

Pourquoi une bonne expérience pour les employés constitue le pilier d'une bonne expérience client



Aujourd'hui, les entreprises se focalisent exclusivement sur le service client et l'expérience client. Cette situation est logique dans la mesure où les clients et les entreprises passent tous deux à une collaboration, une communication et une assistance entièrement numériques. Dans le contexte de la pandémie de Covid-19 au niveau mondial, les demandes des clients sont en augmentation dans tous les secteurs. Selon les [données du benchmark Zendesk](#), les clients se tournent massivement vers les canaux numériques pour demander de l'aide.



Une bonne expérience client constitue un avantage concurrentiel majeur. C'est la raison pour laquelle les entreprises investissent déjà massivement dans ce domaine. Les entreprises qui facilitent les affaires avec les clients, qui fournissent un service personnalisé en utilisant les canaux de communication que les clients préfèrent et qui effectuent les transactions en toute fluidité ont le plus de chance de maintenir et même d'accroître leur clientèle au cours des mois difficiles à venir. Néanmoins, dans leur hâte à investir dans des outils qui fournissent plus d'informations sur le parcours du client, les entreprises sont susceptibles de négliger un autre outil efficace pour améliorer l'expérience client : l'expérience des employés, également appelée EX.

À l'instar de l'expérience client qui englobe l'ensemble des points de contact physiques et numériques entre les clients et une entreprise, l'EX est la somme de tous les points de contact entre une entreprise et sa main-d'œuvre. Voici les retombées d'une EX positives : selon un rapport de Gartner¹, « des employés motivés qui se sentent personnellement investis dans leur travail sont plus désireux et habilités à améliorer l'expérience client. »

Les entreprises se reposent encore plus sur les technologies qui gardent leurs employés connectés et informés tandis que ceux-ci se mettent en mode survie. Dans la mesure où les employés du monde entier ont rapidement adopté le télétravail, la « nouvelle normalité » souligne la nécessité d'anticiper l'imprévu avec agilité. Depuis, les outils de communication tels que Zoom et Slack sont devenus un mode de vie, mais les entreprises doivent aller plus loin et se montrer créatives afin de créer une infrastructure garantissant une main-d'œuvre connectée malgré le fait qu'elle soit dispersée. Ainsi, l'expérience des employés se voit améliorée, ce qui, à son tour, a une incidence positive sur l'expérience client et aide les entreprises à s'adapter rapidement face à l'imprévu.

Ce guide définira en quoi consiste l'expérience des employés et illustrera le rôle que joue la technologie pour créer d'excellentes expériences pour les employés.

1. Gartner, Improve Employee Experience to Drive Improvements in Customer Experience, Gene Phifer, 26 novembre 2019

En quoi consiste l'expérience des employés ?

L'expérience des employés est la somme de tous les points de contact physiques et numériques entre une entreprise et sa main-d'œuvre, que l'on peut classer dans les catégories suivantes :

Sur quoi nous travaillons

Les employés ont-ils la possibilité d'accomplir des tâches intéressantes ayant une incidence sur l'entreprise ?

Avec qui nous travaillons

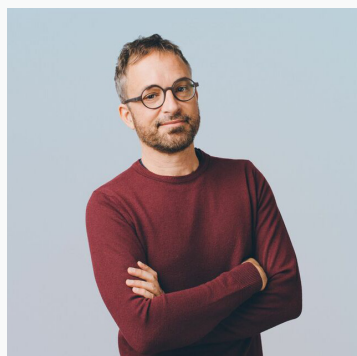
Les employés travaillent-ils autour de responsables et d'équipes inclusifs et enclins à les aider à progresser ?

Comment nous travaillons

Passez en revue l'expérience d'un employé, de la minute à laquelle il ouvre son ordinateur portable à celle où il le referme à la fin de sa journée de travail. Une bonne expérience pour un employé, tout comme pour une bonne expérience client, est fluide. Il s'agit de savoir si les différentes technologies fonctionnent bien ensemble et si les employés peuvent trouver facilement les informations dont ils ont besoin pour faire leur travail.

Comment nous sommes récompensés

Les employés sont-ils encouragés à bien travailler ?



Comment utiliser la technologie pour améliorer l'expérience de vos employés

L'amélioration de l'expérience des employés peut se répercuter directement sur les résultats nets de votre entreprise. Depuis 2009, un portefeuille d'entreprises de la liste « Best Companies to Work For » (Meilleurs employeurs) établie par Fortune [a dépassé de 84,2 % l'indice S&P 500](#), selon les études menées par Glassdoor. D'autre part, le même rapport Gartner qui avait conclu que les employés motivés qui se sentaient personnellement investis dans leur travail étaient plus désireux et habilités à améliorer l'expérience client a établi que l'inverse était également vrai. En effet, l'expérience des employés peut nuire aux performances organisationnelles et à l'expérience client lorsqu'ils ne sont pas personnellement investis dans leur travail et dans l'entreprise.²

Bien que l'expérience employé « idéale » soit différente pour chaque entreprise, il existe certaines meilleures pratiques universelles s'appliquant à « comment nous travaillons » et qui peuvent aider toutes les entreprises à améliorer l'expérience des employés et, in fine, à améliorer l'expérience client.



2. Gartner, Improve Employee Experience to Drive Improvements in Customer Experience, Gene Phifer, 26 novembre 2019



Plateformes omnicanal

Une caractéristique principale d'une bonne expérience client est de permettre aux clients de contacter les entreprises comme ils le souhaitent. Cela devrait être la même chose pour les employés. Les employés devraient pouvoir communiquer par e-mail, Slack, d'autres canaux de réseaux sociaux, chat, etc. s'ils ont une question. Cela est particulièrement vrai lorsque la majorité de la main-d'œuvre se trouve à distance et doit se reposer sur les canaux numériques. En permettant aux employés d'obtenir plus facilement des réponses à leurs questions, ceux-ci travaillent plus efficacement à long terme.



Personnaliser les communications

Les employés, tout comme les clients, apprécient les communications personnalisées selon leur situation unique. Mais y parvenir à grande échelle n'est pas une mince affaire. L'une des solutions pour accomplir cette personnalisation à grande échelle en entreprise consiste à mettre en place des bases de connaissances et des centres d'aide internes. En rassemblant toutes les informations de l'entreprise (politiques, nouveautés, procédures, connaissances institutionnelles) dans un seul endroit, les bases de connaissances permettent aux employés de se renseigner eux-mêmes pour toutes sortes de situations et de questions uniques. Une base de connaissances permet également à l'entreprise de partager des informations rapidement à de nombreuses personnes et de mettre à jour les politiques de l'entreprise en temps réel. Cette approche « one-to-many » (littéralement, « un à plusieurs ») est utile pour les entreprises qui ont besoin d'affecter rapidement une grande partie de leur main-d'œuvre à de nouvelles tâches ou méthodes de travail.



Démocratiser les connaissances institutionnelles

Savoir à qui poser les questions constitue l'un des gros problèmes rencontrés par les employés. « Qui est le spécialiste en ____ » semble être une connaissance institutionnelle qui n'est jamais écrite et qui évolue. Aidez les employés à naviguer dans votre entreprise en créant un service d'assistance interne ou des workflows basés sur un répertoire afin que les questions soient automatiquement redirigées vers le service qui convient. Par conséquent, les employés n'ont plus à se reposer sur les personnes qu'ils connaissent pour accomplir leur travail ou trouver réponse à leurs questions.



Automatiser, pour une plus grande efficacité

Rendre les processus internes les plus efficaces et productifs possible permet d'aider les employés à accomplir leur travail. Les technologies telles que l'automatisation du workflow, le self-service et l'IA peuvent contribuer à rendre l'expérience des employés plus efficace, ce qui, à son tour, libère plus de temps aux employés pour qu'ils puissent se concentrer sur d'autres aspects de leur travail, notamment l'expérience client. L'automatisation du workflow peut accélérer les tâches routinières, par exemple l'approvisionnement de nouveaux embauchés ou le routage des questions vers le bon service, tandis que le self-service permet aux employés de rechercher eux-mêmes, à leur propre rythme, les informations dont ils ont besoin sur certains sujets. L'IA, lorsqu'elle fonctionne de pair avec une base de connaissances ou un service d'assistance interne, peut automatiser les réponses aux questions de routine et même accomplir des tâches de routine sans aucune intervention humaine.

Le service d'assistance interne Zendesk pour une meilleure expérience des employés

Dans un contexte de pandémie de Covid-19 où les entreprises changent rapidement leur manière de faire des affaires, il n'est plus souhaitable, mais nécessaire, de bénéficier d'une excellente expérience pour les employés. Les employés, notamment ceux en première ligne, doivent s'adapter rapidement à une collaboration totalement à distance, et ce, tout en offrant un service efficace et empathique aux clients qui peuvent être anxieux ou contrariés. Nombreuses sont les entreprises qui se sont tournées vers la solution de service d'assistance interne Zendesk, qui peut être rapidement personnalisée afin de rationaliser les demandes internes et les workflows pour faciliter la collaboration.



[Tesco](#), le géant britannique de l'alimentaire, a tout d'abord mis en place Zendesk parce qu'il recherchait un logiciel « agile, souple et simple ». Aujourd'hui, il s'appuie sur la solution de service d'assistance interne Zendesk pour prendre en charge les demandes du personnel comptant 460 000 employés répartis dans neuf pays.



[L'État du Tennessee](#) a mis en place la solution de service d'assistance interne Zendesk afin de capturer des connaissances institutionnelles précieuses, ce qui a permis de raccourcir le délai d'intégration moyen des employés de six mois à six semaines.



Les organisations ont adopté la solution de service d'assistance interne Zendesk, car :

Elle est facile à configurer

Les entreprises ont besoin de mettre en place une solution interne rapidement, en particulier maintenant. Zendesk a récemment aidé des entreprises à intégrer des solutions en seulement deux jours, accélérant ainsi le retour sur investissement.

Elle est intuitive et facile à utiliser

Une interface intuitive implique que les équipes constatent immédiatement les avantages dès son déploiement. Les entreprises bénéficient également d'une adoption élevée, ce qui conduit à plus d'efficacité dans le temps et à plus de données sur l'expérience des employés. Ces données peuvent être utilisées par les entreprises afin d'identifier d'autres domaines à améliorer.

Son coût total de possession est faible

En se concentrant sur l'expérience utilisateur et en créant des solutions aussi intuitives et faciles à utiliser que possible, la solution Zendesk rend inutile l'embauche d'une armée d'administrateurs pour gérer uniquement un service d'assistance interne. Dans le même temps, une application de vente solide vous permet de continuer à travailler avec les systèmes existants au lieu de migrer vers des plateformes propriétaires.



Les employés ont déjà surmonté beaucoup de difficultés, et, dans la mesure où chacun s'adapte à de nouvelles manières de faire des affaires, ils continueront à en surmonter.

Les employés sont des clients, eux aussi. Le service d'assistance interne Zendesk vous permet de prendre plus facilement soin de vos employés, qui sont, en pratique, les premiers clients de votre entreprise. En posant les bases d'une excellente expérience pour les employés, vous vous assurez que votre entreprise offre également une expérience client exceptionnelle.

Apprenez-en plus sur la [solution de service d'assistance interne](#) Zendesk.

