

E-commerçants : optimisation de la relation client avec le Live Chat

Info

Posté par : JPilo

Publié le : 2/12/2013 13:30:00

La relation client s'impose chaque jour davantage comme un élément de différenciation majeur face à la profusion de l'offre sur Internet. Ainsi l'innovation dans ce domaine devient-elle vitale pour convertir les prospects et fidéliser les clients.

Au-delà des canaux de communication dits traditionnels que sont le téléphone et le mail, d'autres vecteurs tendent à s'imposer. Parmi eux, **le Live Chat** offre une approche ludique et spontanée pour le client.

L'évolution des comportements et l'avènement du temps réel

Nous vivons désormais dans un monde où le « tout de suite » est une réalité. En ce sens, au même titre que l'on peut acheter en ligne et écouter immédiatement sa musique, le cyber consommateur souhaite bénéficier d'un service client accessible en temps réel. Le Live Chat est donc très adapté aux attentes des professionnels du e-commerce. Concrètement, le Live Chat a connu depuis ces dernières années une nouvelle jeunesse et s'est positionné aussi bien sur des sites de vente que sur des sites corporate comme un nouvel outil de communication proposé aux clients.

Déployer des équipes dédiées à ce média

Pour autant, proposer un service de Live Chat nécessite de mettre en place un mode de traitement et des équipes spécialisées sur ce vecteur de communication. En effet, travailler en mode Live Chat peut s'avérer être un exercice déstabilisant pour les conseillers non rompus à ce type d'échange. De plus, bien que convivial, le niveau de réponse apporté doit rester extrêmement qualitatif (les smileys, lol et autres expressions classiquement utilisés dans les échanges personnels sont bien entendu à proscrire). N'oublions pas que le but premier est d'offrir une qualité de service au client final.

Des bénéfices appréciables

Pour les e-commerçants, l'intégration du Live Chat est donc un nouveau vecteur de leur relation client. À titre d'exemple, une étude du CCM Benchmark montre que 83 % des e-commerçants utilisent le click to Chat pour améliorer l'expérience client et améliorer le taux de conversion. Les bénéfices sont donc fortement appréciables, car ils influent aussi bien au niveau de la qualité proposée au client que sur la performance et la croissance des ventes réalisées sur les sites e-commerce.

Parmi les principaux bénéfices, nous pouvons donc clairement faire ressortir les éléments suivants :

- Un moyen efficace d'accroître le taux de transformation ;
- Une aide précieuse tout au long du cycle de vente ;
- Un vecteur de communication engageant pour communiquer avec le client ;
- Un outil de différenciation par rapport à la concurrence.

Ces premiers éléments montrent l'intérêt d'utiliser le canal Live Chat pour fidéliser et recruter des clients dans le domaine du e-commerce. Le succès des premières expériences menées sur le marché devrait donc se généraliser auprès de la majorité des professionnels de la vente en ligne à court terme.

Cette mouvance s'inscrit parfaitement dans le cadre des stratégies de gestion de l'ensemble des canaux de communication plébiscités par les e-commerçants. Et n'en pas douter, l'ère du Live Chat va donc s'imposer comme un must-have générationnel de valeur ajoutée. Conclue Frédéric DURAND, Fondateur de Diabolocom.