

# Inventaire et check-list : Quelle direction prendre ?

Pour réussir à l'ère de l'IA, il est indispensable de tisser des liens solides avec les clients. Les entreprises doivent donc faire un état des lieux afin d'en savoir plus sur le niveau de la qualité des interactions avec leurs clients, et quelles décisions prendre pour optimiser leurs connexions.

En complétant cette check-list, vous saurez où vous en êtes au regard des interactions avec vos clients, et vous pourrez identifier des leviers d'amélioration.

N'oubliez pas que cette auto-évaluation est conçue pour vous aider à identifier l'étape à laquelle se trouve votre entreprise dans son parcours de connexion client. Elle permettra de déterminer le point de départ pour une exploration plus approfondie. Lorsque vous aurez terminé, vous pourrez revoir les conseils pertinents pour votre entreprise présentés dans ce guide conversationnel et les mettre à exécution.

## Voici comment cela fonctionne

Chacune des quatre sections inclut des affirmations d'auto-évaluation concernant le niveau de connexion de votre entreprise avec ses clients. Attribuez une note de 1 à 5 à chaque affirmation, 1 signifiant « Pas du tout d'accord », 3 « Neutre » et 5 « Tout à fait d'accord ». Additionnez ensuite vos scores afin d'évaluer votre niveau.

## Découverte

1. Le contenu de notre site web est structuré de manière claire, concise et conversationnelle pour faciliter l'utilisation des moteurs de recherche et de l'IA.
2. Notre stratégie de contenu a évolué pour inclure, en plus du texte, de nouveaux formats, en particulier des vidéos courtes.
3. Nous avons commencé à diversifier la création de contenu en travaillant avec des influenceurs et des communautés.
4. Nous avons commencé à utiliser les connaissances de nos clients afin de cibler plus précisément nos communications publicitaires.
5. Nous utilisons les outils HubSpot pour la gestion des réseaux sociaux, du contenu et des publicités.



## Considération

1. Nous utilisons les bots basés sur l'IA pour offrir du contenu personnalisé pour répondre aux besoins de chaque prospect pendant les interactions.
2. Nous nous appuyons sur plusieurs canaux de communication en fonction des préférences des utilisateurs pour optimiser les interactions avec les clients et amener les leads à maturation.
3. Nous intégrons l'IA dans notre processus de création de contenu pour garantir un contenu pertinent pour les prospects.
4. Nous utilisons les fonctionnalités HubSpot telles que les SMS et les bots pour optimiser les interactions avec les clients et faire progresser les leads dans le parcours client.



## Achat

1. En utilisant la puissance de l'IA, nous mettons à la disposition des représentants commerciaux les outils permettant d'effectuer des diagnostics approfondis et d'offrir des consultations personnalisées pour résoudre les problèmes des clients.
2. Nous nous appuyons sur l'IA pour accélérer le processus d'achat, pour proposer des expériences personnalisées qui sont la base de relations plus solides et durables avec les clients.
3. Nous fournissons aux clients des outils qui leur permettent de trouver les produits dont ils ont besoin et de les acheter en totale autonomie.
4. Nous fournissons aux clients des outils qui facilitent la prise de rendez-vous avec les représentants commerciaux et leur permettent d'obtenir des informations.
5. Nous utilisons les fonctionnalités du Sales Hub de HubSpot pour faciliter le processus d'achat.



## Utilisation

1. Le délai de rentabilisation est un indicateur que nous mesurons et que nous nous efforçons d'améliorer.
2. Nous utilisons les bots pour fournir une assistance rapide à nos clients, ainsi qu'un support client humain en direct et personnalisé pour garantir leur satisfaction et leur réussite.
3. En utilisant la puissance des outils basés sur l'IA, nous permettons aux représentants du support client de fournir une assistance personnalisée d'exception nécessaire à la réussite des clients.
4. Nous utilisons les fonctionnalités HubSpot telles que les bots et la base de connaissances pour booster l'utilisation de nos produits.



## Additionnez maintenant vos résultats.

**0-30**

### Peut mieux faire

En l'état actuel des choses, votre stratégie d'interaction avec les clients aurait besoin d'attention.

---

**31-59**

### Opportunité

Vous êtes sur la bonne voie, mais vous avez encore plusieurs leviers d'amélioration à votre disposition pour optimiser les relations avec vos clients.

---

**60+**

### Connecteur en devenir

Vous êtes sur la bonne voie pour créer des connexions de grande qualité. Pensez à actualiser régulièrement votre stratégie et à collaborer étroitement avec vos équipes pour conserver cette dynamique.

## **Votre total est compris entre 0 et 30**

Vos résultats indiquent que vous pouvez améliorer plusieurs aspects de votre stratégie. Tout n'est cependant pas négatif : il s'agit d'une opportunité de croissance et d'instaurer une dynamique positive. L'IA est une technologie révolutionnaire mais encore récente, ce qui laisse encore du temps pour la maîtriser et l'intégrer afin de renforcer les relations avec vos clients.

Voici trois actions que votre entreprise peut mettre immédiatement en pratique :

### → **Personnalisez votre approche**

Les relations les plus solides sont celles qui sont les plus authentiques. Étudiez en détail les besoins, les préférences et les défis de vos clients. Utilisez ces précieuses données pour adapter vos interactions et vos communications. Que ce soit par le biais d'e-mails personnalisés, de messages ciblés ou d'offres sur mesure, montrez à vos clients que vous comprenez leurs parcours et que vous vous souciez de leurs besoins spécifiques en personnalisant autant de points de contact que possible.

### → **Créez des expériences convaincantes**

Optimisez votre stratégie de contenu pour créer des expériences captivantes qui suscitent l'engagement de votre audience. Adoptez l'art du storytelling pour interagir avec vos clients et les inspirer. Ne vous contentez pas de vendre, mais soutenez la croissance de vos clients en répondant à leurs besoins. Développez un contenu spécifique pour leurs défis, qui fournit des informations précieuses et permet de lancer des conversations pertinentes. Exploitez les outils basés sur l'IA pour optimiser votre processus de création de contenu et maximiser son impact. Évitez de submerger d'informations vos clients potentiels et priorisez un contenu de qualité.

### → **Cultivez des relations humaines et authentiques**

L'IA doit faire partie de la stratégie globale, sans pour autant négliger l'importance des interactions humaines. Insufflez de la chaleur, de l'empathie et de l'authenticité dans vos interactions clients. Encouragez votre équipe à prêter une oreille attentive, à engager des conversations pertinentes et à fournir une assistance personnalisée. Exploitez la technologie pour optimiser, et non remplacer, le contact humain, et formez les vendeurs pour qu'ils deviennent des conseillers de confiance et qu'ils résolvent les problèmes. Que vous utilisiez le chat en direct, les appels personnalisés ou les interactions en face à face, faites en sorte que vos clients se sentent appréciés et entendus.

## **Votre total est compris entre 31 et 59**

Vous êtes sur la bonne voie pour devenir un connecteur. Vous avez mis en place un grand nombre d'éléments fondamentaux qui favorisent la croissance de votre entreprise. Il ne vous reste plus qu'à passer à l'action.

Voici trois mesures que votre entreprise peut prendre dès aujourd'hui :

### → **Élargissez vos efforts à l'ensemble du parcours client**

Les chiffres se trompent rarement : les entreprises qui établissent des liens solides avec leurs clients à chaque point de contact sont celles qui performant le mieux. Commencez par identifier chaque point de contact, chaque interaction et chaque défi potentiel du parcours client. Exploitez la puissance des données et les outils disponibles dans HubSpot pour recueillir des informations et proposer des expériences personnalisées à chaque étape. C'est en adoptant cette approche globale de l'engagement client que vous rapprocherez du statut de connecteur.

### → **Équilibrez stratégiquement l'utilisation des outils gérés par l'homme et ceux gérés par l'IA**

Votre entreprise doit pouvoir tirer parti de la technologie et de l'authenticité. Appuyez-vous sur des outils basés sur l'IA tels que l'assistant de contenu et ChatSpot pour amener les leads à maturation, puis apportez la touche humaine pour personnaliser les phases Client et de transaction. La combinaison de ces deux approches vous permettra de créer des expériences à fort impact, de fidéliser vos clients et de profiter de nouvelles opportunités de croissance. Votre parcours client doit être le point de rencontre entre la personnalisation et l'évolutivité, où l'automatisation améliore, mais ne remplace jamais, l'élément humain.

### → **Adoptez l'engagement multicanal**

Ne vous limitez pas à un seul canal pour établir des liens avec vos clients : exploitez le potentiel de l'engagement multicanal pour les contacter là où ils se trouvent. Que ce soit par e-mail marketing, sur les réseaux sociaux ou encore le chat en direct, vous devez affirmer votre présence par le biais de différents points de contact. En fournissant une assistance sur plusieurs canaux, vous étendez votre champ d'action et créez davantage de possibilités d'interactions pertinentes.

## **Votre total est supérieur à 60...**

Vos résultats indiquent que vous avez réussi à établir des liens solides avec vos clients. Il est cependant toujours possible de s'améliorer. Votre entreprise est parfaitement préparée à l'ère de l'IA, il s'agit maintenant de rester innovant et agile dans les années à venir. Il existe toujours des possibilités d'optimiser vos stratégies et vos connexions avec les clients.

Voici trois mesures que votre entreprise peut prendre dès aujourd'hui :

### → **Analyser les données de vos clients en profondeur**

Vous avez établi une relation de qualité avec vos clients, mais il y a toujours des données précieuses que vous pouvez extraire et utiliser pour mieux connaître leurs préférences, leur comportement et leurs défis. Analysez les données les plus récentes des modèles, tendances et corrélations pour mieux comprendre votre audience. En restant au fait de l'évolution des données clients, votre entreprise sera bien placée pour anticiper les changements et répondre à leurs besoins.

### → **Adoptez l'optimisation en continu**

Même avec votre statut de connecteur en devenir, vous pouvez toujours optimiser et affiner vos efforts d'interaction avec les clients. Appuyez-vous sur la puissance de l'A/B testing pour expérimenter différentes approches et en mesurer l'efficacité. Testez différents supports de communication, formats de contenu et canaux d'engagement pour identifier les plus adaptés à votre audience. Analysez les résultats de manière continue, tirez-en des enseignements et optimisez votre stratégie en conséquence. N'oubliez pas que l'optimisation est un processus continu qui peut apporter des améliorations remarquables au fil du temps.

### → **Utilisez les données pour adapter votre stratégie**

La clé d'un succès durable ne consiste pas seulement à recueillir des données, mais aussi à les exploiter pour prendre des décisions avisées et optimiser les processus. Les informations que vous avez recueillies vous permettent d'ajuster de manière proactive la personnalisation des expériences clients, de simplifier votre stratégie de contenu ou encore d'optimiser vos canaux d'engagement. En restant agile et réactive aux besoins changeants de vos clients, votre entreprise reste à l'avant-garde de la connexion avec les clients.

# Premiers pas

HubSpot peut vous aider à mieux interagir avec vos clients, à exploiter tout le potentiel de votre entreprise et à créer des expériences clients de qualité pour générer des opportunités de croissance et de succès.

N'hésitez pas à contacter votre Customer Success Manager, qui se tient à votre disposition pour vous soutenir et vous guider à chaque instant.