes s'attèlent à internationaliser la solution dans les autres pays où le groupe est présent et où les problématiques sont sensiblement les mêmes : Allemagne, Italie, Espagne, Pays-Bas, Pologne, Liban, Etats-Unis.

SOUTENIR LES ÉQUIPES VIA LA SOLUTION EV SELF HELP

Somfy va interfacier la solution EV Self Help avec sa plateforme CRM Salesforce, de façon à relier le client, les produits et contextualiser les interactions. Ce projet va ainsi enrichir la connaissance client des équipes.

Autre évolution en prévision : l'équipement des agents de la solution. "Nous avons constaté que nous étions l'un des rares clients de EasyVista à avoir lancé notre solution de selfcare avant même d'équiper nos équipes du centre de contacts. Ils pourront ainsi accéder prochainement à l'ensemble de nos processus et bases de résolution de problèmes plus facilement et rapidement. Ils seront même en mesure d'y apporter des améliorations : nous comptons gagner du temps et de la précision dans nos réponses afin d'encore mieux satisfaire nos consommateurs ", déclare Jean-Loup Castelnaud.

À PROPOS DE EASYVISTA

EasyVista est un acteur global spécialisé dans la robotisation des services. La plateforme EasyVista automatise et personnalise la fourniture de services pour les employés et les clients des entreprises. Présent dans 8 pays en Europe et en Amérique du Nord, le groupe EasyVista compte plus de 1.300 clients dans le monde dans tous les domaines d'activité : services financiers, la santé, les technologies, le secteur public, la grande distribution, l'industrie... EasyVista est cotée sur Alternext d'Euronext Paris (ALEZV:EN).

La solution logicielle Self Help de EasyVista, permet de libérer pleinement votre service clients de toute complexité organisationnelle et technologique. Notre plateforme de digitalisation de process permet à vos utilisateurs d'accéder en temps réel via des parcours intelligents omnicanaux, à la bonne réponse selon leur demande et leur contexte. Vous accélérez ainsi la transformation digitale de votre entreprise et assurez l'engagement de vos clients dans la durée.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.easyvista.com/fr