

LA RÉFÉRENCE ZENDESK

Votre ordonnance pour
un service client optimisé



Table des matières

Introduction

Présentation de la référence Zendesk

Le plus important : les mesures clés

Référence Zendesk : les résultats globaux

Analyse approfondie des données : les mesures utilisées

Mesures des tickets - assistance clientèle personnalisée
directe

Mesures des forums - auto-assistance

Comparaison des mesures par secteur, par utilisation,
par taille d'entreprise

Votre ordonnance

Conclusion

Postface : quelques informations à propos de la méthode utilisée

Introduction

Au fur et à mesure de la croissance de Zendesk (plus de 15 000 entreprises utilisent désormais Zendesk pour interagir avec leurs clients), nous nous sommes dit qu'il serait intéressant pour nos clients de pouvoir comparer les performances de leur service clientèle à celles de leurs pairs. Après tout, les interactions avec les clients produisent de nombreux résultats : tickets d'assistance, consultation des pages des forums, commentaires, tweets, notes de satisfaction client, etc. En comparant ces mesures avec celles d'entreprises similaires à la vôtre, vous pouvez mieux les appréhender.

Ces mesures ont toujours été disponibles pour chaque entreprise. Les utilisateurs Zendesk peuvent accéder à leurs mesures clés n'importe où. Les agents peuvent voir le score de satisfaction ; les analyses Web pour les forums Zendesk sont facilement accessibles ; les chefs d'équipe et les administrateurs peuvent décomposer et analyser les mesures d'assistance comme bon leur semble.

Mais même si ces données sont extrêmement utiles, elles le deviennent encore plus si vous les comparez à celles des 15 000 autres entreprises qui utilisent Zendesk. C'est l'une des raisons principales pour lesquelles nous utilisons tous ces outils logiciels basés sur le nuage : pour bénéficier des connaissances du plus grand nombre, pour partager les meilleures pratiques, pour rationaliser nos activités.

D'où notre nouvelle initiative, la **référence Zendesk**.

Présentation de la référence Zendesk

Au cours de l'année passée, Zendesk a recueilli des données d'utilisation de produit et démographiques clés afin de produire la première **référence Zendesk**. Cette référence est fondée sur des données recueillies au quatrième trimestre 2011 (octobre-décembre) : plus de 15 000 services d'assistance, 25 millions de tickets, 50 millions de pages de forums, plus de 65 millions d'utilisateurs finaux.

Il ne s'agit pas d'une étude d'expert typique. Elle s'appuie sur des mesures fondées sur l'utilisation du produit et les interactions avec les clients. Cette référence vous fournit, à vous et votre entreprise :

- **Des données fondées sur l'utilisation réelle du service d'assistance** : les mesures dont vous avez besoin pour évaluer le volume de votre assistance, l'efficacité de votre service d'assistance et la qualité des interactions
- **De nombreuses comparaisons** : comparez-vous à l'ensemble des services d'assistance Zendesk, aux pairs de votre secteur, aux entreprises de taille similaire ou aux entreprises qui assistent des utilisateurs finaux similaires.

Dans ce document, nous allons nous pencher sur les mesures et les segments utilisés pour produire la référence Zendesk. Nous suggérerons ensuite des stratégies pour améliorer vos propres mesures si vos performances sont inférieures à celles de vos pairs. Si vous connaissez déjà la référence et les mesures des services d'assistance, n'hésitez pas à passer directement à la section portant sur l'amélioration de vos propres mesures.

Les mesures clés

La référence Zendesk inclut dix mesures, mais avec seulement trois d'entre elles, vous pouvez mesurer les performances globales de votre assistance. En gros : satisfaction client = $F(x)$ (taille * efficacité * qualité). Autrement dit, si vous êtes capable de fournir une assistance de qualité efficacement à grande échelle, vos clients seront satisfaits.

Référence Zendesk : les résultats globaux

En gardant cela à l'esprit, voici des mesures agrégées de la satisfaction client, de la qualité et de l'efficacité pour l'ensemble des clients Zendesk :

86,3 % satisfaction client | **630** tickets/mois | **23,6h** premier temps de réponse moyen

- **Satisfaction.** Demandez à n'importe quel acteur du secteur de l'assistance client et vous obtiendrez toujours la même réponse : la satisfaction client est la mesure la plus importante. C'est pour cela que nous intégrons les notes de satisfaction client directement au flux de tickets Zendesk. Pour l'ensemble de nos clients, la note de satisfaction moyenne est de 86 %. Pas mal.
- **Taille.** Il faut bien l'admettre, la taille est importante. De nos jours, les équipes d'assistance doivent gérer un flux de tickets constant par le biais de nombreux canaux. Chaque ticket représente une interaction avec les clients, ce qui en fait une bonne mesure de la fréquence et de l'importance des contacts avec les clients. En moyenne, un service d'assistance Zendesk traite plus de 600 tickets par mois.
- **Efficacité.** Nous disposons d'un budget et d'un personnel limités, nous devons donc nous assurer de satisfaire nos clients le plus efficacement possible. C'est pour cela que le premier temps de réponse est une excellente mesure de l'efficacité. Le premier temps de réponse moyen pour l'ensemble des tickets Zendesk est de près de 24 heures*. S'il vous faut plus d'un jour pour répondre à vos clients, vous devriez peut-être chercher des moyens d'améliorer vos processus.

*Remarque : nous avons été surpris par ce chiffre et sommes déçus de voir un premier temps de réponse si élevé. Bien sûr, ce chiffre est en partie dû à nos calculs, puisque nous prenons en compte tous les tickets de votre service d'assistance, y compris les problèmes et tickets non urgents qui restent souvent sans attention pendant de longues périodes. De plus, cette mesure ne prend pas totalement en compte les heures de bureau (une fonctionnalité disponible uniquement pour les comptes Zendesk Plus+ et Enterprise). Cependant, nous avons remarqué que de nombreuses équipes d'assistance ne traitent pas les problèmes de leurs clients rapidement. C'est un chiffre que nous aimerions voir baisser pour l'ensemble des utilisateurs Zendesk. Pour citer un client : « Le premier temps de réponse est le meilleur indicateur de la satisfaction client. S'il n'est pas bon, nos clients sont mécontents. »

Globalement, la qualité de votre assistance clientèle est probablement une fonction de ces trois mesures. Demandez-vous quelles sont vos performances dans ces domaines.

Analyse approfondie des données : les mesures utilisées

En plus de ces trois mesures principales, nous suivons d'autres données pouvant vous aider à vous faire une idée plus complète de vos performances par rapport à celles de vos pairs.

Nous avons divisé ces mesures en deux catégories : les mesures des tickets, qui permettent de connaître la qualité de l'assistance clientèle personnalisée directe d'une entreprise, et les mesures des forums, qui permettent de connaître le niveau et le succès de l'auto-assistance proposée aux clients d'une entreprise.

Nous ne voulons pas vous inonder de données, mais vous fournir un contexte un peu plus complet, au cas où vous souhaitez voir les facteurs qui contribuent à la satisfaction client, l'efficacité de l'assistance et/ou le volume des interactions avec les clients.

Mesures des tickets - assistance clientèle personnalisée directe

Satisfaction client	Tickets par mois	Premier temps de réponse	Tickets/agent actif	% résolutions en 1 fois
86 %	630	23,6 h	167	85 %

- **Satisfaction client** - note de satisfaction client globale
- **Tickets par mois** - volume total de nouveaux tickets
- **Premier temps de réponse** - délai moyen de réponse à un nouveau ticket
- **Tickets par agent** - nombre de tickets résolus par agent actif
- **% de tickets résolus en une fois** - tickets résolus en une seule interaction humaine

Mesures des forums - auto-assistance

Consultations des forums	Rapport forums/tickets	CTR des recherches
2 615	4,2	30 %

- **Consultations des forums totales** - nombre de pages consultées dans votre ou vos forums
- **Rapport consultations des forums/ tickets** - mesure de l'auto-assistance des clients ; plus ce chiffre est élevé, plus vos clients s'auto-assistent.
- **CTR des recherches** - mesure la fréquence à laquelle un client trouve ce dont il a besoin quand il effectue des recherches dans vos forums.

Comparaison des mesures par secteur, par utilisation, par taille d'entreprise

Il semble que toutes les entreprises se posent la même question au sujet des mesures de leur assistance : « Où nous situons-nous par rapport à nos pairs ? ». Que ce soit par secteur, taille d'entreprise ou public principal, vous trouverez la réponse que vous cherchez.

Plus de 10 000 entreprises ont participé à la référence Zendesk. Zendesk bénéficie d'une base de clients très vaste et nous avons donc pu recueillir des données pour 20 secteurs différents, différentes tailles d'entreprises (PME, grandes entreprises) et différents types d'équipes d'assistance (servant des clients, des entreprises ou encore services d'assistance internes). Ainsi, vous pouvez comparer les performances de votre assistance à celles d'autres entreprises par secteur, taille d'entreprise ou type de clients.

Secteur

Secteur	Satisfaction client	Tickets par mois	Premier temps de réponse	Tickets/agent actif	Tickets/agent	% résolutions en 1 fois	Consultations des forums	Rapport forums/tickets	CTR des recherches
Conseils et services informatiques	95 %	181	28,2 h	64	49	78 %	466	2,6	30 %
Éducation	91 %	505	30,8 h	101	76	82 %	1 360	2,7	28 %
Divertissements et arts	77 %	1 560	31,5 h	530	408	90 %	9 845	6,3	18 %
Services financiers et d'assurances	93 %	613	28,6 h	151	109	85 %	2 736	4,5	31 %
Technologie - Matériel	85 %	337	28,1 h	84	58	71 %	3 003	8,9	31 %
Santé	94 %	413	22,9 h	101	78	88 %	650	1,6	22 %
Technologie - Hébergement	91 %	360	14,5 h	86	65	76 %	1 055	2,9	33 %
Fabrication	85 %	385	38,2 h	98	72	77 %	710	1,8	18 %
Marketing	85 %	979	32,7 h	291	212	89 %	706	0,7	26 %
Médias et télécommunications	88 %	692	22,7 h	138	99	86 %	2 769	4,0	30 %
À but non lucratif	93 %	267	28,3 h	86	55	85 %	1 843	6,9	24 %
Services professionnels	94 %	261	18,2 h	104	73	85 %	1 432	5,5	31 %
Immobilier	96 %	212	24,8 h	57	36	82 %	1 413	6,7	26 %
Détail et gros	82 %	1 413	26,6 h	325	276	87 %	1 579	1,1	19 %
Médias sociaux	78 %	1 625	25,9 h	484	370	85 %	7 157	4,4	28 %
Logiciels	87 %	527	21,5 h	121	79	82 %	3 609	6,9	34 %
Services d'assistance aux particuliers et aux entreprises	94 %	315	22,3 h	121	94	82 %	450	1,4	26 %
Voyages, hébergement et tourisme	91 %	1 495	14,7 h	197	141	84 %	4 865	3,3	24 %
Applications Web	86 %	675	18,1 h	195	142	86 %	2 610	3,9	33 %
Autre	81 %	1 054	25,6 h	262	179	86 %	832	0,8	18 %
Moyenne	86 %	630	23,6 h	167	121	85 %	2 615	4,2	30 %

En regardant les mesures de la référence, on y trouve des tendances attendues (et inattendues) :

- La corrélation entre temps de réponse lent et faible satisfaction client est évidente (les entreprises de médias sociaux et de divertissements en sont le meilleur exemple).
- Les entreprises d'hébergement font très attention au premier temps de réponse : elles ont de loin le premier temps de réponse le plus court de tous les secteurs.
- Vous adorez votre fournisseur de services de santé ? Votre agent immobilier ? Votre conseiller ? Ce sont les trois secteurs bénéficiant des meilleurs niveaux de satisfaction client.
- Les secteurs axés sur les consommateurs sont ceux qui traitent le plus de tickets et doivent faire face à des défis prévisibles dus à une grande organisation d'assistance (longs temps d'attente, niveaux de satisfaction faibles).
- Les entreprises de matériel technologique sont les as de l'auto-assistance, avec le meilleur rapport forums/tickets de tous les secteurs.

Taille de l'entreprise

Taille de l'entreprise (nombre d'employés)	Satisfaction client	Tickets par mois	Premier temps de réponse	Tickets/agent actif	Tickets/agent	% résolutions en 1 fois	Consultations des forums	Rapport forums/tickets	CTR des recherches
1-9	91 %	203	25,2 h	103	80	85 %	1 324	6,5	31 %
10-99	84 %	1 092	22,2 h	231	166	86 %	3 494	3,2	30 %
100-499	88 %	1 189	25,7 h	164	116	82%	5 309	4,5	30 %
500-4 999	93 %	734	31 h	68	48	77 %	3 822	5,2	23 %
+ 5 000	90 %	942	25,5 h	107	61	86 %	7 656	8,1	18 %
Moyenne	86 %	630	23,6 h	167	121	85 %	2 615	4,2	30 %

Quelques observations :

- Les toutes petites entreprises bénéficient d'une excellente satisfaction client, alors que les moyennes entreprises (10-99 employés, 100-499) ont du mal dans ce domaine. Cela est peut-être dû aux difficultés liées à l'élargissement des opérations d'assistance.
- Les très grandes entreprises (5 000 employés ou plus) bénéficient des meilleurs résultats en matière d'assistance en libre-service (rapport forums/tickets supérieur à 8).
- Mais parallèlement, le taux de clics (CTR) pour ces grandes entreprises est relativement faible, ce qui indique que plus une entreprise est grande, plus sa base de connaissances et ses forums sont complexes. Ne les négligez pas.
- Les entreprises de 10-99 et 100-499 employés sont de loin celles qui traitent le plus de tickets par agent. Cela confirme le faible niveau de satisfaction remporté par les entreprises de cette taille, qui devraient y réfléchir. Au fur et à mesure de la croissance de votre entreprise, ne négligez pas votre équipe d'assistance !

Public visé

Public visé	Satisfaction client	Tickets par mois	Premier temps de réponse	Tickets/agent actif	Tickets/agent	% résolutions en 1 fois	Consultations des forums	Rapport forums/tickets	CTR des recherches
Entreprises	93 %	284	22,3 h	79	55	80 %	1 505	5,3	34 %
Consommateurs	82 %	1 420	23,3 h	380	296	88 %	4 750	3,4	26 %
Interne (employés)	94 %	382	28,6 h	82	59	79 %	889	2,3	29 %
Moyenne	86 %	630	23,6 h	167	121	85 %	2 615	4,2	30 %

- Les équipes d'assistance internes (informatiques, services d'assistance, etc.) obtiennent des notes de satisfaction client supérieures à celles des équipes qui servent les consommateurs ou d'autres entreprises. Les gens mentent-ils pour faire plaisir à leurs collègues ou les équipes informatiques internes ne méritent-elles pas leur mauvaise réputation ?
- De façon logique, les entreprises servant les consommateurs reçoivent plus de tickets que les autres, ce qui sous-entend que l'efficacité pourrait être un problème.

Région

Nous pouvons aussi nous pencher sur les différences entre les régions. Voici une liste des notes de satisfaction des entreprises implantées dans les pays ayant les PIB les plus élevés :

Australie	93 %
Canada	93 %
Allemagne	88 %
États-Unis	87 %
Royaume-Uni	83 %
Espagne	81 %
Italie	81 %
Russie	80 %
Brésil	79 %
Inde	70 %
France	57 %

Nous pourrions continuer longtemps. L'important est de comparer votre entreprise à des entreprises similaires. C'est ce que nous allons aborder, ainsi que les mesures à prendre pour améliorer vos performances, dans la section suivante.

Votre ordonnance

Une fois que vous avez compris les mesures ci-dessus, vous pouvez mieux juger de la qualité de votre assistance par rapport aux autres entreprises similaires, que ce soit par secteur, par utilisation ou par type de clients. Bien sûr, il ne s'agit pas seulement de comprendre, mais aussi d'améliorer votre assistance clientèle et d'accroître la satisfaction de vos clients. Comme nous l'avons dit précédemment, la satisfaction de vos clients est liée à la qualité et l'efficacité de votre assistance. En voyant où vous vous situez pour les différentes mesures, vous pouvez vous concentrer sur les domaines pouvant être améliorés.

Problème	Signification probable	« Traitement »	Excellence
<p>Temps de réponse lents</p> <p>Mesure : premier temps de réponse moyen supérieur à 24 heures</p>	<p>En gros, cela signifie que le nombre de tickets que doit traiter chaque agent augmente ou que le nombre de tickets auxquels répondent vos agents (la productivité de vos agents) diminue.</p> <p>Dans les deux cas, il s'agit d'un problème d'échelle ou de taille : le nombre d'interactions d'assistance croît en même temps que votre entreprise. Plus vous possédez, plus il est difficile de ne pas se laisser dépasser.</p>	<p>Ici, nous conseillons une attaque sur deux fronts : réduire le nombre de tickets en proposant plus d'options d'assistance en libre-service et accroître la productivité de vos agents en automatisant le flux de travail autant que possible et en organisant la structure d'assistance.</p> <p>Dans Zendesk, vous pouvez utiliser les forums pour publier les réponses aux questions fréquentes et encourager vos clients à communiquer et partager.</p> <p>Déclencheurs, automatismes et macros vous offrent de nombreuses façons d'automatiser le workflow, en vous permettant notamment de répondre beaucoup plus rapidement aux questions fréquentes ou d'envoyer un rappel à vos agents quand des tickets attendent une réponse.</p>	<p>Les entreprises bénéficiant d'un premier temps de réponse inférieur à 10 heures obtiennent une note de satisfaction client supérieure à 90 %.</p>

Problème	Signification probable	« Traitement »	Excellence
<p>Tickets demandant des efforts de résolution trop importants</p> <p>Mesure : % des tickets résolus en une seule fois < 75 %</p>	<p>Un faible pourcentage de résolution en une seule fois n'est pas nécessairement un problème. Si les questions envoyées à votre équipe d'assistance sont généralement difficiles ou complexes, il faut un certain nombre de va-et-vient pour les résoudre efficacement. N'oubliez pas, la satisfaction client est la mesure la plus importante, et répondre à une question de façon complète vaut mieux que d'essayer de le faire en une seule fois.</p> <p>Cela dit, si vous constatez un changement conséquent de cette mesure, cela peut signifier que la qualité des réponses diminue ou que la difficulté des questions augmente. Là aussi, une taille ou échelle accrue risque de déclencher ce problème : plus le nombre de tickets auxquels doit répondre un agent est important, moins ses réponses seront réfléchies. Mais cela peut aussi être un signe de mauvaise formation alors que votre équipe s'agrandit.</p> <p>Un simple audit des tickets vous aidera à comprendre cette modification du pourcentage de résolution en 1 fois. Dans Zendesk, vous pouvez créer une vue des tickets récemment résolus (en incluant d'autres paramètres si vous le souhaitez). Cela peut vous aider à comprendre ce qui se passe dans votre organisation.</p>	<p>Pour accroître le nombre de tickets résolus en une seule fois, assurez-vous que chaque question est traitée par la personne la mieux qualifiée pour y répondre. Vous pouvez utiliser une méthode de tri manuelle ou automatique, mais dans les deux cas, vous devez mettre en place un système dans lequel les tickets entrants sont analysés puis affectés à l'agent le mieux qualifié.</p> <p>Dans Zendesk, vous pouvez commencer par organiser vos agents en groupes selon leur spécialité (facturation, assistance technique, etc.), puis sélectionner un groupe dont le tri est le rôle principal. Les agents de ce groupe voient tous les tickets entrants (organisés dans une vue), décident du groupe le plus à même de répondre à la question et affectent le ticket à ce groupe. En utilisant des déclencheurs, vous pouvez alors envoyer une alerte prévenant chaque membre de ce groupe qu'il y a un ticket nécessitant leur attention.</p>	<p>Les équipes d'assistance traitant un volume élevé résolvent plus de 90 % des tickets en une seule fois.</p>

Problème	Signification probable	« Traitement »	Excellence
<p>Volume de tickets élevé</p> <p>Mesure : nombre de tickets par mois supérieur à 1 500</p>	<p>C'est généralement un signe positif, qui dénote la croissance de l'entreprise et des interactions avec les clients.</p> <p>Mais si vous n'êtes pas préparé pour cette augmentation du volume des tickets, cela peut déboucher sur un problème d'efficacité ou de satisfaction client.</p>	<p>L'important ici est de ne pas laisser le volume élevé de tickets nuire à la satisfaction client ou à l'efficacité de l'assistance. Suivez le conseil précédent portant sur la réduction du nombre de tickets, notamment des forums de bonne qualité et l'automatisation et l'organisation.</p> <p>De plus, avec un grand nombre de demandes d'assistance, vous devriez sérieusement penser aux rapports (si vous lisez ce livre blanc, vous le faites peut-être déjà). Avec un volume de tickets élevé, des modifications même infimes des performances de votre service d'assistance peuvent toucher beaucoup de monde. Ne vous laissez pas dépasser, surveillez et supervisez votre assistance. Avec l'intégration Zendesk-GoodData, vous avez accès à d'excellents rapports de performances.</p>	<p>Les entreprises les plus performantes avec plus de 10 000 tickets par mois dirigent une part conséquente du trafic vers leurs forums d'assistance en libre-service, avec un rapport forums/tickets supérieur à 5:1</p>

Problème	Signification probable	« Traitement »	Excellence
<p>Traitement des tickets par agent faible</p> <p>Mesure : < 100 tickets clos par agent par mois</p>	<p>Une faible productivité des agents indique généralement un problème dans le workflow d'assistance. Bien qu'il soit possible que certains agents soient moins productifs que d'autres, un faible traitement des tickets global dénote un problème au niveau du processus dans son ensemble. Souvent, cela se voit de deux façons : workflow peu clair (les agents ne sont pas sûrs des tickets nécessitant leur attention) ou workflow inefficace (les agents réalisent plus d'efforts que nécessaire et reproduisent beaucoup de tâches redondantes).</p> <p>Il peut aussi s'agir d'un problème de gestion ou de direction : moral de l'équipe en berne, mauvaise gestion, formation de mauvaise qualité, etc.</p>	<p>Améliorez la productivité en définissant des processus de travail d'équipe clairs et en utilisant des outils permettant d'accélérer les processus. Assurez-vous que votre équipe dispose d'une méthode et d'une structure lui permettant de traiter n'importe quel ticket. Posez-vous des questions telles que : que se passe-t-il à la réception d'un nouveau ticket ? Que dire au client si vous ne connaissez pas la réponse à son problème ? Quels sont les délais cibles pour résoudre chaque ticket et que faire si ces délais sont dépassés ? Chaque problème d'assistance représente une série de points de décision : assurez-vous que tous les membres de votre équipe connaissent ces points. Créez votre équipe d'assistance autour de ce processus. Dans Zendesk, vous pouvez organiser votre équipe à l'aide de groupes.</p> <p>Une fois que vous définissez un processus, recherchez les points auxquels vous pourriez l'automatiser ou utiliser votre outil d'assistance pour gagner en efficacité. Dans Zendesk, vous pouvez créer des réponses types aux questions fréquentes. Ce sont les macros. Vous pouvez configurer des rappels pour votre équipe quand un ticket donné a dépassé votre délai cible avec les automatismes. Si vous comprenez bien votre processus, vous utiliserez votre outil plus efficacement et accroîtrez la productivité globale de vos agents.</p>	<p>Les organisations d'assistance les plus performantes sont capables de clore 500 tickets par agent en un mois et disposent des processus leur permettant de croître.</p>

Problème	Signification probable	« Traitement »	Excellence
<p>Faible activité dans les forums</p> <p>Mesure : Trafic dans les forums inférieur à 1 000 consultations/mois</p> <p>ou</p> <p>rapport consultations des forums/tickets inférieur à 1:1</p>	<p>Proposer des forums aux clients est semblable à organiser une soirée : vous voulez qu'ils y viennent et en soient satisfaits. Si ce n'est pas le cas, il peut y avoir plusieurs raisons. Tout d'abord, avez-vous configuré un forum ? Son contenu est-il à jour et de bonne qualité ? Ce contenu est-il organisé de façon pertinente pour les utilisateurs ? Les utilisateurs peuvent-ils y accéder à partir de votre site Web ? Si vous avez répondu par la négative à n'importe laquelle de ces questions, l'activité dans les forums sera inférieure à la normale.</p>	<p>Heureusement, la solution est simple (mais demande un certain travail). Quant il s'agit de forums, le scénario est simple : si vous le créez (et montrez aux gens où ils se trouvent), ils s'y rendront.</p> <p>La visibilité est le facteur numéro 1 : vos clients peuvent-ils trouver vos forums ? Sont-ils présents sur votre site Web ? Y envoyez-vous le trafic provenant de tous les canaux (site Web, onglet de suggestions, produit, etc.) ?</p> <p>Le contenu est le facteur numéro 2 : soyez sûr de bien comprendre ce que veulent vos clients.</p> <p>Les analyses des forums sont très efficaces pour obtenir ces informations.</p> <p>Le contenu en libre-service est l'un des meilleurs moyens d'améliorer l'efficacité de votre organisation d'assistance, il est donc payant d'investir dans ce domaine. Si vous avez les ressources nécessaires à la production d'un contenu de qualité qui répondra à bon nombre des questions de vos utilisateurs, l'étape suivante est de le rendre visible et d'y permettre les recherches. Intégrez un lien vers vos forums dans la navigation en haut de votre site Web, incorporez des liens vers ces forums dans tous vos documents de marketing. Vos utilisateurs doivent savoir qu'ils existent.</p> <p>Dans Zendesk, vous pouvez afficher le contenu des forums avant qu'un utilisateur n'envoie sa question à vos agents d'assistance. Installez l'onglet de suggestions sur votre site Web. Cela permet aux clients de poser des questions directement à partir de votre site Web, mais cela affiche aussi le contenu pertinent des forums correspondant à leurs questions. Souvent, ils trouveront la réponse à leur question sans même avoir besoin d'un agent. En plaçant le contenu de forum à des moments stratégiques dans les interactions d'assistance et en permettant aux clients de le trouver facilement, vous accroîtrez l'activité dans les forums.</p>	<p>Les entreprises les plus performantes peuvent atteindre 50 000 consultations de leurs forums par mois et un rapport forums/tickets de 10:1, ce qui débouche sur une satisfaction client largement supérieure à 90 %.</p>

Problème	Signification probable	« Traitement »	Excellence
<p>Faible taux de clics pour les recherches dans vos forums</p> <p>Mesure : CTR des recherches < 20 %</p>	<p>Un taux de clics faible pour les recherches dans les forums signifie que les utilisateurs ne trouvent pas ce qu'ils cherchent (c.-à-d. qu'ils recherchent un terme, mais aucun des contenus qui leurs sont renvoyés ne semblent prometteurs).</p> <p>Cela indique que le contenu de vos forums ne correspond pas à ce que recherchent vos utilisateurs. Il est également possible que le contenu corresponde, mais que les titres des sujets ne soient pas pertinents.</p>	<p>Comme pour l'analyse du trafic, la première étape est de comprendre ce que recherchent vos utilisateurs. L'analyse des recherches de Zendesk peut vous montrer ce que recherchent vos utilisateurs, ainsi que la fréquence à laquelle ils trouvent quelque chose d'après ce qu'ils recherchent. Demandez-vous si vous disposez du contenu nécessaire pour satisfaire à leurs recherches. Les cibles les plus importantes sont les termes fréquemment recherchés, mais avec un taux de clics très faible. Cela signifie que ces informations sont très demandées, mais qu'il y a très peu de contenu correspondant. Réalisez un audit de votre contenu d'après les termes les plus fréquemment recherchés. Créez du contenu nouveau et amélioré si nécessaire et essayez différents titres pour voir lequel est le plus utile.</p>	<p>Les entreprises les plus performantes peuvent atteindre des taux de clics de 30-35 % pour des forums bien conçus et bien organisés.</p>

Conclusion

La qualité de vos données dépend de ce que vous en faites. En obtenant des mesures des performances de votre assistance et en les comparant régulièrement à celles de vos pairs, vous pouvez découvrir ce que vous devez améliorer. Les outils comme Zendesk, alliés au type de réflexion illustré par le tableau ci-dessus, vous aideront à apporter les améliorations nécessaires.

Postface : quelques informations à propos de la méthode utilisée

Zendesk recueille des données auprès de ses clients et utilisateurs tests depuis novembre 2010, en posant six questions démographiques élémentaires (secteur, nombre d'employés, segment d'assistance principal). Plus de 10 000 entreprises y ont répondu. En outre, nous avons recueilli des données d'utilisation auprès de l'ensemble de notre base de clients pour tous les comptes actifs d'octobre à décembre 2011. À partir de ces deux listes, nous avons produit des données de référence, basées sur les critères suivants :

- entreprises ayant choisi le service de référence et participé à l'étude
- comptes Zendesk actifs avec des tickets en octobre 2011 et décembre 2011

Ces critères ont produit un jeu de plus de 4 400 entreprises de référence, un sous-ensemble des 15 000 entreprises qui utilisent Zendesk.

Nous avons peaufiné et ajusté ces données afin de fournir des mesures précises et significatives.

- Distorsion due aux gros utilisateurs : nous avons éliminé les comptes ayant le plus gros volume de tickets des mesures de référence, du fait de leur trop grand impact sur les moyennes.
- Distorsion due aux comptes avec peu ou aucune utilisation : nous avons éliminé les comptes dont le volume de tickets était proche de zéro ; nous avons aussi ajusté les mesures des forums (consultations moyennes des forums, recherches et taux de clics) pour prendre en compte les services d'assistance qui n'utilisent pas activement les forums Zendesk.
- Nous avons comparé les comptes ayant choisi le service de référence à l'ensemble des comptes Zendesk : les mesures se sont avérées très similaires, indiquant une absence de distorsion des participants.
- Dans la mesure du possible, nous avons utilisé les moyennes pondérées et les valeurs médianes afin de garantir la précision des données.

Certains facteurs sont difficiles à mesurer, mais nous avons malgré tout choisi de les inclure :

- Le premier temps de réponse moyen est un facteur difficile à mesurer pour un grand nombre de comptes, surtout du fait de la dynamique des heures ouvrées. Seuls les clients Plus+ et Enterprise peuvent utiliser notre fonctionnalité d'heures ouvrées et les règles de gestion pour la clôture d'un ticket. Le temps de résolution total (qui est suivi dans Zendesk) était si disparate que nous ne l'avons pas inclus dans la référence.
- Les taux de réponse pour les notes de satisfaction étaient en moyenne de 25-30 % pour la plupart des comptes. Cependant, les notes de satisfaction client ne sont utilisées que par une portion des clients Zendesk.

Zendesk projette de mettre la référence Zendesk à jour tous les trimestres.