

Premiers pas avec Sunshine

Comment prendre en main les problèmes
de votre expérience client



Introduction

Nous collectons de nos jours plus de données que jamais auparavant. Il est crucial de gérer la moindre miette d'informations, qu'il s'agisse de données client comme le statut de fidélité ou de données d'entreprise telles que l'inventaire des produits. Même si nous avons toutes ces données à notre disposition, la plupart des entreprises ne les stockent pas dans un système unique, ces informations finissent donc par être compartimentées. Or, les données compartimentées sont quasi impossibles à exploiter, ce qui peut mener à des expériences client de mauvaise qualité. C'est pour cela que nous avons créé Sunshine.

Sunshine est une plateforme CRM ouverte et flexible fondée sur AWS qui vous permet de vous connecter de manière fluide à toutes vos données client, où qu'elles se trouvent, et de mieux les comprendre. En intégrant toutes les informations en un seul et même système, les agents peuvent mieux connaître vos clients et leurs interactions avec votre marque. De plus, cela leur offre les moyens nécessaires pour agir sur la base de ces informations et résoudre plus efficacement les problèmes.



Quelle est la structure de Sunshine ?

Sunshine est composée de quatre éléments essentiels. Voici leur utilité :



Profils unifiés

Ils vous permettent de connecter des attributs de profil client pour pouvoir obtenir des informations telles que le statut de loyauté et les dépenses récentes au même endroit.



Objets personnalisés

Ils vous permettent de stocker et de consulter n'importe quelles données des clients, comme leur historique des commandes, les membres de leur foyer ou leurs licences.



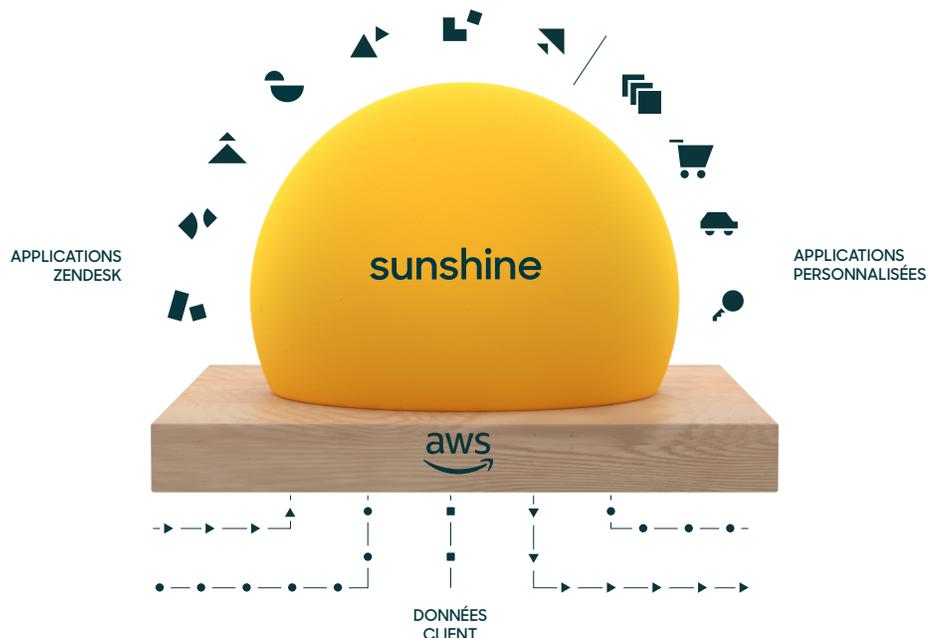
Événements personnalisés

Ceux-ci vous permettent de connecter des interactions avec les clients en temps réel et depuis n'importe quel système, puis de transmettre ces informations à vos agents. Il peut s'agir d'actions importantes à suivre, telles que l'activité du panier ou l'introduction d'un retour.



Sunshine Conversations

Cette plateforme de messagerie vous aide à regrouper les messages provenant de tous les canaux au sein d'une seule conversation, pour créer une expérience de messagerie interactive n'importe où. Faites passer l'assistance au niveau supérieur avec une IA, des assistants et des applications intégrées pour des activités conversationnelles à grande échelle.



Trois problèmes fréquents avec l'expérience client que Sunshine peut vous aider à résoudre

Découvrez comment vous pouvez exploiter concrètement les caractéristiques de Sunshine.



01 Une vue fragmentée de vos clients empêche ces derniers de recevoir l'assistance dont ils ont besoin.

Nous connaissons bien la réalité de l'assistance moderne. Les agents doivent constamment alterner entre les applications et les feuilles de calcul, ce qui est stressant, répétitif et une perte de temps considérable. Ils passent ainsi à côté d'informations commerciales clés indispensables pour résoudre les problèmes des clients. En outre, cette situation coûte cher, non seulement parce que les agents passent plus de temps sur chaque ticket, mais également parce qu'ils doivent souvent utiliser plusieurs systèmes à licences individuelles onéreuses.

Comment Sunshine peut vous aider :

Sunshine regroupe toutes vos données client afin que vos agents puissent exploiter ces informations pour passer à l'action, et ce, sans même devoir quitter la conversation avec le client. De plus, Sunshine est une plateforme ouverte et conçue pour les développeurs. Par conséquent, vous pouvez créer ou installer des applications pour accomplir des processus répétitifs en un seul clic, d'une manière qui s'intègre naturellement dans le travail habituel de vos agents.

En rassemblant les données client et en les apportant dans l'espace de travail des agents, nous permettons à ces derniers de se concentrer sur

l'expérience client. Voici un exemple. L'un de nos clients est un célèbre détaillant en montres qui possède trois marques mondiales présentes dans de nombreux commerces physiques et électroniques. Étant donné que ces marques sont réparties sur différents systèmes ERP, les agents peinaient à récupérer les informations de garantie et les données d'achat des clients. Ils devaient alterner entre plusieurs systèmes et comparer les données, ce qui ralentissait la résolution des tickets. Grâce aux objets personnalisés de Sunshine, l'entreprise a créé une application de barre latérale fournissant immédiatement aux agents toutes les informations sur la garantie et les produits lorsqu'ils accèdent à un ticket.

1 sur 5

C'est le nombre d'entreprises ayant perdu un client à cause de données incomplètes ou erronées

[Source](#)

02 Votre expérience client est unique, contrairement à vos clients.

Aujourd'hui plus que jamais, les clients disposent de nombreux moyens pour interagir avec votre marque, et chaque interaction représente une nouvelle occasion de leur offrir une expérience personnalisée. Cependant, l'expérience client est souvent trop complexe et chaque interaction avec vous devient une corvée. Les clients ne devraient pas avoir à fournir leurs informations de garantie ou leurs numéros de modèle, de layout, de commande ou de série juste pour obtenir de l'aide. Avec les nombreux canaux à gérer et les montagnes de données à organiser, il peut être difficile de savoir par où commencer.

Comment Sunshine peut vous aider :

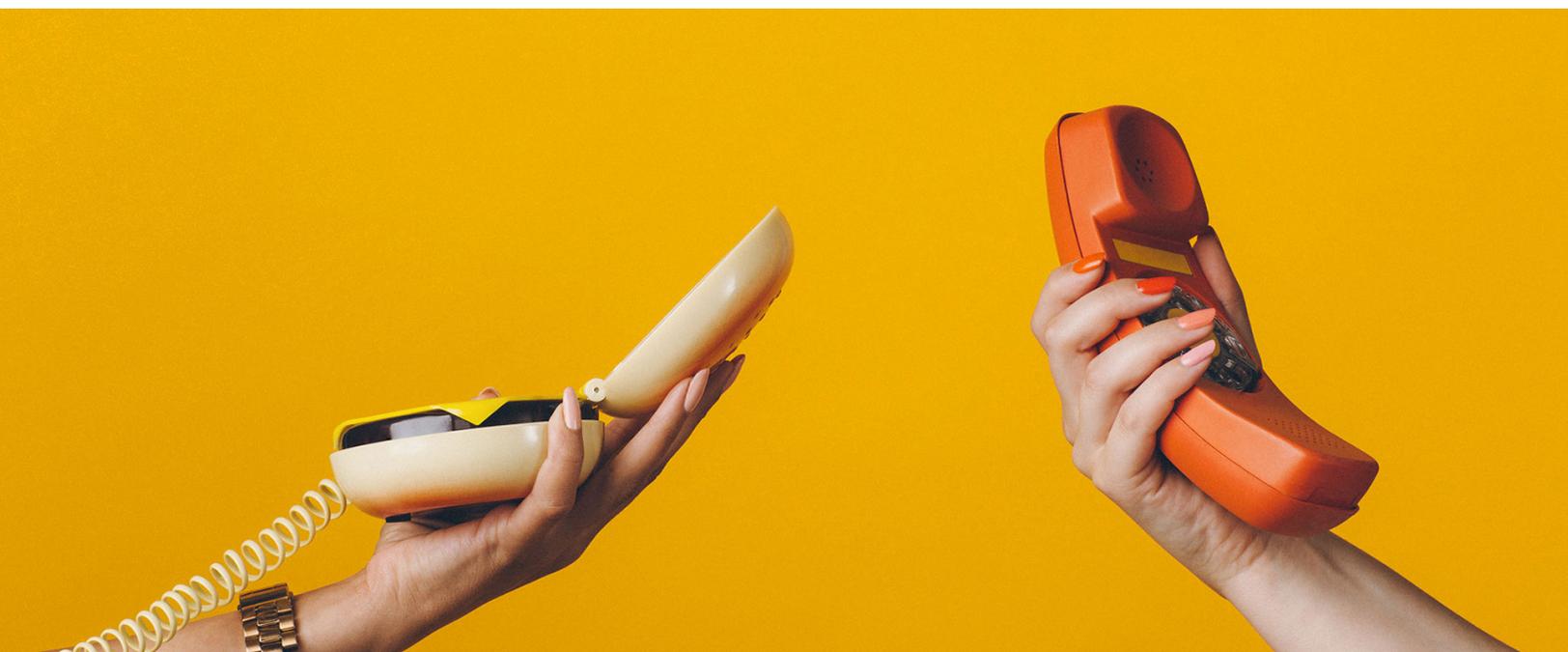
Sunshine ne permet pas seulement de stocker les données en vue de leur consultation. C'est également une plateforme CRM capable d'alimenter d'autres applications. Grâce à l'intégration de la même vue client complète dans les sites Web, les commerces électroniques, les points de contact marketing et les applications mobiles, Sunshine peut aider vos agents à fournir aux clients le service personnel qu'ils réclament. Prenez par exemple l'un de nos clients, une entreprise du Fortune 500 active dans le secteur de la vente au détail de technologie. Alors qu'elle gérait plus de 780 références, cette entreprise était confrontée à d'énormes frais de stockage de

données et à une expérience client fragmentée à travers ses marques. Grâce aux objets personnalisés de Sunshine, l'entreprise a été en mesure d'intégrer les données client et produit de plusieurs systèmes et de créer des milliers de relations pour mieux comprendre chacun de ses clients dans le monde. Désormais, lorsque ses clients se connectent au centre d'aide, ils n'ont plus besoin de chercher le numéro de modèle de leur clavier ou de leur souris, car le contenu pertinent de leurs produits enregistrés (comme les documents d'assistance, les garanties et le statut d'expédition) s'affiche automatiquement, et ce, sans qu'ils aient à lever le petit doigt.

80 %

des clients sont plus susceptibles d'acheter un produit d'une marque leur offrant des expériences personnalisées

[Source](#)



03 Les expériences clients sont réactives et non proactives

Lorsque les choses ne se passent pas comme prévu, les clients peuvent s'en plaindre auprès de vous. Dans ce cas, vous devez non seulement résoudre le problème, mais aussi tenter de satisfaire un client mécontent.

Pendant ce temps, vos clients génèrent et partagent plus de données que jamais auparavant. [2,5 trillions d'octets de données sont créés tous les jours](#). Pour vous aider à vous représenter ce chiffre, sachez qu'il faudrait attendre environ 210 000 ans pour que 1 trillion de gallons d'eau s'écoulent des chutes du Niagara. C'est une quantité astronomique de données. Nous devrions les exploiter pour traiter les problèmes avant même que les clients ne les remarquent. Malheureusement, la plupart des entreprises ne sont pas en mesure de tirer parti de toutes leurs données client.

Comment Sunshine peut vous aider :

Sunshine aide à transmettre ces informations à vos agents ou aux systèmes automatisés pour permettre une assistance proactive. Grâce aux données client en temps réel, les agents peuvent anticiper les besoins des clients, résoudre plus rapidement les tickets et utiliser un canal moins onéreux. Attendre l'appel d'un client mécontent coûte cher, contrairement au fait d'envoyer de manière proactive un e-mail avec les étapes à suivre pour résoudre le problème.

Pour l'un de nos clients (un service d'autopartage disposant de plus de 700 000 membres actifs aux États-Unis et en Europe), l'exploitation des données pour détourner les problèmes leur a permis d'améliorer la satisfaction et la sécurité de ses

clients. Cette entreprise devait surveiller de manière proactive les signes vitaux des véhicules et s'occuper des soucis techniques avant que ses clients ne se mettent au volant. Sunshine lui a offert les moyens de surveiller sa flotte de plus de 10 000 véhicules et de prendre des mesures en cas de besoin. Désormais, lorsqu'un problème survient, un ticket d'assistance est automatiquement créé pour prévenir les coordinateurs de la flotte que le véhicule concerné doit faire l'objet d'un entretien ou de réparations. Ainsi, les clients ne louent jamais une voiture dont l'huile doit être vidangée ou dont la batterie est déchargée, car l'entreprise est au courant de ces problèmes avant eux.

97 %

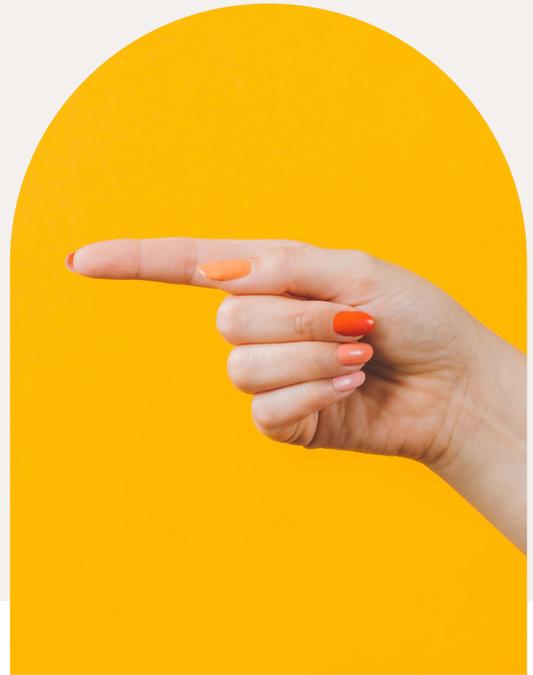
des entreprises ne sont pas en mesure de tirer parti de toutes leurs données client.

[Source](#)



Premiers pas

Sunshine est une plateforme conçue pour être ouverte et personnalisable pour votre entreprise. En d'autres termes, elle vous permet de l'utiliser comme bon vous semble. Cependant, pour trouver une solution, vous devez connaître les problèmes à résoudre. Commencez par vous poser les questions suivantes afin de déterminer les caractéristiques indispensables à la réussite de votre équipe.



01 Déterminez vos défis

Quels sont les domaines sujets à amélioration ?

Nous sommes bien conscients que les équipes d'expérience client sont tenues d'en faire plus avec moins de moyens. Pour cela, les agents doivent être en mesure d'augmenter leur productivité. Parlez avec vos agents et tentez de découvrir les éléments qui les ralentissent ou les contrarient. Voici quelques exemples de questions pour déterminer les problèmes rencontrés par vos agents :

- Existe-t-il des données susceptibles d'améliorer l'expérience client auxquelles vos agents ne peuvent pas accéder rapidement ?
- Vos agents doivent-ils passer d'une application à l'autre, comme votre plateforme CRM ou votre système de gestion des commandes, pour récupérer les données client ?
- Vos agents doivent-ils accomplir des tâches répétitives qui leur demandent beaucoup de temps ? Si oui, serait-il possible de les automatiser ?
- Déterminez les types de tickets les plus longs à résoudre. Quelles données pourriez-vous intégrer pour accélérer le délai de résolution ?
- Le score de satisfaction client est-il à la baisse ? Le cas échéant, quelle en est la raison d'après vos agents ?
- Vos agents ont-ils le moral au beau fixe et sont-ils satisfaits au travail ?
- Devez-vous réclamer de nouvelles licences logicielles tous les ans pour que vos agents puissent faire leur travail ?

Comment se passe l'expérience pour les clients ?

Vérifiez l'expérience client par vous-même en vous mettant dans la peau d'un client et demandez à un ami de faire de même. Commandez un produit en ligne ou essayez de réserver un service. Soyez honnête. Quels sont les éléments qui pourraient contrarier les clients ? Voici quelques aspects à prendre en compte :

- Lorsque vous essayez de résoudre vous-même un problème, est-ce que vous pouvez facilement accéder aux informations nécessaires dans une bibliothèque de ressources ou via un outil de recherche ?
- Lorsque vous engagez une conversation avec un assistant de chat, de quelles informations dispose-t-il ? Avez-vous l'impression de profiter d'une expérience personnalisée ?
- Lorsque vous appelez le service client, est-ce que l'agent qui vous répond connaît vos informations personnelles ? Si votre appel est transféré, est-ce que vous devez répéter votre situation au nouvel agent ?
- Lorsque vous passez en revue votre commande, devez-vous saisir à plusieurs reprises des informations telles que votre numéro de commande ?
- Est-ce que toutes vos informations sont rassemblées au même endroit, ou devez-vous parcourir vos anciens e-mails pour obtenir votre historique des commandes et vos garanties ?

Réinventer le rôle de l'expérience client

Vos agents sont en première ligne de la communication avec vos clients. Chaque jour, ils discutent plus avec ces derniers que n'importe qui d'autre et chaque interaction représente une occasion d'en faire plus que de simplement résoudre les problèmes. Examinez attentivement votre expérience client pour déterminer si elle pourrait constituer une source de revenus supplémentaire :

- Avec leurs moyens actuels, vos agents ont-ils l'occasion de fournir un service de qualité dépassant les attentes des clients ?
- Vos agents peuvent-ils vérifier l'inventaire des produits pour les magasins des zones environnantes ?
- Vos agents ont-ils la possibilité de commander des produits ou de fournir des recommandations d'échange sans quitter Support ?
- Vos agents peuvent-ils présenter aux clients des occasions de vente incitative en un seul clic ?
- Vos agents ont-ils l'occasion de transformer une expérience de client en une expérience de vente ?

Comment se déroule l'expérience pour un agent s'occupant d'un client mécontent ?

Examinez le workflow actuel de vos agents pour déceler les endroits où des données pourraient les aider à être plus proactifs :

- Pouvez-vous accéder aux données en temps réel sur les appareils de vos clients ?
- Pouvez-vous identifier les problèmes avec une commande ou un service avant votre client ?
- À quel point l'efficacité de vos clients en pâtit-elle lorsqu'ils restent au téléphone pendant une heure ?
- Qu'est-ce qui est le plus économique pour votre entreprise : lorsque vos agents répondent au téléphone ou lorsqu'ils envoient de manière proactive des e-mails, des SMS et d'autres moyens de communication peu chers ?

Dans la pratique

L'un de nos clients est une marque de vêtements pour homme de luxe qui promet d'offrir « le vêtement idéal pour tout le monde ». À l'origine, cette entreprise ne proposait qu'une boutique en ligne, mais elle dispose aujourd'hui de 715 magasins aux États-Unis et au Canada. Ayant adopté une approche fondée sur le service, l'entreprise voulait aider ses agents à personnaliser les recommandations de produit et ainsi stimuler les ventes. En intégrant des données CRM marketing dans Sunshine via les événements personnalisés et les profils unifiés, elle a offert à ses agents une vue complète de ses clients. En outre, elle a développé une application personnalisée permettant aux agents de créer des recommandations de produit. Désormais, lorsqu'un client a une question, les agents peuvent fournir des recommandations de produit personnalisées en un seul clic, transformant ainsi le service client en une source de revenus stimulant la satisfaction.

02 Déterminez vos objectifs

Maintenant que vous avez identifié vos points problématiques, vous devez déterminer ce que vous souhaitez accomplir avec Sunshine.

Souhaitez-vous :

- améliorer l'expérience de vos agents en leur fournissant les données dont ils ont besoin, quand ils en ont besoin ?
- connaître les problèmes avec les produits afin de les résoudre de manière proactive ?
- mettre les données à la disposition de vos agents pour accélérer la résolution des tickets ?
- permettre aux agents de recommander des produits et de conclure des ventes ?

Une fois que vous avez identifié vos objectifs, déterminez lequel est le plus important. Est-ce que vous vous attaquez à un projet d'envergure ou préférez-vous disposer rapidement d'un produit minimum viable (ou MVP, de l'anglais *minimum viable product*) pour le compléter par la suite ? Cherchez-vous à résoudre un problème systémique de taille dont la résolution pourrait avoir des conséquences importantes, mais qui serait plus longue à implémenter ? Ou souhaitez-vous plutôt remporter rapidement de petites victoires ici et là pour renforcer la confiance ? Quoi que vous décidiez, prendre le temps de déterminer clairement votre objectif et son ampleur vous permettra de gagner du temps sur le long terme.



03 Identifiez les causes à l'origine des problèmes

Vous connaissez maintenant vos objectifs pour améliorer l'expérience de vos clients ou de vos agents. Avant de passer à l'action, vous devez cependant déterminer le cœur du problème qui vous empêche de progresser. Les mauvaises expériences client sont souvent causées par des facteurs complexes que l'on croit hors de notre contrôle, mais l'origine de ces problèmes peut être plus simple qu'on ne le pense.

Voici quelques idées pour vous aider à les découvrir :

- Quels types d'informations vos agents recherchent-ils lorsqu'ils alternent entre les plateformes ?
- Les données d'un même client sont-elles stockées sur plusieurs systèmes ? Le cas échéant, est-ce que cela cause parfois des problèmes ?
- Vos processus sont-ils conçus en fonction de vos clients ou des champs et règles obligatoires de vos systèmes ?
- Vos équipes de vente, de service client et de marketing sont-elles en mesure de collaborer et de partager leurs connaissances ?
- Existe-t-il certains rapports que vous souhaiteriez pouvoir exécuter, sans avoir la possibilité de le faire ?



04 Trouvez vos ressources Sunshine

Les problèmes rencontrés par votre équipe, les causes de ces problèmes et vos objectifs sont clairs. Désormais, il est temps pour vous de trouver un développeur qui pourra vous aider à concrétiser vos idées.

Voici trois moyens pour partir du bon pied :



Ressource développeur interne

Si vous avez de la chance, vous disposez peut-être d'un développeur spécialisé qui sera en mesure de vous aider. Si c'est le cas, offrez-lui une boîte de chocolats, parce qu'il est sur le point de faire de vous une vraie rockstar ! Nous avons élaboré une liste de ressources utiles pour les développeurs :

- [Zendesk pour les développeurs](#)
- [Premiers pas avec Sunshine pour les développeurs](#)
- [Guide du développeur pour Sunshine Conversations](#)
- [S'inscrire pour créer un compte développeur Zendesk](#)



Services professionnels Zendesk

Si votre équipe ne dispose pas d'un développeur, notre propre équipe de services professionnels vous aidera avec grand plaisir à réaliser votre projet. Nous proposons des packages personnalisés en fonction de vos besoins spécifiques. Contactez votre chargé de compte pour commencer.



Partenaire développeur externe

Nous disposons également de nombreux partenaires très précieux en raison de leur expertise verticale, de leurs solutions uniques et de leur partenariat solide. Consultez le [répertoire des partenaires Zendesk](#) pour trouver des partenaires contrôlés par la communauté avec qui travailler.



05 Évaluez la portée de votre projet avec votre ressource Sunshine

Que vous décidiez de vous attaquer à ce projet en interne, avec Zendesk ou avec un partenaire externe, il est important d'en évaluer correctement la portée pour s'assurer que tout le monde se trouve sur la même longueur d'onde. Cette partie est un peu plus technique, ce ne serait donc pas une mauvaise idée de discuter de ces étapes directement avec votre ressource technique :



Informez vos techniciens

Commencez par expliquer aux techniciens les problèmes que vous espérez résoudre. Pour le moment, il est plus important qu'ils comprennent vos défis et vos objectifs plutôt que de discuter de la technologie à utiliser.



Identifiez les sources de données

Ensuite, identifiez les diverses sources de données (des entrepôts de données sur site comme Oracle DB ou MySQL, des entrepôts de données cloud tels que Snowflake ou Redshift, ou d'autres applications d'engagement client comme Salesforce ou Shopify) que vous voulez intégrer à Sunshine.



Collaborez avec votre développeur et votre équipe informatique

Travaillez avec votre développeur et votre équipe informatique centralisée pour comprendre comment accéder aux API et aux sources de données. Cela pourrait nécessiter la génération d'un token API ou l'attribution de privilèges à un utilisateur d'une base de données pour lui permettre d'effectuer une requête sur le système source.



Créez un plan de projet

Enfin, créez un plan de projet pour l'intégration des étapes suivantes :

- Générer des connexions entre les bases de données sources et les API Sunshine cibles.
- Extraire (et éventuellement filtrer ou transformer) les données du système source pour les normaliser dans votre schéma Sunshine.
- Créer un script ou une tâche pour synchroniser par programme les données entre votre système source et Sunshine.
- Travailler avec votre développeur et vos agents afin de déterminer le design d'une application Zendesk Support personnalisée permettant d'optimiser les workflows d'assistance.
- Développer et tester l'application à l'aide de Zendesk Apps Framework et des outils Zendesk Apps.
- Déployer votre application sur votre espace de travail Zendesk Support et l'installer dans les paramètres d'administration.



06 Passez à l'action

Voici ce que votre développeur doit savoir pour commencer à utiliser Sunshine :

À l'instar des autres produits Zendesk, Sunshine fonctionne avec AWS.

- Sunshine dispose d'un jeu d'[API REST](#) pouvant être utilisées pour y ajouter et en extraire des données.

Sunshine est fondée sur des normes ouvertes et prend en charge les outils et les langages de programmation de votre choix.

- Une expérience préalable avec les API REST et les architectures basées sur les événements serait utile.
- Selon votre cas d'utilisation, une expérience dans le domaine du développement et du déploiement d'applications Web côté serveur pourrait également être utile.

De nombreuses applications Sunshine exploitent les éléments suivants :

- Une plateforme d'intégration (iPaaS) telle que Workato ou Tray.io.
- [Zendesk Application Framework](#) (ZAF) : ZAF vous permet d'exploiter Zendesk au-delà de ses fonctionnalités prêtes à l'emploi. De l'expérience dans le domaine du développement de technologies Web côté client standard (HTML/CSS/JavaScript) constituerait un bon point de départ pour travailler avec ZAF.
 - Zendesk peut héberger les applications qui tirent uniquement parti des technologies côté client. ZAF prend également en charge les applications côté serveur conçues avec les technologies de votre choix.

Le nombre de ressources développeur requises dépendra en grande partie des détails de votre projet. De nombreux clients Sunshine ont terminé le leur en n'utilisant qu'une ressource unique.



Prêt à essayer Sunshine ?

Nous espérons que ce guide vous a été utile et qu'il vous a donné le courage de vous attaquer à vos défis en matière d'expérience client les plus ardues. Sachez également que vous ne serez pas seul au cours de cette aventure. Nous vous proposons d'autres ressources, comme un webinaire client ou des guides d'idées et d'architectures, le tout disponible sur zendesk.fr/platform. Vous pouvez également contacter l'équipe chargée de votre compte et la communauté Zendesk pour obtenir de l'aide.

**Profitez d'un essai gratuit
avec Sunshine Lite et
[apprenez-en plus sur Sunshine](#)**