

14 EXEMPLES ÉTONNANTS DE SERVICE CLIENT DANS LES MÉDIAS SOCIAUX

(et ce que vous pouvez apprendre d'eux)

Auteur: buffer

QUELLE EST L'IMPORTANCE DU SERVICE CLIENT VIA LES MÉDIAS SOCIAUX?

Selon J.D. Power, 67% des consommateurs ont utilisé le canal des médias sociaux d'une entreprise pour le service à la clientèle.

Et quand ils le font, ils s'attendent à une réponse rapide. Les recherches citées par Jay Baer nous disent que 42% des consommateurs s'attendent à une réponse dans les 60 minutes.

ALORS, COMMENT SE PORTE VOTRE SERVICE CLIENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX?

Pour cette rubrique, j'ai été ravi de faire des recherches sur un ensemble de 14 exemples étonnants de service à la clientèle utilisant les médias sociaux.

COMMENÇONS!

01

SAMSUNG: UN KANGOUROU SUR MONOCYCLE ET UN TÉLÉPHONE DRAGON

En tant que fidèle client de Samsung, le Canadien Shane Bennett a demandé à recevoir gratuitement leur tout dernier téléphone, qui sera bientôt lancé. Pour adoucir sa demande, il a inclus un dessin d'un dragon rugissant.

Sans surprise, Samsung a dit "non". Mais pour dire merci, ils lui ont envoyé leur dessin d'un kangourou chevauchant un monocycle.

Shane a ensuite envoyé les deux messages (et les dessins) à Reddit et cela est devenu viral. En réponse, Samsung Canada lui a envoyé le téléphone qu'il demandait en le personnalisant avec le dragon lanceur de flammes.



À RETENIR

Amusez-vous avec les interactions avec les clients. Ne vous prenez pas trop au sérieux.

02

MORTON'S STEAKHOUSE: LIVRAISON À L'AÉROPORT

En attendant son vol à Tampa, Floride, Peter Shankman a demandé en farce au Morton's Steakhouse de livrer un bifteck porterhouse à son point d'arrivée à l'aéroport de Newark.



En quittant l'aéroport de Newark pour rencontrer son chauffeur, il a été accueilli par un serveur de Morton lui offrant un bifteck porterhouse 24 oz., crevettes, pommes de terre, pain - tout était là. Un repas complet et pas de facture.

Quand vous pensez à la logistique de cette action, cela devient encore plus impressionnant. Le gestionnaire devait obtenir l'approbation et passer la commande. Cela devait être préparé et ensuite apporté par le serveur à l'aéroport, au bon endroit et au bon moment. Tout en moins de trois heures.

Certains des commentaires sur le blogue de Peter suggèrent que cela n'est pas une anomalie. Un autre lecteur partage son expérience d'avoir commandé une pomme de terre au four et d'avoir obtenu un repas de steak complet - livré et gratuit.



À RETENIR

Faire quelque chose d'inattendu pour un bon client – quand il le veut le plus.

03

GAYLORD OPRYLAND: RADIO-RÉVEIL INCITANT AU SOMMEIL

Après de nombreux séjours à l'Opryland Resort de Nashville, Christina McMenemy voulait son propre radio-réveil émettant des sons de spa disponible dans chaque chambre. Le son l'aidait à dormir mieux que jamais, et elle ne pouvait trouver ce modèle nulle part. Alors elle a demandé de l'aide à l'hôtel pour le trouver.



Il s'est avéré que ce modèle était exclusif aux hôtels Gaylord. Elle a cru que c'était la fin de ses recherches et est partie pour sa conférence.

En retournant dans sa chambre ce soir-là, elle a trouvé un cadeau: l'horloge spa et une carte manuscrite. Le personnel lui avait donné le produit qu'elle était incapable de trouver.

Non seulement ils ont rendu un client à long terme très heureux, ils ont également reçu une couverture médiatique importante pour leur acte de gentillesse.



À RETENIR

Rendre les clients heureux, un à la fois.



PETITE NOTE CONCERNANT CES TROIS EXEMPLES

Bien que ce soit génial de donner des téléphones, des dîners de steak et des radios-réveils, ce n'est peut-être pas un service à la clientèle durable.

Pourquoi pas? Lorsque d'autres clients fidèles entendent ce que font ces entreprises, ils peuvent s'attendre au même traitement. Est-ce que Morton's peut offrir un dîner de steak gratuit à l'aéroport pour chaque client qui le demande? Les hôtels Gaylord peuvent-ils offrir à chaque fidèle client un radio-réveil gratuit?

Une approche plus durable consiste à fournir un service client exceptionnel au quotidien. Ces exemples suivants offrent des leçons qui peuvent être mises en œuvre immédiatement et de manière cohérente.

04

JETBLUE: RESSENTIR LA DOULEUR DU CLIENT

Pendant un vol d'une durée de quatre heures, la télé d'Esai Vélez ne lui a offert que de la statique – alors que les autres passagers avaient des écrans qui fonctionnaient normalement. Comment a-t-il réagi? Il a envoyé une plainte via twitter à JetBlue. Rien d'injurieux mais il était clairement déçu.



Comment JetBlue a-t-elle répondu? Alors qu'ils auraient pu faire une excuse ou même ignorer son tweet, ils ne l'ont pas fait. Ils ont pris son parti et sympathisé avec lui.

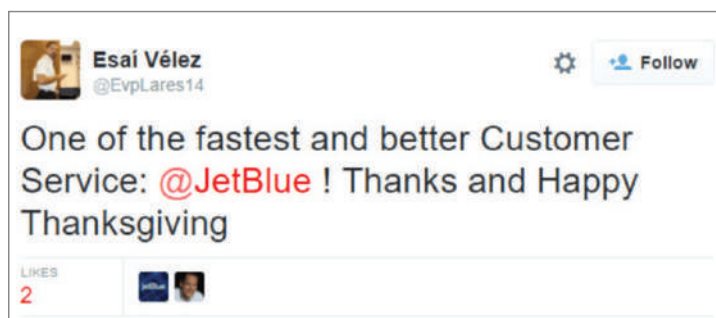
"Oh non! Ce n'est pas ce que nous aimons entendre! Est-ce que c'était toutes les télés de l'avion ou juste la vôtre?"

Après confirmation qu'il ne s'agissait que de sa télé, ils ont répondu:

"Nous détestons quand cela se produit. Envoyez-nous un message avec votre code de confirmation et nous vous enverrons un crédit pour la télé non opérationnelle."

Non seulement ont-ils compris sa frustration, mais ils lui ont offert un crédit pour l'inconvénient subi.

Quel fut le résultat? Seulement 23 minutes après sa plainte, il a tweeté: "L'un des plus rapides et meilleurs services à la clientèle: @JetBlue! Merci et Bonne Action de Grâce"



À RETENIR

Placez-vous dans la peau de votre client quand vous répondez à une plainte.

05

DELTA HOTELS: CHAMBRE AVEC VUE DÉPLAISANTE

Alors qu'il participait à une conférence #PSEWEB à Vancouver, Mike McCready a tweeté que, bien qu'il appréciait sa chambre au Delta, la vue n'était pas très agréable. Il n'a pas informé l'hôtel et ne demandait rien.

Dans l'heure qui a suivi, Delta a répondu – lui offrant une chambre avec une plus belle vue. Et quand Mike est revenu à sa chambre après la conférence, il a trouvé un plateau de sucreries et une carte manuscrite du personnel de l'hôtel. Cela l'a tellement impressionné qu'il a écrit à ce sujet – le même jour.

À RETENIR

Établissez une stratégie de médias sociaux pour suivre les conversations de vos clients.



06

WATERSTONES: HOMME VERROUILLÉ DANS UNE LIBRAIRIE À LONDRES

Bien que tous les commentaires des clients soient importants, certains seront un peu plus urgents que d'autres. Comme celui d'un client prisonnier dans votre magasin.

Cela est arrivé à David Willis l'an dernier au magasin Waterstones de Trafalgar Square. Il a tweeté :



Sans surprise, ce tweet est devenu viral, avec plus de 16 000 retweets et plus de 12 000 likes. Parce que quelqu'un surveillait le compte Twitter de Waterstones, ils ont pu tweeter 80 minutes plus tard qu'ils avaient libéré le client emprisonné. Imaginez ce qui aurait pu se produire, si le service client de Waterstones avait cessé d'écouter pour la journée.



À RETENIR

Toujours écouter les conversations des clients.

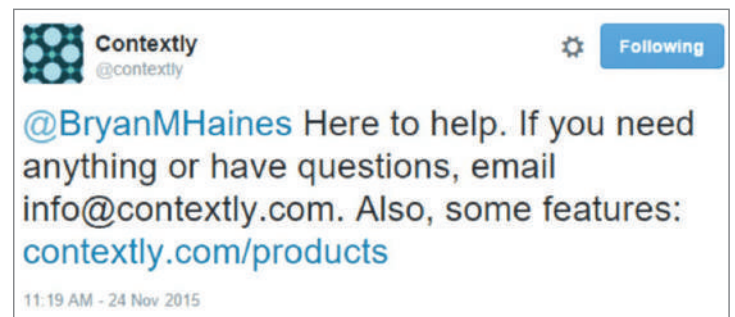
07

CONTEXTLY: INTÉGRATION DES CLIENTS

Avant de faire des affaires avec une nouvelle compagnie, j'aime voir si quelqu'un écoute. Cela me donne confiance qu'ils seront là si j'ai un problème ou une question.

Lorsque je cherchais un service de contenu connexe de qualité supérieure, je me suis inscrit à un compte d'essai gratuit avec Contextly. Le processus s'est déroulé sans heurts, et j'étais excité par l'application, alors j'ai tweeté à ce sujet. Ils ont répondu avec un tweet positif et utile.

En conséquence, je suis confiant qu'ils sont intéressés par moi et m'aideront si j'ai un problème avec l'application.



À RETENIR

Utilisez les médias sociaux pour rationaliser l'intégration des clients.

08

XBOX SUPPORT: ESCOUADE DE TWEET ELITE

En 2010, Xbox a ajouté un compte Twitter dédié. Depuis lors, leur Escouade de tweet Elite a publié plus de deux millions de tweets de soutien. En fait, quand j'ai visité leur page de compte, ils avaient en moyenne deux tweets par minute! Et ils ont une équipe de 27 experts de soutien.



Toute entreprise qui attribue un compte Twitter dédié (et 27 personnes pour le gérer) est incroyable pour moi. Découvrez certaines de leurs interactions :

- L'équipe de support a résolu un problème avec un utilisateur, puis a lancé un message de suivi neuf jours plus tard. C'est exceptionnel, compte tenu du nombre d'utilisateurs avec lesquels ils interagissent sur une base horaire.
- Cet utilisateur a tweeté un message de remerciement concernant un Xbox de remplacement.
- Un suiveur a tweeté une carte de remerciement personnalisée, intitulée: "À mes bons amis: Xbox."

À RETENIR

Soyez engagé envers votre service client sur les réseaux sociaux.



Le support Nike est l'un des meilleurs comptes de service client sur Twitter. Ils disposent d'un compte Twitter dédié, support sept jours par semaine et en sept langues (anglais, espagnol, français, néerlandais, italien, allemand et japonais.)

Un exemple de leur approche est ici dans cette interaction client: Un client les a contactés pour demander de l'aide pour trouver un numéro de commande. Bien que la question ne soit pas claire, le service client de Nike a fait en sorte que le client se sente respecté. Et quand le client s'est rendu compte qu'il avait déjà l'information, leur réponse a été super favorable.

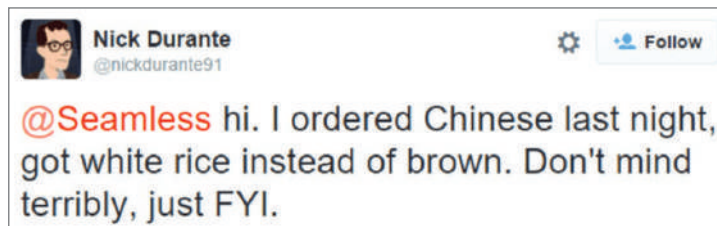


À RETENIR

Soyez gentils, même si ce le problème n'est pas de votre faute.

Seamless est un service en ligne permettant de commander de la nourriture dans les restaurants locaux. Les commandes de nourriture sont pleines de variables et quand vous ajoutez des délais et la livraison - il y a un potentiel de cauchemar. Pour gérer le service client, ils ont un compte Twitter actif où les clients peuvent partager leur amour et exprimer leurs plaintes.

Dans un commentaire récent, un client informe Seamless que sur sa commande récente, il a reçu du riz blanc, au lieu de brun. Il n'était pas fâché - il a dit: "Ce n'est pas grave, juste pour votre information."



En réponse, Seamless a demandé le numéro de commande pour vérifier le tout. En réponse, le client a tweeté:



À RETENIR

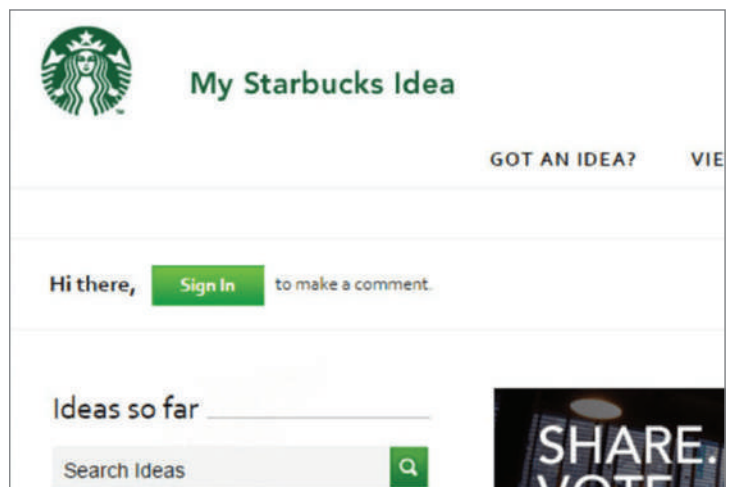
Faites attention à tous les problèmes de service à la clientèle. Les plaintes passives qui sont laissées sans réponse peuvent facilement causer un froid entre le vendeur et le client.

Afin d'écouter les clients - et obtenir des tonnes de nouvelles idées - Starbucks a créé My Starbucks Idea. À ce jour, les clients ont soumis plus de 210 000 idées uniques. Pour soutenir ce programme, ils ont un compte Twitter dédié. C'est un endroit idéal pour les utilisateurs qui veulent partager leurs observations et leurs souhaits de café.

Parmi les nouvelles idées récentes, on trouve des parasols équipés de piles solaires pour recharger les appareils et la livraison du café du matin (il semble que cela va se produire).

À RETENIR

Rendez facile pour les clients de vous dire ce qu'ils veulent. Écoutez tout le monde et mettez en œuvre les idées gagnantes.



12

SAINSBURYS: CURIEUX ÉCHANGE

Sainsbury's est l'un des plus grands supermarchés du Royaume-Uni. Ils ont un flux Twitter très actif avec beaucoup de questions sur les produits et les prix de vente. Le ton du compte est utile et positif.

Il y a beaucoup de bons exemples d'interactions. Mais rien de mieux que Fishy Sainsburys. Cet échange a eu lieu sur une période de trois heures, entre David (le gérant Twitter de Sainsbury) et Marty (un client). Les jeux de mots vont vous faire gémir - beaucoup m'ont fait rire à haute voix. Rappelez-vous, cette interaction n'était pas un jeu de marketing, mais une véritable conversation entre l'entreprise et un client.

À RETENIR

Laissez votre équipe service à la clientèle avoir du plaisir.



13

HUBSPOT: CHAQUE JOUR DE L'ANNÉE

Les vacances peuvent être des moments difficiles pour le service à la clientèle. Lorsque le service client se termine pour l'observation d'un jour férié dans un pays, les utilisateurs d'autres pays auront toujours des questions. Cela s'est produit récemment avec un client HubSpot à Londres. Elle avait des problèmes de flux de travail et ne pouvait contacter personne au centre d'appels basé aux États-Unis, car il était fermé pour l'Action de Grâce américaine. Quand elle a parlé de son problème sur Twitter, elle a trouvé un représentant de la clientèle en Irlande.

Comme beaucoup d'entreprises dans cette liste, HubSpot a un service client dédié Twitter. Pour gérer les horaires et les fuseaux horaires internationaux, ils ont deux représentants basés à Dublin et trois autres à Cambridge, MA.



À RETENIR

Soyez disponibles pour vos clients.

14

BUFFER: PERSONNEL ET GENTIL

Si vous regardez rapidement le fil Tweets & réponses de Buffer vous verrez à quel point leur service client est engageant. Les réponses sont personnelles et amicales. Et elles sont généralement signées par le membre de l'équipe avec qui vous clavardez.

Par exemple, ma femme a été impressionné par le fait que quand elle les mentionne dans un tweet, ils la reconnaissent, même en utilisant son nom dans leur réponse.

À RETENIR

Traitez chaque personne avec respect. Utilisez votre nom (et le leur) lorsque vous interagissez avec des clients en ligne.



CE QUE NOUS POUVONS APPRENDRE DE CES EXEMPLES DE SERVICE CLIENT?

Voici quelques éléments clés à retenir:

1. Choisissez un canal principal pour le service à la clientèle (beaucoup utilisent Twitter) et demandez à votre personnel de le gérer.
2. Choisissez votre horaire de disponibilité (fixez les heures et les jours) et publiez-le sur votre profil.
3. Avoir chaque tweet / post signé par la personne qui l'a envoyé. Cela est bien fait par Xbox Support, Sainsbury's et Buffer.
4. N'oubliez pas que les clients peuvent vous contacter de différentes manières, pas nécessairement sur la chaîne que vous avez choisie. Assurez-vous de surveiller les autres médias sociaux pour identifier des questions et des conversations sur votre marque.
5. Établissez un ton pour vos conversations sur les médias sociaux. D'une manière générale, vous voudrez d'abord comprendre le problème de vos clients. Stephen Covey a dit le mieux: "Cherchez d'abord à comprendre ..."

Je recommande de suivre quelques-unes de ces entreprises sur Twitter. Regardez comment ils traitent les plaintes et les commentaires des clients. J'ai tellement appris en faisant cela.

Que faire ensuite: Passez en revue ces points avec votre équipe de service à la clientèle. Décidez ce qui s'applique à votre entreprise dès maintenant et désignez un membre de l'équipe chargé de les implanter.

C'EST À VOUS

Avez-vous eu une expérience de service à la clientèle incroyable via les médias sociaux? Comment utilisez-vous les médias sociaux pour fournir un service client? J'aimerais en entendre parler dans les commentaires!

Plus de résultats sur les réseaux sociaux en moins de temps: c'est possible avec Buffer! Partagez du contenu depuis n'importe quel endroit en ligne, gérez plusieurs comptes, collaborez avec les membres de l'équipe et découvrez les posts les plus performants.

Un engagement envers la culture et les clients a permis à Buffer de passer de modestes débuts à plus de deux millions de personnes chaque jour. Notre passion pour le support, le bonheur et la qualité passent par tout ce que nous faisons.



**TOUS LES PROGRAMMES BUFFER À 50% DE RABAIS
POUR LES ORGANISMES À BUT NON LUCRATIFS**

EN SAVOIR PLUS: [BUFFER.COM/NONPROFITS](https://buffer.com/nonprofits)

