



R.O.X
Return **O**n e**X**perience



Critizr.

POURQUOI CETTE OFFRE ? | L'URGENCE D'ÉCOUTER LES CLIENTS

67%

des clients citent les mauvaises expériences comme raison de désengagement (source Gartner)

33

milliards d'euros.
C'est le coût global annuel de l'insatisfaction client dans le monde.

LA VOIX DU CLIENT, UN DOMAINE SOUVENT SOUS EXPLOITÉ

13

points d'écart



CLIENT

« Les entreprises prêtent vraiment une forte attention aux réclamations et aux avis »

13%



EMPLOYÉ

« Une forte attention est prêtée aux réclamations et avis des clients »

26%

POURQUOI CETTE OFFRE ? | UNE DÉMARCHE COMPLÉMENTAIRE

Critizr.
01

MESURER

- Capturer en continu et en **multicanal** la voix de vos clients sur l'ensemble des parcours d'expériences de vos clients
- Identifier les situations d'insatisfactions

ACADEMIE DU
SERVICE
02

CHALLENGER

- Hiérarchiser les situations difficiles
- Prioriser les besoins
- Définir un plan d'action

FORMER

ACADEMIE DU
SERVICE
03

- Donner envie de faire évoluer ses pratiques et comportements
- Manager l'initiative
- Favoriser l'empowerment

Critizr.
04

ACTIONNER

- Centraliser l'ensemble de vos avis
- Converser avec vos clients
- Piloter votre réseau grâce à des indicateurs clés (NPS, CSAT, ...)
- Valoriser vos notes et avis sur les réseaux sociaux et pages locales

1 - COLLECTER



OBJECTIFS

Capter en **continu et en multicanal** la voix de vos clients sur l'ensemble des parcours d'expériences de vos clients

Identifier les situations d'insatisfactions



MODALITÉS

Mise en place de **canaux de collecte** répondant à vos enjeux stratégiques (emails, sms, site web, en point de vente...)

Collecte des avis des clients (irritants et motifs d'enchantements) en **continu et en multicanal** sur tous les moments clés du parcours client

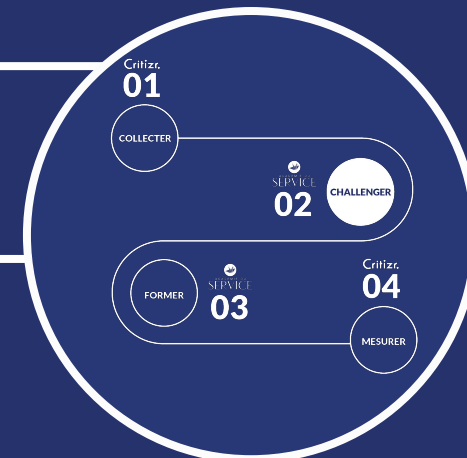


LIVRABLES

Modélisation de votre parcours client

Accès à la plateforme de traitement conversationnelle Critizr où l'intégralité des avis sont centralisés et répondus par les personnes qui délivrent l'expérience

2 - CHALLENGER



OBJECTIFS

Hiérarchiser et catégoriser les situations difficiles identifiées préalablement par Critizr.

Mettre en perspective l'expérience client et l'expérience des collaborateurs qui sont au contact des clients insatisfaits.

Mesurer l'écart existant entre l'expérience voulue et perçue puis tracer le chemin à parcourir pour combler cet écart.

Définir les actions clés à mettre en place.



MODALITÉS

1 atelier d'échanges et de co-construction
animé par 2 consultants de l'Académie du Service

Environ 10 participants
(des managers et des collaborateurs)

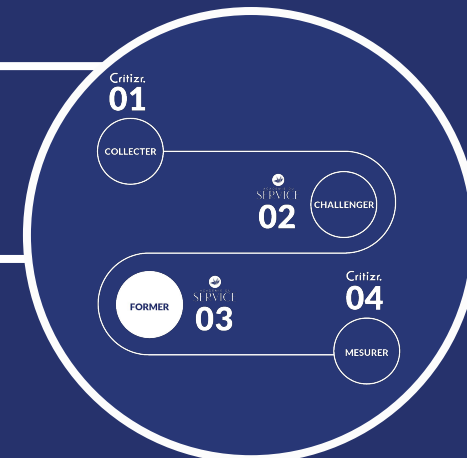


LIVRABLES

Note de synthèse du workshop comprenant :

- **La liste des situations difficiles** hiérarchisées et catégorisées
- **Une estimation des impacts** de ces situations difficiles sur l'expérience client et collaborateur
- **La définition d'un plan d'action** en fonction des besoins détectés

3 - FORMER



OBJECTIFS

Former vos équipes à la gestion des situations difficiles.

Détecter les signaux d'une insatisfaction chez votre interlocuteur

Comprendre le processus émotionnel qui mène au conflit.

Désamorcer les situations difficiles en développant votre assertivité.

Préserver ainsi la qualité de relation avec votre interlocuteur.



MODALITÉS

1 parcours digital comprenant 5 modules.
Durée totale de la formation : 1h10

1 journée présentielle construite sur mesure s'inspirant des situations difficiles recensées.



LIVRABLES

Accès au parcours de référence sur la gestion des situation difficiles via notre plateforme de formation.

L'utilisation de notre plateforme inclut :

- la création d'un parcours privé
- la création et mise à jour de la base utilisateurs
- le support fonctionnel
- L'édition de rapports hebdomadaires

Livret participant

4 - ACTIONNER



OBJECTIFS

Converser pour satisfaire et transformer vos clients détracteurs

Réaliser un suivi des actions mises en place et suivez l'évolution de vos enjeux de satisfaction clients.

Manager votre réseau grâce à de nouveaux indicateurs (Relation client, satisfaction client, NPS).



MODALITÉS

Agrégation des données en temps réel et en continu au sein de la plateforme Critizr.



LIVRABLES

Guide d'aide à la réponse et formation à l'utilisation de la plateforme.

Accompagnement dans la mise en œuvre de la démarche et à la prise en main de la solution

Accès à la plateforme de traitement Critizr et visibilité, en temps réel, de vos indicateurs clés de satisfaction client.

Rapports mensuels vous permettant d'avoir une vision globale de la gestion de la satisfaction client par votre réseau.



L'OCCITANE
EN PROVENCE



Conforama **CORSAIR**

Critizr.



NOCIBÉ





Thierry Spencer
Customer Expérience Storyteller
thierry.spencer@academieduservice.com



Nicolas Hammer
CEO - Co-founder
nicolas.hammer@critizr.com

Critizr.