

Web Call Back

L'Internet prend de plus en plus de place dans la vie des consommateurs. C'est pourquoi ils y ont de plus en plus recours lorsqu'ils souhaitent s'adresser au service client. Néanmoins, le mail n'est pas toujours un medium entièrement satisfaisant, dans la mesure où il implique un délai, parfois important, avant d'obtenir une réponse.

Aujourd'hui, la technologie permet de combiner pour le client les avantages du téléphone et de l'e-mail par l'intermédiaire du web call back. Celui-ci est particulièrement adapté à la vente et à la fidélisation client, mais peut tout aussi bien être utilisé dans le cadre d'un service après-vente.

Avantages

Pour vos clients :

- Aucun coût de communication, les frais sont pris en charge par l'entreprise
- Possibilité d'être rappelé à l'horaire qui leur convient le mieux
- Discussion avec un conseiller qui a suivi son parcours sur le site et peut donc les conseiller au mieux

Pour votre entreprise :

- Des contacts avec des prospects pré-qualifiés
- Un taux de transformation très supérieur (au minimum multiplié par deux*)
- Une image d'entreprise innovante
- Idéal pour retenir les visiteurs sur le site Web

Les études montrent que 2/3 des visiteurs de sites internet qui entament le processus d'achat en ligne ne vont pas jusqu'au bout de la procédure**. Pour beaucoup, une hésitation au dernier moment (notamment au moment de payer par voie électronique) les fait renoncer. Par ailleurs, nombreux sont les internautes qui ne souhaitent pas prendre en charge le coût et l'attente liés à un appel téléphonique pour un simple renseignement.

Le Web Call Back est donc une solution particulièrement indiquée pour rassurer vos prospects au moment le plus critique : celui de l'achat. D'une façon générale, le fait d'avoir accès à tout moment à une aide gratuite et vivante est un gage de qualité pour votre entreprise.

Fonctionnement du service :

- Un bouton et un formulaire sur le site : l'internaute clique, laisse ses coordonnées ainsi qu'un numéro où le joindre.
- Tout est paramétrable, le volume d'informations à demander peut être adapté, de manière à créer une base de prospects pré-qualifiés.
- A l'horaire prévu, la plate-forme de Web Call Back appelle le prospect, puis le met en contact avec un conseiller du centre d'appels, qui retrouve les informations que le client a entrées.

* source Data Monitor

** source Forrester