

BAZARCHIC
MODE • DECO • VIN • VOYAGES



BazarChic acelera su transformación digital con Diabolocom

CASO DE CLIENTE

Con la solución Diabolocom para la atención al cliente y el crecimiento del uso del Self-Care, BazarChic transforma su servicio de atención a los miembros en un centro de escucha de la opinión del cliente.

CIFRAS

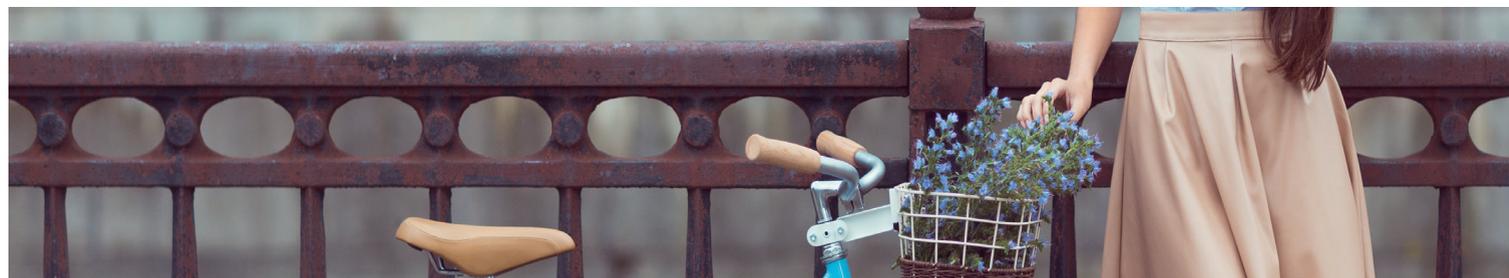
- **8 millones** de miembros
- **1 500 000** paquetes enviados cada año
- **20** asesores

CANALES



DESAFÍOS

- Posicionar el servicio al cliente como un centro de escucha de la opinión del cliente para mejorar su satisfacción
- Revisar por completo el canal de correo electrónico
- Intensificar la acción del Self-Care



Los datos al servicio de la optimización del canal de opinión

BazarChic inició su proyecto de transformación por el canal de opinión para hacer un seguimiento de los principales KPIs y disponer de datos para adaptar los efectivos al volumen de llamadas. Gracias al análisis de datos de actividad que proporciona la solución Diabolocom y al control diario llevado a cabo por Mélanie Grignon, responsable del servicio, la relación con el cliente ha iniciado un círculo virtuoso que se traduce hoy en día en una reducción significativa de los costes de falta de calidad, relacionada básicamente con una adaptación más eficaz de la dotación de personal.

«El hecho de contar con un seguimiento mucho más exhaustivo de los flujos y poder basarnos en históricos detallados ahora permite a los equipos anticipar mejor la carga. Para nuestros clientes, esto se traduce en una mejora de los tiempos de espera, de las llamadas contestadas y de los índices de respuesta a las llamadas, tres indicadores que influyen directamente en la satisfacción».

Revisión completa del canal de correo electrónico

La integración de la solución Diabolocom para el tratamiento de los mensajes de correo electrónico se realizó en una segunda fase. Fue precedida por un importante trabajo de fondo, que abarcó:

- la definición de la línea editorial de BazarChic para este canal, así como la revisión del manual de identidad corporativa que se aplica en los correos electrónicos de los departamentos de Servicio al cliente y Marketing;
- la reescritura de todas las respuestas estándar existentes y la creación de nuevas respuestas para cubrir todas las situaciones que pueda encontrarse un cliente.

Con la solución Diabolocom, BazarChic pudo ubicar colas de demandas temáticas integradas en la sección «Seguimiento de mis pedidos» del sitio. La sección «Contacto» muestra todas las opciones de motivos, así como las «Solicitudes principales».

diabolocom
Engaged for your Customer Experience

95 %

índice de respuesta en 24 h

- 50 %

índice de contacto por pedido

20

colaboradores de servicio al cliente

Gracias a esta calificación previa, las peticiones se dirigen a distintas colas que podrían estar implicadas y se dirigen a uno o varios asesores, en función de la carga.

«En lugar de pasar de una temática a otra, el asesor puede trabajar en un tipo de demanda específica en caso de haber volumen suficiente, lo que también permite a los equipos internos y al departamento de ayuda on line a ser más ágiles. En términos de productividad, esto marca una diferencia enorme: básicamente es lo que nos permite responder al 95 % de las peticiones de nuestros miembros dentro de un plazo de 24 horas».

INTENSIFICACIÓN DEL SELF-CARE

La intensificación del Self-Care es un pilar central en la estrategia de digitalización de las relaciones con el cliente de BazarChic. El objetivo es que los clientes sean más autónomos, sobre todo en las fases del proceso previas a la venta, pero también en lo que se refiere a las cuestiones prácticas posteriores a la venta. Paralelamente a la revisión de los canales de opinión y del correo electrónico, BazarChic se ha centrado en completar y reforzar las herramientas del Self-Care disponibles en su sitio. La sección de preguntas frecuentes se ha actualizado, estructurado y ampliado para responder a la gran mayoría de las preguntas relativas a pagos, entregas, devoluciones, reembolsos, etc.

«La solución de diabolocom fue una piedra angular de la refundación de nuestra política de cliente. Nos permitió entrar en una lógica de experiencia de cliente dirigida por los datos».

PRÓXIMAS FASES

Tras la racionalización de los canales de opinión y el correo electrónico, BazarChic tiene previsto poner en marcha un bot de charla, abrir el canal de chat e implementar las opiniones de los clientes para darles un mayor soporte cuando lo deseen o necesiten.

«Gracias a nuestras inversiones y a la implicación de nuestros socios de diabolocom y webhelp, la experiencia del cliente ha mejorado de forma significativa».

Finalmente, a corto plazo, BazarChic prevé implantar una política para medir la satisfacción de los clientes, tanto después de interactuar con el servicio de atención al cliente como al finalizar el proceso de compra.



Julien-Henri Maurice
Director de Marketing y
digital de BazarChic