

3 raisons d'intégrer Akio Insights à sa stratégie de Relation Client



Pourquoi le sujet « Akio Insights » 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.
#Akiolnsights #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 insights permettent de partager des insights opérationnels pour un pilotage transverse.

