

SONY

ÉTUDE DE CAS

Sony Europe double l'efficacité de ses agents grâce à Khoros

Khoros 





Les outils d'analyse des réseaux sociaux conçus par Khoros sont extrêmement utiles. Nous pouvons intégrer facilement les données obtenues à notre système de reporting global, qui réunit les données de l'ensemble de nos services.



Olivier Raeymakers

Responsable des points de contact digitaux,
Sony Europe

Les faits

Présente sur l'ensemble du Vieux Continent, Sony Europe est synonyme de créativité et de divertissement. L'entreprise a longtemps fait appel à une agence indépendante pour gérer ses comptes de réseaux sociaux et pour l'aider dans le cadre de ses campagnes marketing. Les problèmes des consommateurs étaient alors transmis à l'équipe d'assistance de Sony Europe via un système de remontée des informations, car ce prestataire n'offrait pas de service client sur les réseaux sociaux. Cela entraînait des temps de réponse très longs, dépassant souvent 24 heures.

L'équipe dédiée à l'activation de marque voulait également aider les clients qui posaient des questions sur les réseaux sociaux à propos de ses produits et services. Or, la solution utilisée pour la gestion de ses publications et campagnes n'était pas très adaptée pour ce type

d'interactions, obligeant l'équipe à orienter et assigner manuellement les échanges sur ces canaux. Sony Europe a donc commencé à rechercher une solution qui lui permettrait d'offrir un service client plus rapide et de meilleure qualité sur les réseaux sociaux. Après de longues recherches, la marque a choisi d'adopter Khoros Care.

Sony Europe a d'abord déployé Khoros Care sur son marché néerlandophone, uniquement pour Facebook et Twitter. L'entreprise a ensuite étendu peu à peu la solution, en ajoutant de nouvelles langues à quelques mois d'intervalle. Elle a doublé ses effectifs pour gérer ces nouveaux ajouts et l'aide de Khoros lui a permis de maintenir son efficacité tout au long du processus. Auparavant, l'équipe dédiée à l'activation de marque assurait un reporting manuel en exportant des données issues des réseaux sociaux dans des fichiers Excel. Elle s'appuie maintenant sur des outils d'analyse plus accessibles et plus efficaces, depuis qu'elle a connecté Khoros Care à ses canaux sociaux.

Pour répondre aux questions publiques sur Twitter tout en offrant à ses clients une meilleure expérience d'assistance,

l'entreprise a également créé un bouton les invitant à lui envoyer un message privé.

Sony Europe a pu célébrer une première réussite dès l'intégration de Khoros Care, avec une hausse significative de son efficacité. Après avoir immédiatement augmenté de 17 %, l'efficacité de ses agents a doublé après quatre ans d'utilisation. En rationalisant l'assistance offerte aux consommateurs, la plateforme Khoros conçue sur mesure pour l'entreprise a permis à ses collaborateurs de répondre plus rapidement aux conversations publiques, et ainsi d'aider clients et prospects. Sony Europe a aussi gagné en efficacité depuis la création de sa communauté Khoros. Grâce à elle, son équipe peut désormais partager des informations et expériences en toute simplicité avec les clients de la marque. Les super-utilisateurs de sa communauté en ligne ont également la possibilité de répondre aux questions et de faire remonter les requêtes nécessitant l'intervention d'un agent, ce qui contribue à réduire la charge de travail de ses collaborateurs. Sony Europe envisage aujourd'hui d'intégrer d'autres produits et services Khoros, tels que la recherche avancée ou les outils d'analyse basés sur le langage SQL.

Les clés de la réussite

L'adoption

de Khoros Care a permis à Sony Europe d'offrir une assistance plus rapide et de meilleure qualité sur les réseaux sociaux.

L'intégration

progressive de Khoros Care sur les différents marchés de l'entreprise a permis un déploiement prudent et maîtrisé.

La connectivité

avec la communauté en ligne de la marque a permis de mobiliser l'aide de super-utilisateurs.

L'utilisation

des outils de social listening Khoros a permis à Sony Europe de saisir toutes les occasions d'interagir avec son audience.

Résultats

Dès le début de son partenariat avec Khoros, Sony Europe a constaté une hausse significative de son efficacité et de son volume d'appels évités, ce qui lui a permis de gérer beaucoup plus de communications entrantes. Après avoir augmenté de 17 % la première année, l'efficacité de ses agents a aujourd'hui doublé après quatre ans d'utilisation. Toutes les conversations sont désormais gérées par la bonne équipe, sans que les clients n'aient à patienter au cours d'un long processus de routage manuel. Autre point positif pour les clients, prospects et agents : l'équipe peut maintenant répondre plus vite aux conversations publiques. Lorsqu'un internaute a publié sur Twitter que sa télévision venait de rendre l'âme en taguant plusieurs fabricants pour savoir par quel modèle la remplacer, Sony Europe a pu détecter facilement ce tweet grâce aux outils de social listening Khoros, proposer rapidement des suggestions pertinentes et conclure la vente.

En un an, l'efficacité des agents a augmenté de

17 %

Après 4 ans d'utilisation, l'efficacité des agents a été multipliée

par 2

Les volumes gérés par l'entreprise ont augmenté de

20 %



Nous nous sentons vraiment soutenus par l'équipe Khoros. Elle est toujours là pour nous aider, même si nous avons parfois des questions difficiles.



Manuella De Roover

Responsable des réseaux sociaux,
avis et campagnes marketing,
Sony Europe