

L'interaction à l'ère du toujours connecté

Comment les humains et la technologie travaillent ensemble pour répondre à des attentes croissantes

VERINT.

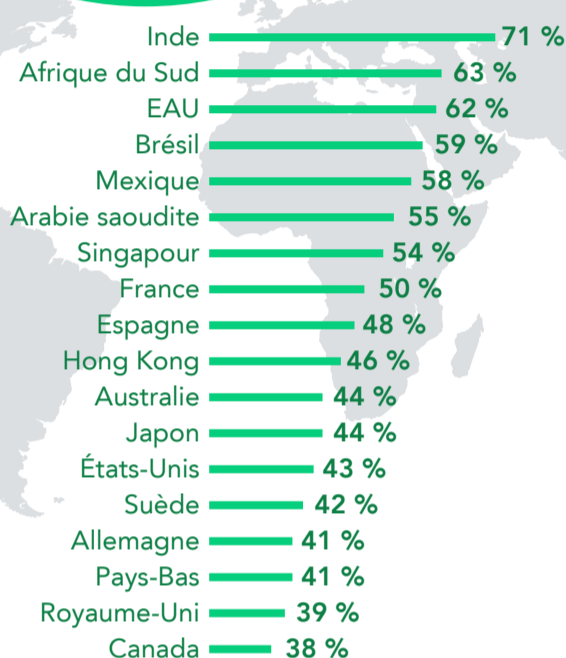
La dernière étude menée dans 18 pays explore comment la demande de services 24h/24, 7j/7 a modifié les attitudes à l'égard de la technologie sur le lieu de travail.



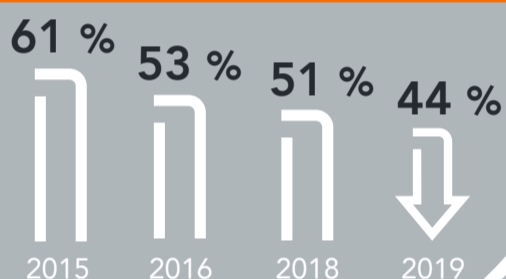
La commodité domine quand les clients demandent un service toujours connecté

- 77%** déclarent que la commodité est un facteur essentiel lors du choix d'un fournisseur de service.
- 68%** se sentent plus fidèles envers les marques qui rendent l'interaction facile et pratique.
- 60%** s'attendent à pouvoir interagir sur n'importe quel canal et à tout moment.
- 52%** des 18-24 ans pensent que la commodité d'un service numérique est plus importante que l'interaction avec un humain.

À l'échelle mondiale, **49%** des clients déclarent que la commodité est un critère plus important que le prix lors du choix d'un fournisseur.



À l'ère du toujours connecté, la **fidélité reste plus complexe** alors que la fidélisation de la clientèle continue de diminuer.

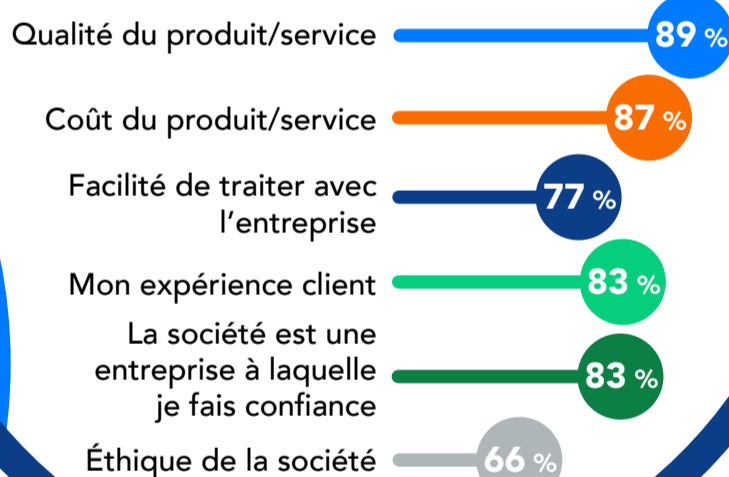


Alors que les canaux numériques continuent de gagner en popularité...

- La demande d'interaction sur les applications mobiles a augmenté de **57%** l'année passée.
- La gestion du compte en ligne ou le libre-service sur le web sont le principal canal d'interaction (**34%**).
- ...la valeur de l'interaction humaine demeure, particulièrement pour les interactions de haute valeur et une main-d'œuvre hybride devient essentielle pour répondre aux attentes croissantes.
- Parler à un agent est la deuxième méthode d'interaction la plus populaire (**30%**).
- La boutique ou la succursale physique a de l'avenir, elle est préférée par **29%** des clients.
- 60%** des clients pensent qu'ils peuvent négocier un meilleur résultat lorsqu'ils parlent à un humain.

Il ne s'agit pas seulement du produit ou du service. **Vous devez exceller dans tous les domaines !**

Les raisons du choix d'un fournisseur :



Il est essentiel de comprendre vos clients à l'échelle individuelle. **Faites attention aux différences générationnelles.**



info@verint.com
 Amériques : 1-800-4VERINT
 APAC : +(852) 2797 5678
 EMEA : +44(0) 1932 839500
verint.com/research



À propos de l'étude

Cette étude commandée par Verint a été réalisée du 1^{er} au 11 février en association avec la société d'études Opinium Research LLP. Nous avons interrogé 34 068 clients dans les pays suivants : Afrique du Sud, Allemagne, Arabie saoudite, Australie, Brésil, Canada, Émirats arabes unis, Espagne, États-Unis, France, Hong Kong, Inde, Japon, Mexique, Pays-Bas, Royaume-Uni, Singapour et Suède.

L'étude a été menée en ligne dans la langue locale de chaque pays et les personnes interrogées ont été rémunérées en échange de leur participation. Les secteurs concernés par l'étude comprenaient les services bancaires, les e-commerce, les cartes de crédit, les assurances, les fournisseurs de téléphonie mobile, distributeurs, les télécommunications, les voyages et les services publics.

VERINT.

The Customer Engagement Company™

© 2019 Verint Systems Inc. Tous droits réservés dans le monde entier. L'utilisation, la reproduction ou la citation de tout ou partie de cette infographie sans le consentement écrit de Verint est strictement interdite. Toutes les marques citées ici avec le symbole ® ou TM sont des marques commerciales ou des marques commerciales de Verint Systems Inc. ou de ses filiales. Toutes les autres marques sont des marques commerciales appartenant à leurs propriétaires respectifs.