

# 3 raisons d'intégrer l'Analytics à sa stratégie de Relation Client



Pourquoi le sujet « Analytics » est-il devenu si important ?

## Raison 1

### La voix du client

Analysée, elle révèle des informations clés pour améliorer l'Expérience Client tout au long du parcours.  
#AkioAnalytics #Sémantique



### 2 types de sources de données :



#### Avis sollicités :

Enquêtes et sondages clients, à l'initiative des marques, envoyés à chaud ou à froid pour évaluer le niveau de satisfaction. #ConnaissanceClient #NPS

#### Avis non sollicités :

Contenus textuels des centres de contact (interactions par email, chat, messenger,...) et feedback clients sur le web (forums, réseaux sociaux, plateformes de notation,...). #ServiceClient #eRéputation



## Raison 2

### Les indicateurs ne nous disent pas tout



MAIS

Une tendance c'est bien, mais ce n'est pas suffisant. De plus, la note ne prend pas en compte les différences culturelles.

Le **NPS**, indicateur quantitatif permet d'obtenir une tendance via un score ;



Les verbatims contiennent l'opinion du consommateur et permettent de contextualiser le NPS, pour une compréhension fine, qualitative du ressenti client.

## Raison 3

### Décloisonner les organisations

Toutes les directions de l'entreprise sont concernées par la voix du client. Les dashboards Akio Analytics permettent de partager des insights opérationnels pour un pilotage transverse.

