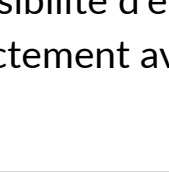
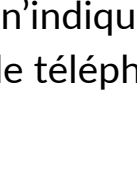


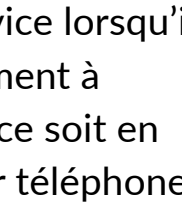
Le virage numérique

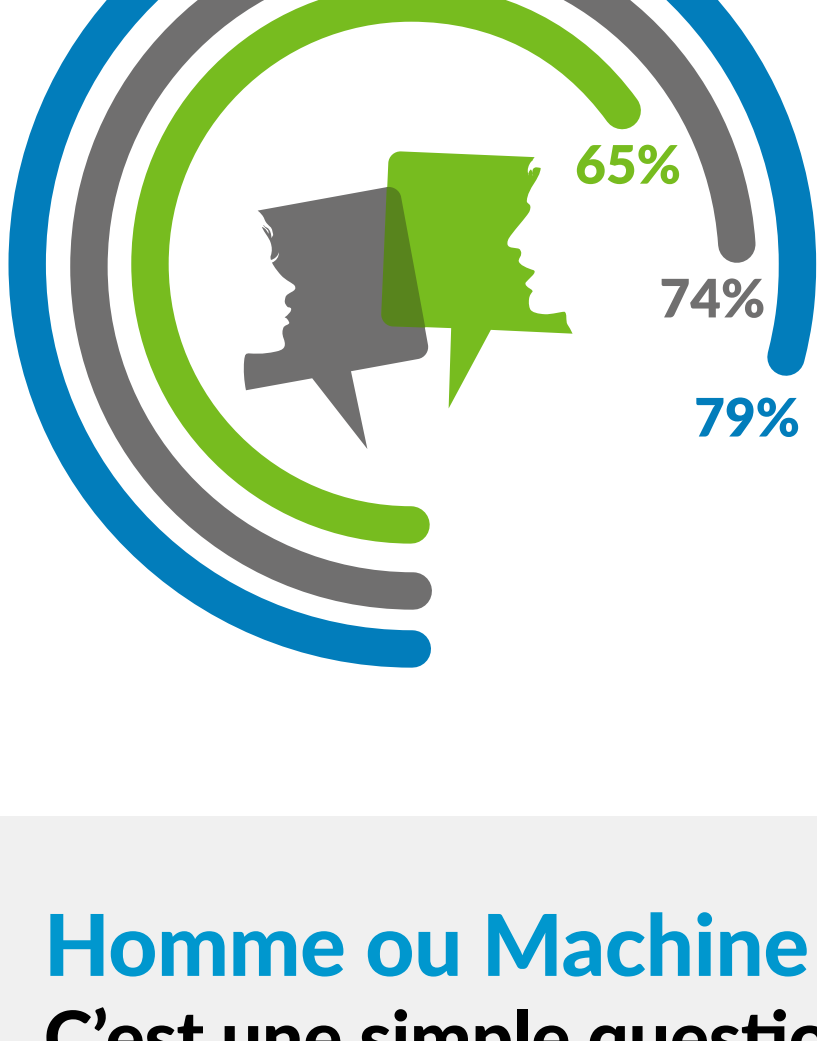
La toute dernière étude Verint, portant sur 12 pays, met en avant le besoin de trouver le juste équilibre entre service client numérique et physique.

Conserver un facteur humain

79%  veulent que le service client conserve la possibilité d'entrer en contact directement avec un être humain

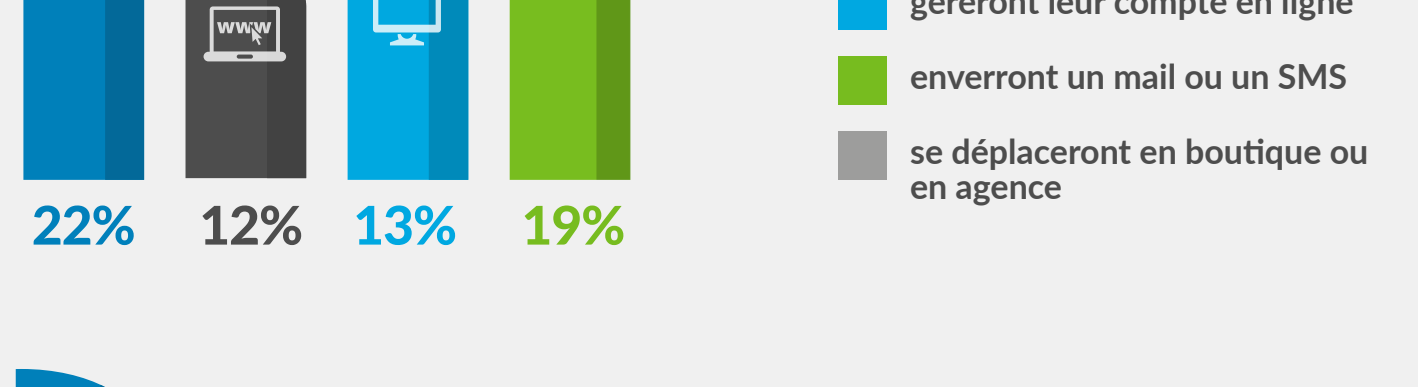
74%  n'aiment pas avoir affaire à des sociétés qui n'indiquent pas de numéro de téléphone sur leur site web

65%  pensent qu'ils obtiennent un meilleur service lorsqu'ils parlent directement à quelqu'un, que ce soit en boutique ou par téléphone

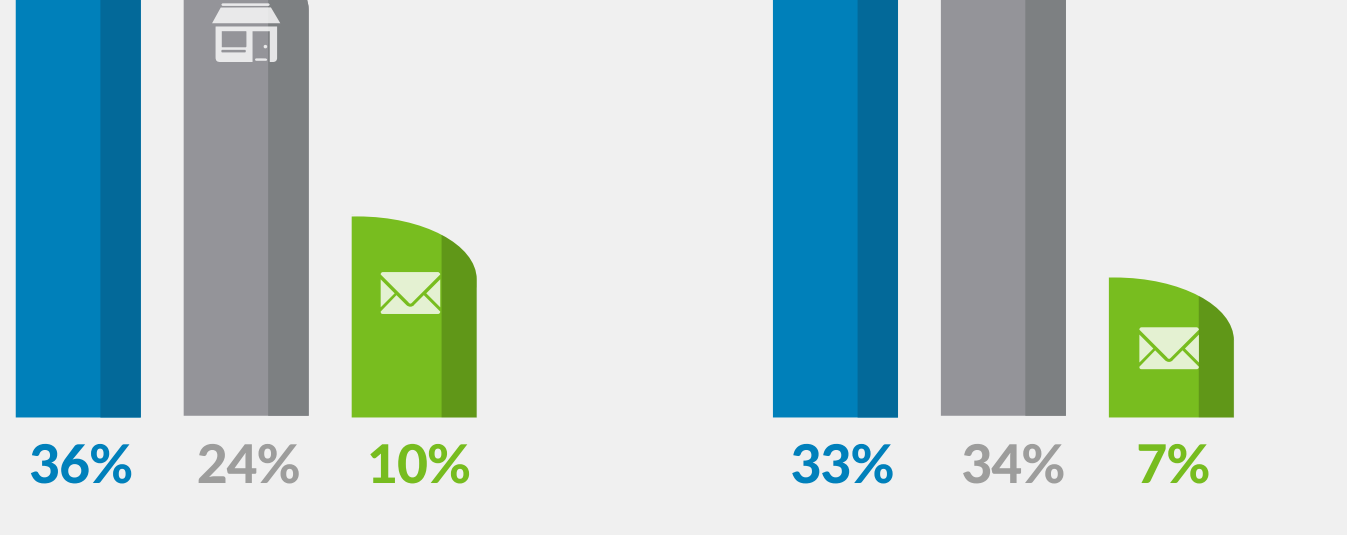


Homme ou Machine ?

C'est une simple question de complexité...



Méthodes préférées par les consommateurs pour contacter les entreprises dans le cadre du service client



Passer un appel téléphonique

25%

Se déplacer en boutique ou en agence pour parler à quelqu'un en face-à-face

23%

Gérer son compte en ligne

22%

Envoyer un email ou un SMS

14%

Utiliser une application mobile

9%

Le facteur humain aide à susciter la fidélité

Les consommateurs qui ont bénéficié d'une expérience client de qualité en face-à-face ou par téléphone adoptent un comportement plus favorable avec la marque qu'après une expérience en ligne. Ils sont :

38%

à être davantage susceptibles de racheter le même produit ou service, même s'il n'est pas le moins cher

27%

à être davantage susceptibles d'adhérer au programme de fidélité de l'entreprise

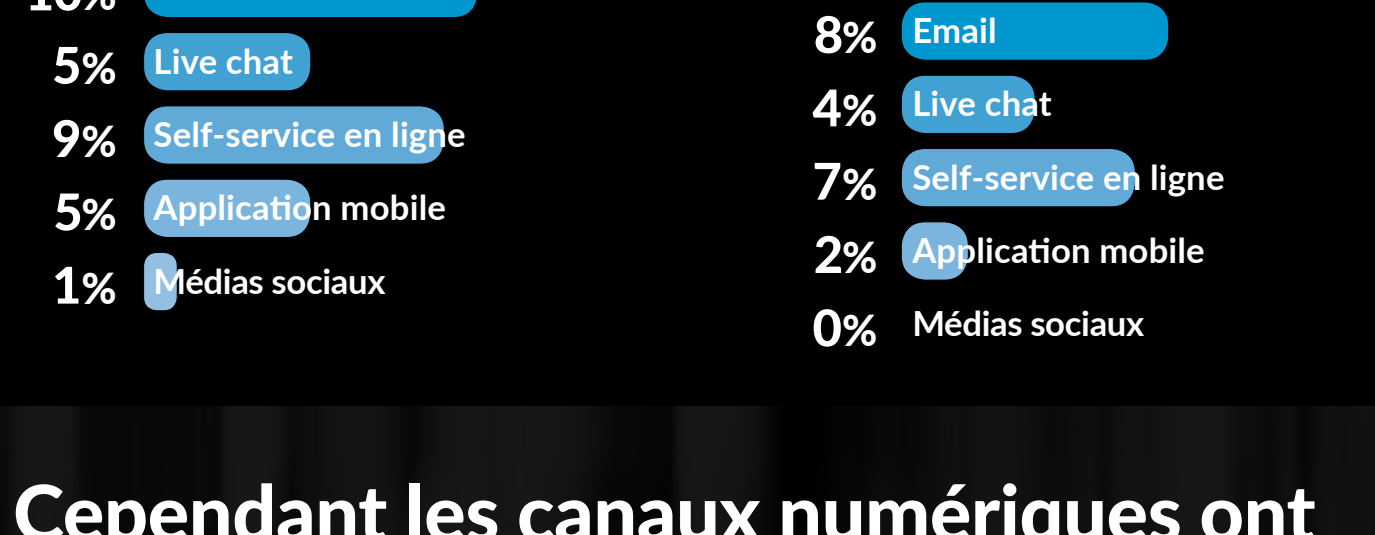
19%

à être davantage susceptibles de laisser un avis positif

Par ailleurs, **57%** des consommateurs sont davantage susceptibles de ne rien faire à la suite d'une expérience client positive sur les canaux numériques qu'à la suite d'une interaction réussie avec une personne physique.

Les plus jeunes générations, vos clients de demain, poussent le plus l'utilisation du numérique.

Canaux que les consommateurs veulent se voir proposer par les marques, en fonction des générations :



Cependant les canaux numériques ont également besoin d'un facteur humain.

8 clients sur 10 apprécient que les services soient personnalisés en fonction de leurs besoins, soit une hausse de **52%** par rapport à l'an dernier

2 sur 3 pensent que le service client en ligne et via les terminaux mobiles devrait être plus rapide, plus intuitif et plus à même de répondre à leurs besoins

Attention : une attrition plus importante chez les clients numériques

En moyenne, sur l'ensemble des secteurs d'activité couverts par l'étude, **57%** des clients sont fidèles à leurs prestataires depuis plus de trois ans

Mais tous les clients ne sont pas égaux :

Les clients qui préfèrent le contact humain sont plus fidèles

58% sont fidèles à leurs prestataires depuis plus de trois ans

Les clients qui préfèrent les canaux numériques sont plus enclins à changer de prestataires

49% sont fidèles à leurs prestataires depuis plus de trois ans

Quel que soit le canal considéré, la transparence sur l'utilisation des données clients reste un facteur clé

89% des clients veulent s'assurer de la sécurisation de leurs informations personnelles

86% des clients veulent savoir si leurs données seront transmises à des tierces parties

Pour plus d'informations :

www.verint.com/le-virage-numerique



About the research
 Cette étude a été menée pour le compte de Verint entre le 23 juin et le 20 juillet 2016 par le cabinet britannique Opinium Research LLP. Ont été interrogés 24 000 consommateurs dans les pays suivants : Australie (2 000 personnes), Brésil (2 000), Inde (2 000), France (2 000), Allemagne (2 000), Japon (2 000), Mexique (2 000), Pays-Bas (2 000), Nouvelle-Zélande (2 000), Afrique du sud (2 000), Royaume-Uni (2 000) et Etats-Unis (2 000). L'étude a été conduite en ligne, dans la langue de chacun des pays concernés et les personnes interrogées ont reçu une récompense pour leur participation.

Verint. Powering Actionable Intelligence®
 Verint Systems Inc. (NASDAQ: VRNT) est un leader mondial en matière de solutions d'Actionable Intelligence visant à faciliter la gestion de l'optimisation de l'engagement client, des renseignements sur la sécurité, de la fraude, du risque et de la conformité. Actuellement, plus de 10 000 organisations utilisent les solutions Verint dans plus de 180 pays pour améliorer la performance d'entreprise et rendre le monde plus sûr. Pour en savoir plus : www.verint.com.

info.fr@verint.com +33 (0)1-55-27-36-60 verint.com/ceo blog.verint.com twitter.com/verint facebook.com/verint

Toute utilisation, reproduction ou modification non autorisée de ce document, en tout ou en partie, effectuée sans le consentement écrit de Verint Systems Inc. est strictement interdite. A travers ce document, Verint Systems Inc. ne fait aucune déclaration quant à l'exactitude ou à l'exhaustivité de son contenu et se réserve le droit de le modifier à tout moment sans préavis. Les caractéristiques citées dans ce document peuvent être sujettes à modification. Merci de vous adresser à votre agent Verint pour tout renseignement sur les caractéristiques et les spécifications de nos produits. Toutes les marques suivies du symbole ® ou TM citées dans ce document sont des marques déposées ou des marques commerciales de Verint Systems Inc. ou de ses filiales. Tous droits réservés. Toutes les autres marques sont les marques commerciales de leurs propriétaires respectifs. © 2016 Verint Systems Inc. Tous droits réservés mondialement.