



CM. CM.com



Cas client

La Puissante Palette de Service Client.

Revolution Beauty utilise Mobile Service Cloud pour améliorer la productivité et les délais de réponse de son équipe.

Sommaire

1. Introduction	3
2. Les défis	4
2.1 Un flux constant de messages entrants sur différents canaux	
2.2 Sélection des messages, multiplicité des systèmes et faible quantité d'insights	
3. La solution	4
3.1 Un support omnicanal	
3.2 Affectation des messages entrants en fonction des données	
3.3 Objectif zéro message	
3.4 Transition fluide et support proactif	
3.5 Des insights exploitables pour améliorer les opérations	
4. Les résultats	7
5. Prochaines étapes	8
5.1 E-Commerce et intégration CRM	

1. Introduction

S'il y a bien une entreprise qui prend à cœur la diversité et l'intégration, c'est Revolution Beauty. Lancée en 2014, la marque a pour mission de remettre en question tous les standards de beauté et de développer des produits accessibles à tous et ayant pour fondement les retours des clients.



Aujourd'hui, Revolution Beauty est l'une des entreprises qui enregistre la plus forte croissance du Royaume-Uni. La marque vend ses produits directement aux consommateurs via son site Internet et dans des magasins, tels que Ulta, Asos, Superdrug et Beauty Bay. Grâce à sa forte présence en boutique et aux nombreux lancements de produits, Revolution Beauty est l'un des acteurs les plus notables dans l'univers des produits de beauté et des soins. Mais qui dit croissance, dit défis. Pour continuer à faire évoluer leurs produits et prendre en compte les besoins et les retours des clients, ils ont choisi [Mobile Service Cloud](#).

2. Les défis

Un flux constant de messages entrants sur différents canaux

Avec des millions de fans, de followers et de clients, Revolution Beauty interagit avec des centaines de personnes chaque jour. Ce qui induit qu'ils reçoivent un flux constant de messages et de demandes sur leur site internet, leurs réseaux sociaux, par e-mail, etc. Bien que le service client de la marque fasse un travail remarquable, Revolution Beauty savait qu'il était possible de faire encore mieux. L'entreprise s'est alors donné comme objectif de maximiser la productivité.

Sélection des messages, multiplicité des systèmes et faible quantité d'insights

Il y avait donc trois défis principaux à relever pour les agents du service client :

1. Les messages entrants n'étaient pas assignés de manière efficace, ce qui amenait les agents à sélectionner les messages. Et parfois, les problèmes les plus urgents n'étaient pas résolus immédiatement.

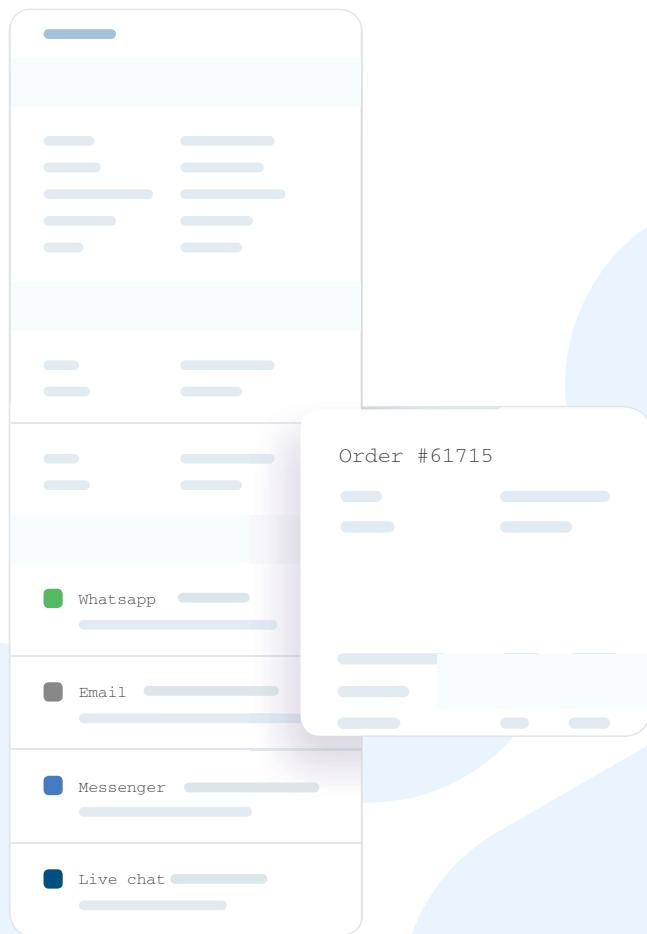
2. Les échanges avec un même client sur plusieurs canaux étaient dispersés dans plusieurs systèmes, empêchant les agents d'offrir une expérience fluide et homogène.

3. Les réponses aux questions, telles que « À quoi les agents consacrent leur temps ? » ou « Quel problème génère le plus de requêtes de la part des clients ? », n'étaient pas claires.

3. La solution

Un support omnicanal

La solution : Mobile Service Cloud. En tant que solution de service client omnicanale, Mobile Service Cloud rassemble tous [les canaux de messagerie](#) en un seul tableau de bord. Ainsi, si un client envoie une demande par [e-mail](#) mais aussi via [Facebook Messenger](#), Mobile Service Cloud affichera ces deux conversations dans le profil du client. Cela permet à l'équipe du service client de Revolution Beauty d'avoir une vue détaillée et complète de chaque problème et ainsi d'offrir une expérience fluide et homogène à chaque client.



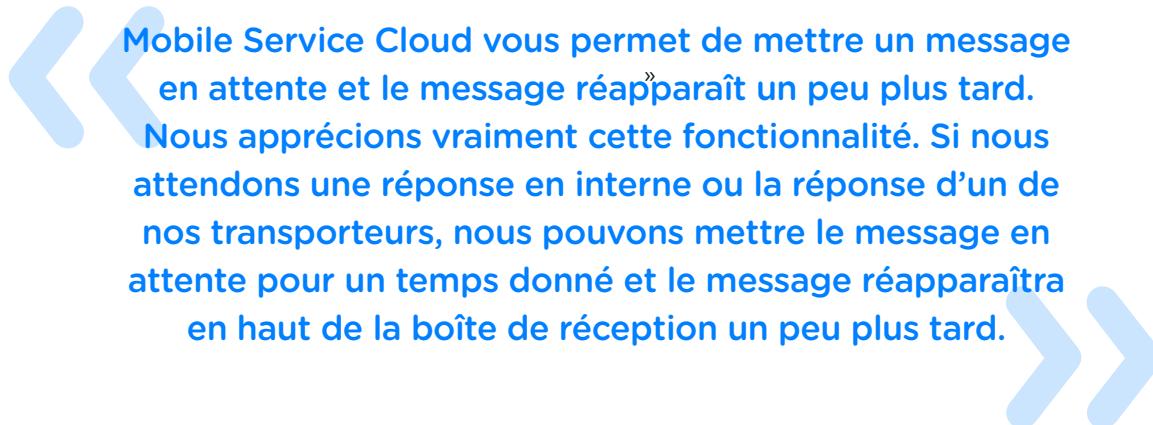
Affectation des messages entrants en fonction des données

L'affectation des messages entrants au service adéquat est maintenant simplifiée. Auparavant, l'équipe de Revolution Beauty devait affecter les messages manuellement. Aujourd'hui, Mobile Service Cloud envoie automatiquement les demandes à un agent en fonction du nombre de messages en attente dont il dispose. Cela permet à l'équipe de Revolution Beauty d'être considérablement plus efficace dans la gestion des demandes. Mobile Service Cloud a permis à tous les membres de l'équipe de respecter le quota de 15 réponses par heure, soit une augmentation de la productivité de 50 % ! Non seulement l'équipe est plus efficace, mais presque toutes les demandes reçoivent une réponse et sont résolues immédiatement. L'affectation automatique des messages permet aussi d'éviter le tri des messages par les agents.

Objectif zéro message

Une autre fonctionnalité essentielle qui permet d'alléger les boîtes de réception est l'option « snooze » (arrêt momentané) lors d'une conversation. L'option « snooze » peut vous aider lorsque vous attendez une contribution externe, par exemple. Vous pouvez mettre le message en attente et il réapparaîtra automatiquement. Les agents pensent que Mobile Service Cloud est un outil très intuitif. Et notamment parce qu'ils n'ont plus besoin de rédiger des e-mails séparément à chaque transporteur lorsqu'ils doivent trouver des informations. Mobile Service Cloud leur permet de transférer directement la conversation au service concerné (La Poste, par exemple). Puis, les réponses de ces tiers sont intégrées à cette même conversation.

Katie Hucks, responsable du service client chez Revolution Beauty, explique :



Mobile Service Cloud vous permet de mettre un message en attente et le message réapparaît un peu plus tard. Nous apprécions vraiment cette fonctionnalité. Si nous attendons une réponse en interne ou la réponse d'un de nos transporteurs, nous pouvons mettre le message en attente pour un temps donné et le message réapparaîtra en haut de la boîte de réception un peu plus tard.

Transition fluide et support proactif

Katie se réjouit également de la qualité de l'accompagnement qu'ils ont reçu. « Lorsque l'on a commencé l'intégration de la solution, Rutger et Edwin [de CM.com] sont venus ici, au Royaume-Uni, pour tout nous expliquer étape par étape. Ils ont rencontré nos managers, écouté nos enjeux, partagé leurs bonnes pratiques, offert des conseils faciles à mettre en œuvre et nous ont même apporté du gâteau ! Que demander de plus ? Maintenant que la phase d'intégration est terminée, l'équipe de Mobile Service Cloud continue de nous proposer de nouvelles idées, et nous envoie des e-mails pour s'assurer que nous ne rencontrons pas de problèmes. L'équipe est toujours là pour vérifier que nous avons tout ce dont nous avons besoin. »

« L'équipe de Mobile Service Cloud reste toujours disponible, et vérifie régulièrement que tout se passe bien. Elle nous contacte au moins une fois toutes les deux ou trois semaines ! »

Katie Hucks - responsable service client - Revolution Beauty

Des insights exploitables pour améliorer les opérations

Les fonctionnalités de reporting dans Mobile Service Cloud donnent plus de visibilité à Revolution Beauty et permettent de savoir à quoi les agents consacrent leur temps. « Mobile Service Cloud nous aide à comprendre ce que font nos agents », explique Katie. Si les agents sont inactifs pendant une période donnée, l'outil va le souligner, et nous pouvons creuser pour savoir ce qu'il se passe. Katie adore également les reportings basés sur les tags. Étant donné que Revolution Beauty utilise des tags pour identifier les questions en fonction de leur catégorie (par ex. un tag par transporteur, par type de demande, etc.), l'équipe peut facilement identifier les sujets qui requièrent le plus d'attention et donc réagir pour les améliorer. Par exemple, lorsque Katie a appris que survenaient des problèmes de colis endommagés, elle a immédiatement contacté les personnes concernées. « Je suis allée voir l'équipe en charge de l'emballage pour voir comment les colis étaient emballés. » Dans l'ensemble, Mobile Service Cloud n'a pas seulement harmonisé le service client de Revolution Beauty, la solution a également permis à la marque d'accéder à des insights importants pour offrir une expérience client extraordinaire. En utilisant réellement les retours des clients, leurs souhaits et les tendances pour améliorer le produit, mais également l'expérience dans son intégralité.

4. Les résultats

Après avoir mis en place Mobile Service Cloud, les agents du service client de Revolution Beauty ont réussi à rattraper leur retard en répondant à 2 000 messages en l'espace de 14 jours. Les agents peuvent désormais gérer jusqu'à 15 messages par heure. L'affichage consolidé au sein d'un tableau de bord unique a augmenté la productivité : plus besoin de chercher les messages précédents ou les échanges sur les autres canaux. Tout est là. Les fonctionnalités de Mobile Service Cloud telles que l'option « snooze » ou l'affectation automatisée des demandes ont aussi permis d'améliorer la productivité et le taux de résolution des demandes entrantes. Grâce aux informations recueillies dans les reportings disponibles sur Mobile Service Cloud, Revolution Beauty utilise les retours des clients comme moteurs d'innovation.

Mobile Service Cloud permet à Revolution Beauty d'améliorer en continu leur expérience client, du service client aux produits. Mobile Service Cloud, c'est comme le fond de teint de votre routine maquillage. Avec une palette de fonctionnalités à disposition, Revolution Beauty parvient à créer le mix idéal pour son service client. Pour rester dans le thème du maquillage, les insights recueillis grâce aux données jouent le rôle d'illuminateur. Elles ajoutent de la valeur à l'entreprise.



OBJECTIF ZÉRO MESSAGE

Passer de 2 000 messages à 0 message en deux semaines.



PRODUCTIVITÉ AMÉLIORÉE

Permettre aux agents de gérer 15 messages par heure en continu, soit une hausse de 50 %.



AFFICHAGE CONSOLIDÉ

Obtenir un affichage consolidé de tous les canaux de Revolution Beauty, y compris le LiveChat, les e-mails et les réseaux sociaux.



DES INSIGHTS DE MEILLEURE QUALITÉ

Les insights et les contributions des clients sont utilisés pour innover, améliorer les produits, l'expérience client, la productivité et l'efficacité.

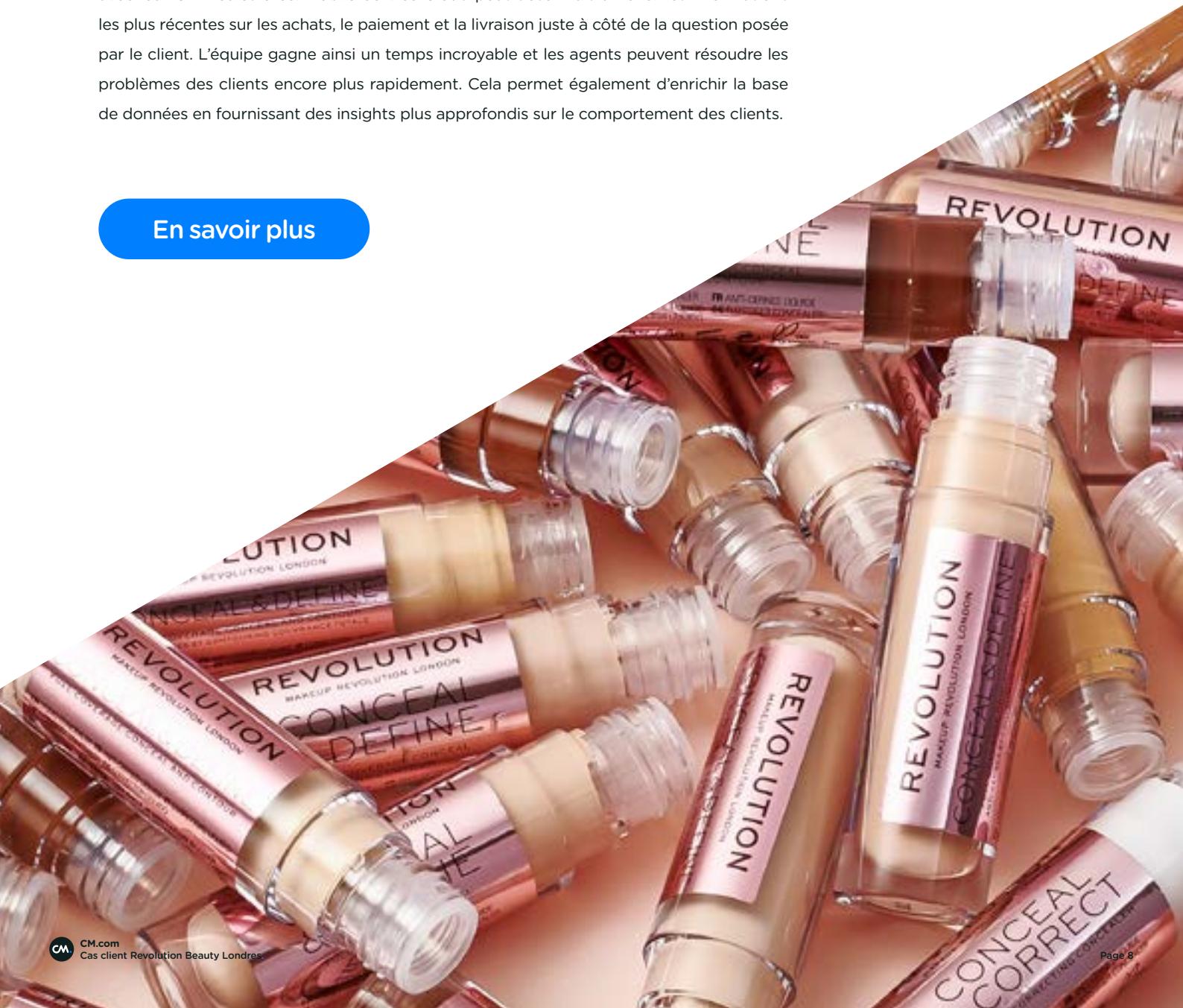
5. Prochaines étapes

Revolution Beauty s'efforce d'étendre leur puissante palette de service client. Tout ce que fait l'entreprise tourne autour du client. Leurs besoins et leurs souhaits constituent les bases de chaque produit et chaque action de l'entreprise.

E-Commerce et intégration CRM

À l'avenir, Revolution Beauty prévoit d'activer la fonctionnalité de co-navigation grâce à laquelle les agents pourront accéder au panier du client et les aider à résoudre des problèmes ou leur donner des conseils. « Nous avons hâte d'activer cette fonctionnalité », affirme Katie. « Elle nous permettra de faciliter l'upselling et d'améliorer l'expérience client. » Revolution Beauty prévoit également d'y intégrer son propre système téléphonique. Lorsqu'un client appelle, Mobile Service Cloud affichera automatiquement toutes les données du compte du client et les détails de la commande, ce qui simplifiera encore davantage le process. Quelques mois après le lancement de Mobile Service Cloud, Revolution Beauty a consolidé ces données avec leur CRM Salesforce. Mobile Service Cloud peut désormais afficher les informations les plus récentes sur les achats, le paiement et la livraison juste à côté de la question posée par le client. L'équipe gagne ainsi un temps incroyable et les agents peuvent résoudre les problèmes des clients encore plus rapidement. Cela permet également d'enrichir la base de données en fournissant des insights plus approfondis sur le comportement des clients.

[En savoir plus](#)





CM.com (AMS : CMCOM) est un leader mondial dans le domaine des logiciels cloud pour le commerce conversationnel qui permet aux entreprises d'offrir une expérience client supérieure. Notre plateforme de communications et de paiements aide les équipes marketing, les équipes commerciales ou encore le service client à automatiser les interactions avec les clients à travers plusieurs canaux mobiles, et offre des capacités de paiement fluides qui stimulent les ventes, attirent les clients et améliorent la satisfaction.