

Moderniser l'expérience client B2B : **Une stratégie pour doper** **la satisfaction client, les** **performances et vos résultats**



Pourquoi les entreprises B2B en industrie doivent combiner l'IA à leurs canaux de communication pour optimiser leur service client

Plus féroce que jamais, la concurrence impose désormais aux entreprises de soigner particulièrement leur expérience client (CX). Ainsi, les industriels B2B qui proposent une expérience client exceptionnelle notamment avec l'intelligence artificielle, ont plus de chances de séduire de nouveaux contacts, de fidéliser leurs clients actuels et de maximiser leurs bénéfices.

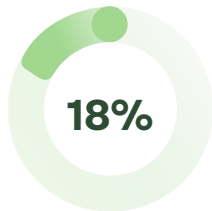


des organisations avant-gardistes en CX estiment que seules les entreprises adoptant l'IA à grande échelle survivront aux pressions concurrentielles.

Source : CX trends 2025 manufacturing



Les clients du secteur industriel B2B exigent désormais un certain niveau de service. Ils veulent pouvoir contacter le service client sans difficulté, obtenir rapidement une solution à leurs problèmes et recevoir toute l'attention qu'ils méritent.



des dirigeants du secteur industriel jugent que leur organisation est très efficace quand il s'agit de partager les données clients entre leurs équipes et systèmes.

Source : CX trends 2025 manufacturing



des industriels avant-gardistes en CX pensent que l'IA permet de personnaliser efficacement les expériences pour que chaque acheteur se sente unique.

Source : CX trends 2025 manufacturing



Nos échanges avec plusieurs grands industriels du marché B2B ont révélé que s'ils connaissent les approches modernes de la CX, ils privilégient souvent, comme leurs clients, l'e-mail et le téléphone classique pour les interactions relevant du service client

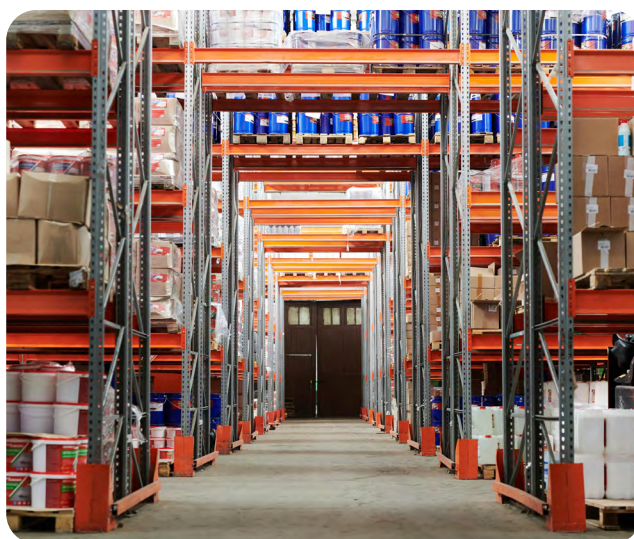
Les clients du secteur industriel B2B justifient cette préférence par les raisons suivantes :

- Premièrement, ils veulent établir une relation avec le représentant du service client. Ils estiment cette relation nécessaire pour que le représentant comprenne leurs besoins et puisse les aider efficacement.
- Deuxièmement, leurs problèmes sont souvent complexes, et leur résolution demande des connaissances précises. Les produits et services du secteur industriel sont souvent réalisés sur mesure et/ou plus complexes que dans les autres secteurs. Par conséquent, les clients veulent échanger avec un représentant connaissant parfaitement son domaine et qui est capable de comprendre les différentes facettes de leur problème.
- Enfin, les clients du secteur industriel B2B ont souvent besoin d'une solution rapide en raison de contraintes de temps ou des coûts générés par le problème. L'assistance téléphonique a la réputation d'offrir les solutions les plus rapides.



Mais l'e-mail et le téléphone ne sont pas les seuls canaux répondant à ces critères. En développant leur service client et la culture qui va avec, les industriels du marché B2B peuvent proposer à leurs clients un meilleur niveau de service, tout en faisant preuve d'agilité et en réalisant des économies en interne.

En limitant leur service client au téléphone et aux e-mails, ils le rendent trop dépendant des connaissances de leurs représentants et agents. En effet, il est difficile de rassembler toutes les connaissances de chaque représentant au même endroit. Par conséquent, si l'un d'eux vient à quitter l'entreprise, il emporte avec lui sa connaissance des produits, des services et des problèmes des clients. Pire encore, ses connaissances sont mises au profit du concurrent qui l'a engagé.



L'adoption d'une expérience client moderne offre des avantages aux industriels du marché B2B comme à leurs clients.

Un service client moderne consiste à offrir aux clients une expérience fluide et personnalisée, disponible à toute heure. Mais aussi à développer une culture centrée sur les données, des processus simplifiés et une base de connaissances partagée. L'IA est la clef de cette équation compliquée à travers les agents IA mais aussi l'IA vocale.

Nous avons échangé avec des industriels du marché B2B utilisant Zendesk en Allemagne, en France, en Italie et aux États-Unis. Voici ce qu'ils nous ont révélé :

Tout commence toujours par la culture de l'entreprise.



Votre capacité à vous améliorer dépend de votre capacité à mesurer votre activité. Nous sommes maintenant capables d'évaluer les commentaires des clients sur tous les canaux et de les intégrer rapidement dans notre pipeline de développement.

Marco Rossi, PDG - IRSAP (Italie)

La première étape vers la transformation de la CX du secteur industriel B2B ?

Un changement culturel qui consiste à déployer les analyses, le suivi et l'amélioration continue dans le service client.

L'amélioration continue est une approche qui se caractérise par une volonté d'expérimenter, d'apprendre de ses erreurs et d'apporter des changements permettant la mise en place de processus ou de résultats optimisés. Cette approche peut aider les entreprises à gagner en efficacité, à innover et à se concentrer sur leur principale source d'informations : le client. En développant une culture de l'amélioration continue, les industriels du marché B2B peuvent offrir à leurs clients une assistance optimale, avec à la clé une amélioration de la satisfaction client, une réduction des coûts et une meilleure efficacité.

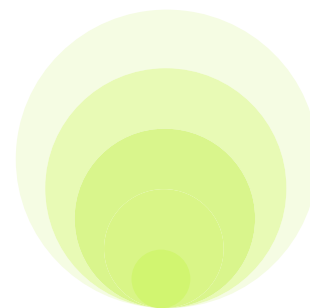
Bien entendu, ce processus impose de collecter beaucoup de données pendant l'expérimentation et d'analyser les résultats obtenus.



L'importance du suivi et de l'analyse

En suivant les interactions clients et en les analysant, les industriels du marché B2B peuvent identifier les points d'amélioration de leur service client, et de toute leur entreprise.

Un outil de service client moderne les aidera à suivre ces interactions sur une large palette de canaux, notamment le téléphone, l'e-mail et le chat. Armés de ces données, ils pourront repérer des tendances dans le comportement des clients, les domaines dans lesquels le service client peut être amélioré, mais aussi mesurer l'efficacité de leurs initiatives de service client. Ces informations précieuses peuvent également orienter le développement des produits.



Zendesk rassemble toutes les données au sein d'un outil omnicanal facile à utiliser et personnalisable. Toutes ces caractéristiques contribuent à la qualité de l'expérience client et du service offerts par Devialet.

Sébastien Faure, Head of Customer Service & Support - Devialet (France)



Une collaboration plus efficace

Les outils de service client modernes facilitent la création d'une base de connaissances partagée et la collaboration entre des équipes travaillant dans des services ou des zones géographiques différents.

Les équipes en contact avec les clients doivent souvent passer au peigne fin une montagne de notices avant de trouver les bonnes informations sur les pièces et les machines. Face à ces processus de back-office d'un autre temps, vos clients pressés par une urgence doivent prendre leur mal en patience, et cela peut avoir des retombées désastreuses quand on sait que les consommateurs n'hésitent pas à passer à la concurrence après une seule interaction décevante.

La solution ? L'implantation de l'IA ou d'un système de gestion des connaissances pour transformer vos documentations produits les plus populaires en articles de centre d'aide et guider vos utilisateurs vers la résolution de leurs problèmes de façon autonome.

Le géant Ingersoll Rand [lien : [Ingersoll Rand Customer Service Story | Zendesk](#)], qui a déployé une base de connaissances avec option de recherche pour mieux servir ses clients, peut en témoigner. Cette optimisation était vitale pour l'entreprise, qui fabrique des machines à l'épreuve du temps et compte dans son catalogue des références produits proposées en continu depuis plus de 50 ans.





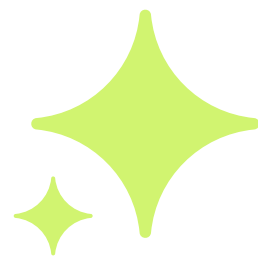
Je voulais revoir de A à Z notre façon de communiquer avec les clients. Nous avons besoin d'une plateforme externe qui unifierait tous nos canaux, nous apporterait plus de transparence et simplifierait la vie de nos employés.

Stephan Marzi,

Head of Customer Service – Thyssenkrupp Rasselstein GmbH (Allemagne)

En mettant sur pied un centre d'aide mis à jour régulièrement, les industriels peuvent réduire leurs délais de réponse. En effet, ce type de base de connaissances simplifie la recherche d'informations par les représentants, généralement à l'aide de marqueurs et de catégories. Tous peuvent ainsi trouver les informations dont ils ont besoin, même lorsqu'ils ne connaissent pas le produit ou le service utilisé par le client.

Au cours des années 2010, Devialet [lien : [Témoignage du service client de Devialet | Zendesk](#)] a connu une accélération de sa croissance. Pour y faire face, la société s'est mise en quête d'un outil tourné entièrement vers l'expérience client. Sa première difficulté concernait la centralisation des e-mails. En effet, 60 % de ses clients utilisaient ce canal pour la contacter, ce qui avait fini par rendre le suivi des conversations trop compliqué. Après s'être rapprochée de plusieurs fournisseurs de solutions, l'entreprise Devialet a jeté son dévolu sur Zendesk, qui répondait parfaitement à ses besoins d'automatisation, de centralisation et de simplicité d'utilisation.





Sa solution d'analyse, Explore, permettait également de suivre les équipes et leur activité afin d'optimiser la gestion opérationnelle de l'entreprise. Avec ses nombreux tableaux de bord de rapports entièrement personnalisables, Explore a aidé l'entreprise à gagner en visibilité.

Les données d'utilisation de la base de connaissances peuvent également contribuer à la rendre plus performante. En suivant le nombre d'accès à la base de connaissances et des pages les plus consultées par les représentants pour résoudre les problèmes des clients, l'entreprise peut par exemple identifier les points à améliorer au sein de ses services et de ses produits.

Enfin, l'exemple de Thyssenkrupp, acteur mondial dans les technologies industrielles et solutions d'ascenseurs, a intégré Zendesk pour centraliser ses interactions clients et améliorer la réactivité de ses équipes support. Grâce au test de l'intelligence artificielle de Zendesk (Agents IA), Thyssenkrupp a automatisé le tri et la réponse aux demandes fréquentes, améliorant ainsi l'efficacité opérationnelle et la satisfaction client.

Résultat, une diminution des délais de traitement des demandes client de 30 %, un meilleur partage d'informations entre les équipes et une amélioration de la personnalisation des échanges grâce aux recommandations IA.

De multiples avantages à une CX avant-gardiste

L'adoption d'une stratégie d'amélioration continue pour la CX présente plusieurs avantages.

Une efficacité renforcée : les industriels du marché B2B sont en mesure d'identifier les opportunités de réduction des coûts par l'élimination des processus superflus, l'automatisation des tâches ou l'optimisation des ressources.

60%

des industriels affirment que les agents IA réduisent leur nombre d'interactions clients en traitant les requêtes des clients et en étant de plus en plus efficaces. En 2024, le taux de réussite des agents IA a atteint les 82 % pour les industriels qui ont adopté l'IA .

40%

des entreprises implémentant l'IA dans le secteur industriel génèrent plus de revenus. En effet, par rapport aux concurrents conservateurs, ils enregistrent une augmentation de 44 % de revenus issus de la vente croisée.

Source : CX trends 2025 manufacturing

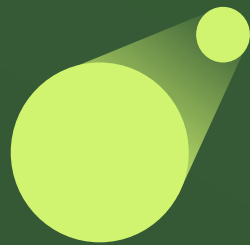
Un processus décisionnel amélioré : les industriels du marché B2B peuvent prendre des décisions plus judicieuses en phase avec leur stratégie ou leur offre de service client. Dans certains cas, ils ont même la possibilité de créer des produits et services pensés spécifiquement pour répondre aux besoins de leurs clients.



Avec le déploiement de Zendesk, nous avons pu intégrer les communications entre le service client, le marketing, le développement et le contrôle qualité. La nouvelle culture et l'introduction de KPI nous ont aidés à réduire fortement nos délais de réponse et à gagner en efficacité dans tous nos processus. De plus, le partage des données entre les services nous permet d'identifier des axes d'amélioration et de les hiérarchiser pour résoudre les problèmes les plus fréquents et les plus urgents.

Leandro Costa,

Responsable d'unité commerciale (IRSAP Smart) - IRSAP (Italie)



Témoignages de clients Zendesk dans le secteur industriel



DEVIALET
INGÉNIERIE ACOUSTIQUE DE FRANCE

IRSAP

 **thyssenkrupp**

 **SMC**

 **Ingersoll Rand**

HOZELOCK



Devialet

- En 2010, Devialet a commencé à chercher un outil capable de gérer l'accélération de sa croissance et axé sur le client.
- Son premier défi résidait dans la centralisation des e-mails : 60 % de ses clients utilisaient ce moyen de communication, ce qui rendait le suivi des conversations trop complexe. Après s'être rapprochée de plusieurs éditeurs de solutions, l'entreprise Devialet a jeté son dévolu sur Zendesk, qui répondait parfaitement à ses besoins d'automatisation, de centralisation et de simplicité d'utilisation.
- Un CSAT de 90 %
- Score d'effort client : 72 % des clients estiment que contacter et obtenir une réponse du service client ou du service produit ne demande pas d'effort particulier.
- Délai de résolution : moins de 7 jours ouvrés dans 90 % des cas.

En savoir plus

Thyssenkrupp

- Jusqu'à il y a trois ans, le service client était officiellement dénommé « service de gestion des commandes » et traitait en réalité l'ensemble des problèmes soulevés par les clients, des commandes aux factures. Son équipe était le point de contact pour toutes les questions des clients lors du processus de vente, allant jusqu'à se charger de tâches comme la gestion des transports. La communication passait principalement par les e-mails, avec Microsoft Outlook telles que outil central. L'entreprise utilisait ce programme pour répondre à toutes les questions de ses clients, et s'en est parfaitement contentée pendant longtemps. Mais quand le nombre d'e-mails a explosé, notamment en raison de la pandémie, Outlook a commencé à montrer ses limites. Désormais, Thyssenkrupp Rasselstein parvient à traiter automatiquement les commandes de 55 à 60 % de ses clients en s'appuyant sur ses ressources internes.
- Délai de résolution : environ 42 h par ticket.

En savoir plus





Ingersoll Rand

- La combinaison d'une présence mondiale et d'une vaste gamme de produits nouveaux et anciens générait de graves difficultés pour le service client d'Ingersoll Rand et son réseau de distributeurs.
- Afin de proposer une assistance plus efficace et axée sur les données, Ingersoll Rand a choisi de déployer Zendesk Support et Guide en 2014. L'idée était aussi de soulager les équipes d'assistance client de sa division FMT, qui ne parvenaient pas à gérer leurs 6 500 tickets mensuels avec Lotus Notes et Microsoft Outlook.
- Amélioration du CSAT : + 35 %
- Respect des SLA (première réponse sous 4 h) : 95 %

En savoir plus

IRSAP

- Précédemment, la gestion de la relation client était principalement réalisée par téléphone, et les e-mails étaient stockés dans la boîte des agents qui les avaient traités. Par conséquent, il était impossible de suivre les problèmes et difficile de répartir les tâches entre les agents et les membres de l'équipe technique. L'absence de KPI ne permettait pas non plus de surveiller et gérer les activités, qu'il s'agisse du délai de réponse ou de la catégorisation des différents problèmes des clients. Zendesk a révolutionné la gestion des clients finaux : le cloisonnement des différents services a pris fin grâce à l'intégration de la coordination entre l'assistance client, le marketing, le développement et le contrôle qualité. La gestion des clients est parfaitement intégrée, de la vérification des stocks initiaux à la prise en charge des retours.
- CSAT : > 85 %
- Délai médian de résolution complète : 3,5 h

En savoir plus





SMC

- Pour centraliser toutes les demandes clients sur une plateforme globale, SMC a mis en place une expérience multilingue et de niveau entreprise grâce à Zendesk. En seulement quatre mois, le fabricant d'équipements d'origine (OEM) mondial a entièrement déployé Zendesk dans neuf pays et prévoit un bénéfice annuel total de plusieurs centaines de milliers de dollars.
- 4 mois pour déployer Zendesk dans 9 pays et assurer le support en plus de 15 langues
- L'équipe traite 40 % de commandes supplémentaires depuis l'implémentation de Zendesk.

En savoir plus

Hozelock

- Hozelock, une marque leader dans le domaine de l'entretien des jardins avec plus de 60 ans d'expérience, a transformé son expérience client grâce à Zendesk (Agents IA et Messaging), en passant d'une assistance uniquement par e-mail à une stratégie axée sur la messagerie optimisée par les agents IA.
- 65 % des requêtes clients sont résolues par des Agents IA
- > 92 % de CSAT du chat
- < 60 secondes pour obtenir une réponse sur le chat

En savoir plus

