

Feed. fournit une assistance proactive et génératrice de revenus grâce à Zendesk



Manger sain... plus facile à dire qu'à faire. Qu'il s'agisse du manque de temps pour cuisiner des repas équilibrés, du coût et de la disponibilité des ingrédients frais ou de la tentation constante que représentent les snacks riches en graisses ou en sucres, notre régime alimentaire est constamment en péril.

C'est là que Feed. entre en jeu. La start-up parisienne permet à tous de savourer des repas complets et équilibrés de qualité n'importe où. Elle propose une gamme de substituts de repas pratiques sous forme de barres, boissons et poudres, et ses produits sont conçus pour couvrir 100 % des besoins nutritionnels des clients pour un repas. Les offres de l'entreprise incluent des options vegan, sans gluten, sans lactose et sans OGM, à partir de 2,49 €.

Pratiques, économiques, de qualité... il n'est pas surprenant que ces produits aient conquis les consommateurs français, allemands, espagnols et britanniques. Ce qui est plus surprenant peut-être, c'est la diversité de sa clientèle, des étudiants au budget serré aux professionnels toujours en déplacement, en passant par les seniors soucieux de leur santé.

Feed.

CLIENT DEPUIS

2018

CONVERSION DES CHATS EN VENTES

€180,000

SATISFACTION CLIENT MOYENNE POUR TOUS LES CANAUX

94%

AMÉLIORATION DE LA SATISFACTION CLIENT

25%

PRODUCTS USED



chat



explore



guide



support



talk



Une assistance proactive

Aurore Galland, responsable du service client chez Feed., a rejoint l'entreprise après avoir travaillé dans des centres d'appels et des organisations d'assistance dans le secteur du retail pendant six ans. Ce qui l'a attirée, c'est la perspective de créer une nouvelle organisation de service client de zéro, une organisation qui non seulement donnerait la priorité aux clients, mais introduirait aussi de nouveaux programmes proactifs pour offrir la meilleure expérience client.

L'une des premières mesures d'Aurore a été d'encourager les agents à goûter les produits de Feed. Pour elle, sans cela, les agents ne pouvaient pas vraiment en parler en connaissance de cause ni les promouvoir passionnément auprès des clients. D'ailleurs, Aurore raffole des barres au chocolat et au sésame de l'entreprise. Mais ce n'était que le début du changement.

Avant d'adopter Zendesk mi-2018, l'équipe d'assistance utilisait Front, un système de tickets fondé sur l'e-mail. « Avec l'e-mail, il nous fallait souvent jusqu'à une semaine pour répondre aux clients, ce qui était loin d'être optimal », déclare Aurore. Après le passage à Zendesk, son objectif est désormais de « traiter les clients comme des rois » en se tenant à leur disposition sur leurs canaux de prédilection.

Une organisation d'assistance ciblée, et génératrice de revenus

Aujourd'hui, Feed. utilise Zendesk Support, Talk Partner Edition, Chat et Explore comme base de son organisation d'assistance. Aurore a choisi Zendesk non seulement pour sa capacité à prendre en charge plusieurs canaux, mais aussi pour la souplesse de son API, qui permet d'intégrer des applications et des outils tiers pour créer une expérience d'assistance proactive et personnalisée.

Le chat en direct proactif a largement contribué à l'amélioration de l'assistance et à la capacité d'anticipation des besoins des clients. Quand elle utilisait le chat passivement, l'entreprise ne recevait que 10-15 demandes de chat par jour. Depuis son implémentation des déclencheurs de chats proactifs, ce chiffre est passé à plus de 100 chats en direct par jour, en sachant que chaque nouvelle session représente une opportunité commerciale. « En entrant en contact avec les clients quand ils parcourent la boutique ou lisent le blog, nous pouvons fournir une assistance ciblée et résoudre leurs problèmes en temps réel, nous explique Aurore. Par exemple, si un visiteur consulte un article sur la perte de poids dans notre blog, nous pouvons le diriger vers nos produits allégés. »

Les résultats sont impressionnants : en utilisant le suivi des conversions, Aurore s'est rendue compte que l'équipe avait réussi à convertir 6 % des chats en direct, pour un résultat de 180 000 € en moins d'un an.

Afin de réduire le volume de demandes d'assistance, Aurore a connecté Shipup à Zendesk pour contacter automatiquement les clients en cas d'événement inattendu avec leurs commandes. Ainsi, au lieu qu'un client contacte l'assistance pour demander où est son colis, c'est l'assistance qui lui envoie un e-mail pour le prévenir du changement avant même qu'il ne le sache.

« Avec Shipup, nous avons enregistré une baisse considérable du volume de tickets que nous recevons, déclare Aurore. Si vous signalez un problème à un client à l'avance, il n'est pas obligé de vous contacter et vous pouvez résoudre ce problème plus vite. »

Aurore a aussi intégré Zendesk avec Magento pour que les agents disposent d'un accès facile aux informations sur les commandes des clients. En outre, Diduenergy permet de recueillir leurs commentaires sur les produits et l'expérience client en général.

Un pour tous et tous pour un

Un élément important de la stratégie commerciale de l'entreprise consiste à faire en sorte que ses équipes en contact avec les clients (ventes, marketing et assistance clientèle) collaborent : la communication avec les clients doit refléter l'image de la marque et chacun de ses produits doit refléter ce que les clients attendent. Pour s'assurer de ce dernier point, l'équipe produits demande à l'équipe d'assistance de partager les commentaires sur les recettes ou les suggestions des clients pour améliorer les produits. L'équipe de marketing travaille elle aussi de concert avec l'équipe d'assistance pour savoir comment rédiger des newsletters efficaces. Cette collaboration entre équipes a tout impacté : de la teneur en sucres des produits au contenu des cadeaux promotionnels, en passant par les emballages et la taille des portions.

« En écoutant nos clients sur les canaux d'assistance, nous avons notamment appris que nos produits prêts à boire étaient tout simplement trop grands. Les clients n'arrivaient pas à les finir, explique Aurore. C'est un résultat direct des commentaires de l'assistance client. »



La start-up n'a pas fini de réinventer son organisation d'assistance, mais les premiers résultats sont encourageants pour Aurore et ses six agents. En moins d'un an, la satisfaction client est passée de 75 à 94 %. Le nombre de tickets résolus en une fois s'est également envolé et l'équipe a vu le nombre de tickets nécessitant plusieurs interactions chuter de 80 à 10 %. Et comme Aurore a configuré Zendesk pour que les agents reçoivent directement les rapports sur leurs performances, ces derniers peuvent voir par eux-mêmes leurs points faibles et leurs points forts, ce qui lui simplifie la tâche.

Mais ce qui est peut-être le plus impressionnant, c'est tout ce que Aurore arrive à accomplir avec une petite équipe qui n'a pas accès aux ressources de développement.

« Zendesk nous a fourni une plateforme sur laquelle j'ai pu réaliser quasiment toutes les intégrations toute seule, sans aide supplémentaire. Et l'équipe Zendesk a toujours su être là en cas de besoin, ajoute Aurore. Quand vous travaillez dans une start-up et avec une petite équipe, il faut toujours être prêt à apprendre et à s'adapter. »

La prochaine étape pour Feed. est le développement de sa couverture omnicanal avec l'ajout de Zendesk Guide pour le self-service et l'assistance hors des heures ouvrées. Aurore continue aussi de promouvoir le rôle global de l'assistance au sein de l'entreprise, qu'il s'agisse de partager les commentaires des clients avec l'équipe de marketing ou d'utiliser ces données pour peaufiner et améliorer les recettes de l'entreprise.



« Zendesk est un outil puissant qui aide Feed. à traiter ses clients comme des rois. Cela nous permet de communiquer directement avec eux et d'exploiter leurs commentaires pour améliorer notre service, notre assistance et nos produits. »

– Aurore Galland
Responsable du service client