Développez votre image de marque en externalisant par le service d'assistance à la clientèle

On ne saurait trop insister sur l'importance de la création de la marque, surtout à l'ère numérique dans laquelle nous vivons et faisons des affaires. Les clients ayant un accès plus direct à votre organisation que jamais auparavant, vous voulez créer une impression unique et positive par tous les canaux. De plus, les clients s'attendent à une touche plus personnelle. L'établissement de la marque, c'est aussi établir des relations. Vous voulez que votre entreprise ait sa propre identité et communique clairement un ensemble de valeurs. Vous voulez vous engager et vous aligner avec vos clients de manière professionnelle, tout en introduisant une certaine familiarité dans vos transactions pour créer un lien spécial. La fidélisation de la marque assure un avenir durable à votre entreprise. Cela dit, sans bâtir une marque forte, vos clients auront du mal à vous faire confiance. Vous risquez de les perdre au profit de concurrents qui ont investi dans la culture d'une meilleure identité de marque. L'établissement d'une excellente norme de service à la clientèle est essentiel pour bâtir votre marque.

Pensez-y : De la même manière que les clients ont une ligne plus directe avec votre entreprise, ils ont également un accès immédiat à ce que les autres pensent de votre entreprise. En quelques clics rapides, un client potentiel peut parcourir les avis Yelp et Google, vérifier la note de votre organisation sur Facebook, parcourir votre engagement sur Twitter, etc. Un service à la clientèle médiocre et un manque d'engagement ne peuvent pas être balayés sous le tapis. Le manque de réponse et les avis négatifs des clients peuvent avoir de graves répercussions sur votre réputation et votre identité de marque. Gérer une entreprise prospère est compliqué, quelle que soit sa taille. Il y a beaucoup de pièces mobiles. Il est courant que les gestionnaires et les membres de l'équipe portent plusieurs chapeaux. Mais aucune personne ne peut gérer tous les aspects de votre entreprise, et ce peut être une erreur d'essayer de tout gérer à l'interne. Si une partie essentielle de votre entreprise, comme le service à la clientèle, tombe à l'écart, il est temps d'envisager la sous-traitance. Le sort de la réputation de votre marque en dépend. Voici quelques façons dont l'externalisation du service à la clientèle et la création d'une marque prospère vont de pair.

1. LE RENFORCEMENT DE LA MARQUE

CRÉER DE L'UNIFORMITÉ

La stabilité, l'uniformité et la fiabilité sont des caractéristiques que les clients apprécient vraiment. Cependant, ne confondez pas l'uniformité avec la stagnation ou le manque de croissance. Les marques les plus prospères sont constamment innovatrices ou adaptables de façon constante, par exemple.

Pensez aux grandes marques et à leurs logos omniprésents : les arches dorées de McDonald ou le swoop de Nike. Ils sont immédiatement reconnaissables et ont une connaissance étonnante du

haut de l'esprit. Pourtant, l'image de marque va bien au-delà du pouvoir singulier d'un logo. Ce qui a véritablement solidifié ces géants au sommet de la chaîne alimentaire, c'est leur niveau supérieur et constant de service à la clientèle, d'engagement et d'adaptabilité.

SOLUTION D'IMPARTITION : SOINS 24 HEURES SUR 24, 7 JOURS SUR 7

Si vous voulez bâtir une marque réussie, vous devez offrir un soutien cohérent et fiable. Les clients ne s'attendent pas à ce que vous soyez là seulement une partie du temps ; ils s'attendent à des soins 24 heures sur 24. Avec l'essor de la mondialisation, de la technologie mobile et de la diminution de l'horaire de 9 à 5, les clients comptent de plus en plus sur le service d'assistance à la clientèle en dehors des heures normales de bureau.

L'impartition du service à la clientèle vous permettra de puiser dans les ressources d'un fournisseur expérimenté dont le personnel est déjà équipé pour fournir un soutien de haut calibre à tout moment qui convient à vos clients. Votre entreprise ne sera pas restreinte par les fuseaux horaires et pourra exploiter un marché plus mondial. De plus, votre marque bénéficiera de la cohérence et de la fiabilité de votre soutien à la clientèle.

CONNAÎTRE VOTRE CLIENT

Comment construirez-vous une marque lucrative avec durabilité et longévité si vous ne savez pas ce que veulent vos clients ? Les approximations ne suffiront tout simplement pas lorsqu'il s'agit de fidéliser les clients actuels et d'en attirer de nouveaux. Les marées peuvent tourner assez rapidement si vous ne suivez pas la bonne boussole. Vous devez métaboliser les commentaires des clients. Vous devez connaître les tendances actuelles, ce à quoi vos clients réagissent et ce dont ils en ont assez. En raison des innovations technologiques, il existe aujourd'hui une grande quantité de données disponibles pour analyse, si vous utilisez les bons outils.

SOLUTION D'IMPARTITION : OUTILS NOVATEURS

Écouter les commentaires des clients est une chose. Mais les clients du 21e siècle ne se contentent pas de prendre le téléphone et d'appeler votre entreprise. Ils sont plus susceptibles de publier des avis en ligne et d'interagir avec les marques sur les médias sociaux pour diffuser leurs griefs ou proposer des suggestions. Les clients communiquent fréquemment avec les marques par courriel, message texte, vidéoclavardage,

L'impartition du service à la clientèle peut vous donner accès à des outils novateurs, à des technologies et à une main-d'œuvre supplémentaire que vous n'avez pas encore à l'interne.

Les centres d'appels modernes sont équipés de technologies de pointe qui vous permettront de communiquer avec vos clients en utilisant les méthodes de leur choix.

Plus vous vous engagez, meilleures seront les relations que vous établirez avec vos clients. Vous comprendrez leurs besoins sans effort.

2. LE RENFORCEMENT DE LA MARQUE

Les clients veulent interagir avec une marque qui respire l'authenticité. L'authenticité est établie au moyen d'une communication professionnelle et cohérente. Les clients veulent être reconnus comme des personnes, et non pas être traités comme un autre numéro.

Qui veut être un autre rouage dans la machine, simplement faire partie d'une masse homogène de consommateurs ?

Personne. Les clients peuvent renifler les conversations scénarisées et les interactions robotiques rigides à un kilomètre de distance. La chaleur, la personnalité et l'empathie des interactions authentiques ne peuvent être égalées. Par conséquent, les entreprises qui offrent un soutien à la clientèle supérieur ajouteront une touche personnelle.

3. SOLUTION D'IMPARTITION : INTERACTIONS ÉLEVÉES

Chaque conversation avec vos clients peut vous aider à bâtir une meilleure image de marque si vous améliorez vos interactions. Si vos clients voulaient une réponse universelle, ils consulteraient une page FAQ sur votre site Web. Vous voulez vous élever au-dessus de leurs attentes, tout en établissant la loyauté et la confiance, d'un être humain à l'autre.

L'externalisation du service à la clientèle peut aider votre entreprise à s'assurer qu'aucune interaction ne se fasse de manière précipitée ou robotisée, et qu'aucune requête ne passe jamais entre les mailles du filet. Les fournisseurs de services externalisés s'associeront à votre entreprise pour s'assurer que leurs représentants sont au courant de votre identité de marque et de vos objectifs futurs. Cela couvre les produits, les services, les mandats, les valeurs fondamentales et plus encore.

Travailler à assurer la satisfaction de vos clients grâce à des interactions toujours réfléchies et positives peut verrouiller votre marque. Le fait de ne pas avoir les ressources internes nécessaires pour consacrer 100 % de votre énergie au service à la clientèle n'est plus une excuse valable lorsque vous pourriez sous-traiter.

La longévité de votre marque en dépend.

IMPARTITION AVEC BILL GOSLING

Fondée en 1955 à Toronto, en Ontario, au Canada, en tant que société traditionnelle de gestion des comptes débiteurs, Impartition Bill Gosling est devenue beaucoup plus importante. Nous avons étendu nos activités au Royaume-Uni, aux États-Unis et aux Philippines, et exploitons maintenant huit bureaux dans le monde.

Notre mission est de développer des solutions de communication avec la clientèle pour chaque étape du cycle de vie du client, du début à la fin. Forts de plus de 60 ans d'expérience, nous avons appris que ce qui compte le plus, c'est la façon dont vos marques arrivent là où elles doivent être.

Nous disposons de la technologie et des ressources nécessaires pour aider votre entreprise à offrir un meilleur service à la clientèle. Travaillons ensemble pour créer la stratégie de votre marque afin d'offrir une expérience client exceptionnelle.

Vous êtes curieux d'en apprendre davantage ? Nous sommes à votre service !

IBG se consacre à la collaboration avec des marques de divers secteurs, les aidant à évaluer leur expérience client et à l'améliorer continuellement pour dépasser les attentes. Communiquez avec l'un des membres de notre équipe dès maintenant pour entamer une conversation !

IMPARTITION
BILL GOSLING

Améliorer la vie, une connexion à la fois.

Impartition Bill Gosling

55, rue Mulcaster

Bureau 600 Barrie

ON L4M 0J4, Canada.