



Client numérique

Tirer parti de chaque relation

L'ère numérique a multiplié les moyens qui sont mis à notre disposition pour trouver des clients, tisser des liens et interagir avec eux. Or dans cet univers cacophonique et encombré, les concurrents se disputent sans relâche les quelques précieuses secondes d'attention que leur accorde un client.

À l'heure où les technologies cognitives et axées sur les données ont hissé la personnalisation vers de nouveaux sommets, le client numérique devient de plus en plus individualisé : armé d'options illimitées, il a accès à une diversité toujours plus grande de canaux, et ses attentes en matière de personnalisation du service et de l'expérience sont plus élevées.

Pour suivre le rythme et créer des moments qui comptent dans tous les canaux, les entreprises doivent réunir toutes les dimensions de l'organisation – des systèmes administratifs aux stratégies de marché, en passant par les données sur les clients et les services du centre d'assistance – afin d'offrir une expérience client mémorable.

Avez-vous défini vos ambitions?



Numériser l'organisation. Comment alliez-vous technologie, conception et art pour favoriser les connexions?



Établir des liens dans tous les canaux de l'organisation. Votre organisation parle-t-elle constamment de décroisser à l'interne? Votre équipe des technologies offre-t-elle des produits et des solutions qui automatisent les processus numériques? Le service des RH propose-t-il des incitatifs pour créer des stratégies de mise en marché et faire des gains?



Orchestrer les meilleures stratégies pour numériser l'ensemble des canaux. Comment pouvez-vous jouer un rôle clé afin de développer des capacités et d'offrir des outils et des ressources qui vous aideront à mieux gérer vos relations avec les parties prenantes?

Maintenir la satisfaction du client

L'excellence du service passe par une réponse rapide et professionnelle aux besoins des consommateurs. Voici les attentes les plus souvent citées lors d'un sondage mené auprès de plus de 2 000 consommateurs.



52 %

Délais de réponse rapides à mes besoins et problèmes



47 %

Personnel bien informé et prêt à aider



42 %

Récompenses pour ma fidélité



38 %

Une vraie personne répond, peu importe l'heure ou le lieu



38 %

Information accessible à l'endroit et au moment où j'en ai besoin

Source : The Customer in Context, CMO Council/SAP Hybris, 2017

Réinventer la relation avec le client

Pour réussir à l'ère numérique, les chefs des ventes et de l'expérience client ne peuvent plus se fier uniquement aux processus et aux technologies déjà en place. Ils doivent collaborer avec leurs collègues des technologies et du marketing pour concevoir, fournir et affiner les expériences centrées sur l'humain que les gens exigent.

Commencez à envisager comment vous transformerez vos fonctions des ventes et du service à la clientèle en véritables moteurs de croissance numériques et à en imaginer les avantages :



Capacités transformationnelles d'un service de consultation numérique créatif, alliées à des activités axées sur les technologies numériques, à des stratégies de mise en marché dynamiques et à des talents de classe mondiale.



Capacités de service à la clientèle numériques de prochaine génération au moyen de solutions technologiques avancées, et jumelées aux stratégies, aux perspectives, aux expériences et aux talents les plus avant-gardistes pour offrir une assistance hors du commun.



Accès à des expériences numériques immersives et révolutionnaires, propulsées par des outils de réalité augmentée et virtuelle qui allient technologie, conception et arts créatifs pour constituer des expériences humaines inoubliables.



Relations clients optimisées par des solutions infonuagiques de pointe telles que Salesforce pour produire des résultats percutants.

Imaginer, préparer, façonner

Le parcours de Deloitte vers une transformation réussie



Imaginer : bien définir la portée

Définissez vos ambitions et tracez la voie de la réussite en établissant une feuille de route pour les réaliser.



Préparer : bien définir le concept

Concrétisez votre ambition : allez de l'avant et lancez-vous sur le marché.



Façonner : propager dans l'entreprise

Une fois l'ambition peaufinée, étendez-la grâce à des équipes flexibles et intégrées.

« Le contexte technologique en constante évolution... rend plus nécessaire que jamais l'adoption d'une mentalité axée sur le client où la vente de produits fait place à la gestion attentionnée de la relation client, qui consiste à comprendre ses attentes et à optimiser la valeur qui lui est offerte. »

— *Customer-centric digital transformation, Deloitte Insights, 2019*

Yohan Gaumont

**Leader national,
Client numérique**

ygaumont@deloitte.ca

Qu'est-ce qui vous empêche de réaliser vos ambitions?
Parlons-en.

À propos de Deloitte

Deloitte désigne une ou plusieurs entités parmi Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société fermée à responsabilité limitée par garanties du Royaume-Uni (DTTL), ainsi que son réseau de cabinets membres et leurs entités liées. DTTL et chaque cabinet membre de DTTL sont des entités juridiques distinctes et indépendantes. DTTL (appelé également « Deloitte mondial ») n'offre aucun service aux clients. Pour obtenir une description détaillée de notre réseau mondial de cabinets membres, voir www.deloitte.com/ca/apropos.

© Deloitte S.E.N.C.R.L./s.r.l. et ses sociétés affiliées.