# Digitalisation d’une hotline technique : comment ça se passe ?

On évoque souvent à travers ce blog l’impact du digital sur les métiers de la relation client et plus précisément sur notre quotidien : les hotlines et la prospection téléphonique. Souvent décrié, mais jamais égalé, les hotlines techniques sont aujourd’hui le nerf de la guerre d’une bonne relation client. Mais à l’ère du tout digital est-ce que ce moyen classique de communication peut toujours fonctionner sur ces vieux principes. La réponse, vous la connaissez déjà, il n’est plus possible de se passer du digital. La digitalisation d’une hotline technique est le présent, mais aussi l’avenir de la relation client.

La digitalisation d’une hotline technique passe par plusieurs niveaux que ce soit en interne ou externe. Que ce soit dans vos processus, dans l’approche de vos clients, dans vos KPI ou bien dans la relation prestataire/client. Cette relation très serrée que doit avoir le digital et l’humain sont aussi un des éléments qui ne doit pas être omis dans la digitalisation d’une hotline technique. Dès lors, nous pouvons nous demander comment la digitalisation d’une hotline technique s’effectue ?

## La digitalisation d’une hotline technique via les process interne

Pour commencer l’analyse de notre sujet, intéressons-nous tout d’abord aux différents processus digitaux utiliser en interne. En effet, si les processus digitaux sont maitrisés en interne, alors il sera plus facile de les déployer pour les clients. La digitalisation d’une hotline technique en interne s’appuie sur plusieurs leviers qui sont :

* **L’utilisation d’un CRM** (Customer Relationship Management) qui permet de manager correctement les demandes clients. Cela permet également de voir les problèmes réguliers avec un produit ou un client afin d’être dans une démarche d’amélioration.
* **L’utilisation d’un CXM** (Customer Experience management), qui permet une approche plus qualitative de la relation client. [Les CXM ont pour objectif](https://www.bluenote-systems.com/faq-crm-sugarcrm/cxm-definition-signification-gestion-experience-client.html) de prendre ne compte les souhaits individuels des clients.
* **La mise en place de web report** en temps réel. Nous savons d’expériences qu’une vision en temps réel est indispensable pour nos clients. Cette vision en temps réel permet d’instaurer un travail de confiance et collaboratif pour faire rayonner une marque.
* **Les push liés aux systèmes IoT** qui doivent aujourd’hui être pris en compte dans le cadre d’une digitalisation d’une hotline technique. Cette technologie permet de connaitre en temps réel certains dysfonctionnement.
* **Des connecteurs d’API** qui ont pour but de relier deux logiciels ensemble afin de gagner en productivité. Cela permet d’optimiser encore plus la relation client en ayant des informations fiables sur une seule plateforme.
* **L’automatisation des workflows** pour plus d’homogénéisation des processus interne pour un meilleur rendu client.

L’ensemble de ces outils permettent d’offrir des prestations solides aux clients car, vous serez en capacité de gérer et de vous adapter à leurs demandes. Le digital est aujourd’hui est inhérent au fonctionnement interne d’une hotline technique.

## Une digitalisation de l’approche client

Une fois la question de la digitalisation en interne évoqué voyons comment la digitalisation d’une hotline technique peut améliorer l’approche client. Nous savons aujourd’hui, que 92% des consommateurs préfèrent interagir par téléphone pour la résolution d’un problème technique. Aujourd’hui avec l’essor du digital les hotlines techniques doivent savoir composer avec les outils digitaux et plus particulièrement les :

* **Réseaux sociaux** qui sont aujourd’hui l’un des points clés de votre relation client. Beaucoup, de demandes transitent par ce biais et notamment des plaintes de consommateurs. Être vigilant et attentif de ces utilisateurs répond à une demande de plus en plus forte des consommateurs. Cette demande est en lien avec les changements de consommations que le digital a provoqué.
* **Systèmes IoT** qui sont une véritable plus-value dans la digitalisation d’une hotline technique. Ces systèmes permettent en temps réel de capter un problème ou dysfonctionnent d’un produit. Ce qui fait qu’il y a une possibilité d’anticiper des demandes clients.
* **Chatbots** qui sont de plus en plus indispensable à la digitalisation de l’approche client. En effet, cette nouvelle technologie permet de donner un nouvel élan aux hotlines techniques. Les chatbots ont pour objectif de donner rapidement et en quasi temps réel, une solution à un client.

La digitalisation de l’approche client passe aujourd’hui au minimum par ces trois points. Une hotline technique doit s’ouvrir vers une digitalisation complète de ses processus internes et externes. L’objectif étant toujours le même c’est-à-dire d’obtenir un taux de satisfaction du client final de 100%

## La digitalisation d’une hotline technique sans oublier l’humain.

Pour terminer, nous souhaitons mettre en exergue l’importance de l’humain dans ce processus de digitalisation d’une hotline technique. Pour nous et à travers nos 35 ans d’expériences, nous sommes convaincus que la digitalisation d’une hotline technique ne peut s’effectuer sans le facteur humain et ceux pour plusieurs raisons qui sont :

* Les besoins d’un personnel qualifié pour répondre à des demandes très techniques ou complexes
* Des employés capables de répondre à la fois à des questions sur le web ou via le téléphone
* Le besoin d’écoute ressenti par l’appelant qui comme chacun d’entre nous souhaite une réponse rapide, précise et personnalisée.
* Capable d’utiliser des outils d’analyses et en faire une synthèse

La digitalisation d’une hotline technique par conséquent doit s’effectuer à la fois en interne et en externe sans oublier l’importance de l’humain. Car oui, même si nous somme dans un monde de plus en plus digitalisé, les générations Y et Z qui sont elles-mêmes les plus digitalisés ont paradoxalement un besoin exacerbé de rapports humains.

Si cet article vous a plu, consultez notre page dédiée à [l'expérience client](https://www.forceplus.com/amelioration-experience-client) ou à consulter notre article sur le [recrutement en hotline technique.](https://www.forceplus.com/blog/recrutement-en-hotline-technique)  Vous souhaitez être accompagnés dans votre démarche d’augmentation de vos [leads](https://www.forceplus.com/generation-leads) ? Nous vous invitons à [contacter nos équipes](https://www.forceplus.com/contactez-nous) pour plus d’informations