

Internet : Les solutions vocales au service du marketing

Internet

Posté par : JulieM

Publié le : 29/5/2013 11:00:00

Pour conjuguer performances, qualité de service et relation client, les entreprises investissent des ressources importantes pour développer des infrastructures de différentes natures. Dans ce contexte, nous allons nous pencher sur la structure et l'apport des technologies vocales.

Donner de la voix à sa relation client, c'est une chose possible grâce aux différentes fonctionnalités offertes par le téléphone aujourd'hui. Centres de contacts, numéros intelligents, serveurs vocaux, ces aspects marketing reviennent aujourd'hui clairement de la stratégie de l'entreprise.

Comment choisir ? Matériel de centre de contacts, fonctionnalités multicanal, numéros colorés, courts, gratuits, à revenus partagés. Selon les besoins, exprimer et analyser, il est alors possible de choisir le bon mix qui sera la clé du succès et garantira une véritable qualité de service rendu à l'appelant.



Nous allons détailler quelques dispositifs proposés sur le marché :

Les numéros spaciaux

Quantifier la sollicitation téléphonique par type de média (presse, affichage, TV...), promouvoir un numéro facilement mémorisable, faire le bon choix de la tarification pour ses appels entrants... Le paysage est complexe et la réglementation des numéros intelligents difficile à déchiffrer. Au-delà de ces éléments, il est nécessaire de bénéficier d'une gestion unifiée des numéros et d'un pilotage efficace via des outils adaptés. Numéro d'appel gratuit ou générateur de revenus, numéro associé ou non à un serveur vocal intelligent... Quelle que soit la solution proposée, elle doit être personnalisée grâce à des services à forte valeur ajoutée : interface dédiée, paramétrage pour une organisation optimale, statistiques détaillées...

Les numéros courts

4 chiffres... C'est court, mais efficace. Le numéro court valorise l'image de l'entreprise, dynamise sa notoriété, renforce la proximité avec ses clients. Rappel sur les différents supports média, le numéro court exprime une facilité d'accès à un service commercial ou SAV et une mémorisation accrue. Associé au palier tarifaire défini par l'entreprise, ce numéro à 4 chiffres s'adapte au modèle économique souhaité : de la gratuité totale à la génération de revenus sur les appels entrants.

Le matériel de centre d'appel

Clé de voûte de la relation par téléphone, le matériel de centre d'appel a largement évolué et prend en compte une dimension multicanal : vidéo, chat, rappel automatique... Son lien avec le système d'information est également renforcé et il est une brique

incontournable de l'accompagnement de la relation client. Les constructeurs, intégrateurs, opérateurs proposent de nombreuses solutions technologiques, qu'il faut analyser en détail pour faire le meilleur choix et anticiper les évolutions de l'entreprise.

Le serveur vocal interactif

Traiter 100 % de ses appels entrants en dirigeant l'appelant vers les bons interlocuteurs, sites ou services de votre entreprise. Enjeu réel pour toute entreprise qui souhaite optimiser la gestion de ses appels entrants et soigner les premières prises de contact. Le serveur vocal interactif (SVI) peut participer efficacement à cet objectif. Faut-il encore le concevoir et le manipuler avec pertinence tout en se mettant aussi à la place de l'appelant.

Création sonore et accueil vocal

L'identité sonore caractérise la marque ou l'image de l'entreprise. Cette signature musicale, simple et compréhensible, valorise et favorise l'identification. Sa création, ou son adaptation téléphonique, est un élément important dans la diffusion de son image vers les appelants.

Ces quelques éléments permettent d'initier une démarche de marketing originale reposant sur une infrastructure industrielle et performante.