



POURQUOI VOUS DEVRIEZ PERSONNALISER ET ACTUALISER VOS MESSAGES D'ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE ?

TABLE

DES CONTENUS

Pour communiquer autrement avec vos clients, surtout quand ils patientent au téléphone, tout au long de l'année, au gré de vos actualités, **faites le choix d'une communication 100% ciblée.**

Le développement d'Internet n'a pas déchu la téléphonie de la première place des moyens de communication pour rentrer en contact avec une société : c'est un outil puissant est résolument ancré dans le quotidien. Convivial et facile d'utilisation pour tout un chacun, il peut être déterminant pour vous si vous maîtrisez ses pouvoirs !

01 POURQUOI PASSER PAR UN STUDIO PROFESSIONNEL ?

VOTRE IMAGE DE MARQUE EST UN ENJEU STRATÉGIQUE PAGE 5

PROFITEZ D'UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ..... PAGE 6

02 QUELS MESSAGES POUR QUELS USAGES ?

QUELS SONT LES FONDAMENTAUX DE VOTRE ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE ?..... PAGE 7

LES MESSAGES SPÉCIFIQUES AUX AUTRES BESOINS..... PAGE 9

03 SÉDUCTION & FIDÉLISATION : ACTUALISEZ VOTRE ATTENTE

VOTRE ATTENTE MUSICALE PEUT VOUS FAIRE GAGNER DE L'ARGENT..... PAGE 10

LE WAIT MARKETING COMME LEVIER POUR VOTRE CROISSANCE..... PAGE 11

04 COMMENT FAIRE DES MESSAGES HAUTE-PERFORMANCE ?

CRÉEZ DES EXPÉRIENCES ÉTONNANTES !..... PAGE 12

SUBLIMEZ LA FORME..... PAGE 13

SOIGNEZ LE FOND..... PAGE 14

QUELQUES EXEMPLES MÉTIERS..... PAGE 15

PARTENAIRE DE VOTRE IDENTITÉ SONORE



abicom
Studio

VOTRE IMAGE DE MARQUE EST UN ENJEU STRATÉGIQUE...

L'accueil téléphonique de votre entreprise est une composante indispensable de votre image. Lorsqu'un client ou prospect prend contact avec vous par téléphone, son premier jugement se fait obligatoirement et de manière inconsciente au travers de votre accueil téléphonique.

Les messages d'accueil téléphonique sont destinés à améliorer la relation avec vos interlocuteurs, à apporter un bonus au contact humain. Voyez votre accueil comme un soutien à votre gestion de relation client.

N'oubliez jamais qu'un client bien accueilli est un client content, et ça, ça n'a pas de prix... Et en l'occurrence, un coût dérisoire et toujours inférieur au gain d'efficacité ou de productivité généré.



... ET VOTRE STANDARD TÉLÉPHONIQUE EST UN VRAI MÉDIA !

Votre message d'attente téléphonique est entendu des milliers de fois par an. Ce sont autant d'opportunités de gagner de l'argent, en communiquant régulièrement sur vos prestations ou vos produits ; et ceci à des contacts déjà intéressés et captifs car ils sont déjà en train de vous appeler. C'est le moment et l'endroit idéal pour faire entendre vos valeurs ajoutées à votre audience.

Personnaliser les messages d'accueil donne des résultats probants : en moyenne, une hausse de 12 % du nombre de demandes d'informations est observée. C'est ce qui fait de l'accueil téléphonique le média avec le meilleur retour sur investissement qui soit.



ON VOUS AIDE À MAÎTRISER CET OUTIL POUR EN FAIRE UN LEVIER DE CROISSANCE

Ce livre blanc va vous donner des moyens concrets pour faire de votre standard un atout tant commercialement que pour accroître votre image de marque : quels messages mettre en place, à quelle fréquence les actualiser, comment les concevoir ... Tout cela n'aura plus de secret pour vous !

PROFITEZ D'UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ

Une équipe d'experts vous écoute et vous conseille :

- Accompagnement sur vos choix de textes, musiques et voix.
- Proposition créative et suivi de votre dossier
- Planning de rappels au gré de vos besoins d'actualisation



ACCÉDEZ À UN CATALOGUE MUSICAL AUSSI RICHE QUE VARIÉ

Et vos coups de cœur deviennent votre musique d'accueil téléphonique :

- Des milliers de musique du commerce
- Plus de 800 musiques libres de droits



BÉNÉFICIEZ D'UN CASTING MULTILINGUE

Des comédiens de langue maternelle aux larges palettes d'expressions :

- 25 comédiens sous contrat artistique
- Du Français et 13 langues étrangères
- Un panel de voix mixtes
- Une expertise acoustique reconnue pour une interprétation optimale de vos messages



DISPOSEZ D'UN ESPACE CLIENT DÉDIÉ

Une interface responsive 100% dédiée à votre accueil téléphonique :

- Suivi de votre commande et historique
- Configuration de vos messages
- Demande de nouveaux messages
- Ecoute et validation de vos productions



RETROUVEZ UNE OFFRE ADAPTÉE À VOTRE ENTREPRISE

Quelle que soit la taille de votre entreprise ou le nombre d'appels que vous gérez, notre gamme de services couvre chacun de vos besoins :

- Pack Message : pour vos messages de base (Pré-décroché, SVI, Attente Musicale, Répondeur)
- Pack Open Studio : pour renouveler vos messages au gré de vos actualités
- Musique Unique : pour créer une identité sonore propre à votre entreprise et déclinable sur tous vos supports de communication.

QUELS FONDAMENTAUX POUR VOTRE ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE ?

1

PRÉ-DÉCROCHÉ :

DONNER IMMÉDIATEMENT UNE IMAGE PRO ET DYNAMIQUE

C'est la première occasion d'un contact personnalisé avec vos clients :

- Précisez à vos interlocuteurs qu'ils sont au bon endroit
- Les faire se sentir bien dès le 1er appel.

Exemple : « [...] vous souhaite la bienvenue. Merci de patienter quelques instants, nous allons donner suite à votre appel. » « Bonjour et bienvenue chez [...], Afin d'améliorer notre qualité de service, les conversations téléphoniques sont susceptibles d'être enregistrées selon les normes en vigueur et conformément aux exigences de la CNIL. Merci de patienter nous vous mettons en relation avec ... »

Objectif N°1

Faites bonne impression dès le premier contact et diminuez le nombre d'appels perdus.

2

L'ATTENTE MUSICALE :

OPTIMISEZ LES TEMPS « MORTS » EN COMMUNIQUANT

- Valorisez cet outil de communication
- Faites patienter avec des informations utiles
- Démontrez une dynamique importante en communiquant régulièrement votre actualité.

Exemple : « La clef du succès chez [...] tient à notre volonté d'établir un lien fort avec nos clients et de leur apporter un service irréprochable. » « Spécialisé dans [...] depuis plus de 25 ans, nos équipes vous accompagnent [...] Une équipe d'experts en [...] vous invitent à profiter de leurs compétences. Pour mieux nous connaître, découvrir [...] ou suivre nos actualités, retrouvez-nous sur notre site ... »

Objectif N°2

Façonnez un accueil qui vous ressemble : vivant, évolutif, tout comme vous ...
Vous bougez, et ça s'entend !

LE RÉPONDEUR : MÊME INDISPONIBLE, MAINTENEZ LE LIEN AVEC VOS CLIENTS

Prendre en compte vos clients en dehors de vos heures d'ouverture

- Leur donner d'autres moyens de contact pour joindre vos équipes
- Leur indiquer le moment auquel ils vont pouvoir vous rappeler.

Quel que soit votre domaine d'activité, vous manquez peut-être de visibilité sur les appels, bien souvent nombreux, après les heures habituelles d'ouverture ... il n'est pas rare de voir un client appeler à 23h ou 1h du matin pour consulter un remboursement de mutuelle.

Exemple : « Bienvenue chez [...]. Nos bureaux sont actuellement fermés. Nous sommes à votre écoute du lundi au vendredi de 9h à midi et de 14h à 18h et le samedi de 9h à midi. Vous pouvez également nous adresser un mail à l'adresse suivante : [...], ou passer commande directement sur notre site [...] 7 jours sur 7 ! Nous vous remercions de votre appel, à bientôt. »

Objectif N°3

Vous restez relié à vos clients à chaque instant. Respect et convivialité.



DES MESSAGES SPÉCIFIQUES POUR TOUS LES AUTRES BESOINS

L'accueil téléphonique de votre entreprise est une composante indispensable de votre image. Lorsqu'un client ou prospect prend contact avec vous par téléphone, son premier jugement se fait obligatoirement et de manière inconsciente au travers de votre accueil téléphonique.

LE SVI

UN MESSAGE À CHOIX MULTIPLE ADAPTÉ AU FONCTIONNEMENT DE VOTRE ENTREPRISE

« Bonjour et bienvenue chez [...]. Pour rejoindre le Service Commercial, tapez 1 Notre Service Technique, tapez 2 Notre Service Administratif, tapez 3 »

Le SVI permet de faire de votre téléphone un outil intelligent, convivial et interactif. Vous gardez le contrôle de l'acheminement de l'ensemble des appels téléphoniques.

LE RÉPONDEUR GSM

LA VITRINE MOBILE DE VOTRE ENTREPRISE

« Bonjour et bienvenue sur la boîte vocale de [prénom + nom], [société]. Vous pouvez laisser un message et vos coordonnées, il/elle vous recontactera dans les plus brefs délais. Merci de votre appel et à bientôt ! »

LA DISSUASION

POUR UNE MEILLEURE GESTION DU TEMPS D'ATTENTE

« Tous nos correspondants sont actuellement indisponibles. Pour votre confort nous vous invitons à renouveler votre appel ultérieurement. Merci pour votre compréhension et à bientôt. »

VOTRE ATTENTE MUSICALE PEUT VOUS FAIRE GAGNER DE L'ARGENT !

Quand des informations événementielles ou commerciales sont diffusées sur l'attente, on constate des effets particulièrement concrets :

+12%

De demandes d'informations sur les produits ou services mentionnés

15% - 20%

D'augmentation sur les achats effectifs selon les secteurs

45 SECONDES

Le temps d'attente moyen par utilisateur

72%

Des Français préfèrent patienter en musique plutôt que dans le silence



OUI, VOTRE ATTENTE MUSICALE PEUT VOUS FAIRE GAGNER DE L'ARGENT !

LE WAIT MARKETING COMME LEVIER POUR VOTRE CROISSANCE

Vous êtes sur le point de découvrir une facette extraordinairement puissante de l'expérience client : l'attente musicale.

Votre entreprise a certainement une vitrine sur les réseaux sociaux. Si un post LinkedIn vise à diffuser un message d'information, l'attente musicale crée une expérience unique et mémorable : incarnée par des comédiens, une musique (parfait pour véhiculer l'émotion), elle intègre des messages informatifs, événementiels et publicitaires.

Grâce au marketing de l'attente, ce moment banal devient une véritable expérience pour votre public. L'attente musicale est une stratégie de communication puissante : elle est humaine, vivante et reflète votre identité et vos valeurs. C'est une alternative novatrice aux réseaux sociaux, une expérience immersive qui va au-delà de la simple diffusion d'informations.



UN ESPACE IDÉAL POUR LA PRISE DE PAROLE

Non, l'attente n'est pas une « petite musique d'ascenseur ». Elle est un outil puissant, engagé et va au-delà de la simple diffusion de musique. Elle offre un espace pour des messages publicitaires ou événementiels interprétés avec talent par des comédiens professionnels. Cette approche engageante et personnalisée permet de captiver l'attention des auditeurs de manière unique.



MESUREZ CONCRÈTEMENT L'IMPACT DE L'ATTENTE

Si un post sur LinkedIn se mesure au nombre d'impressions, l'attente musicale peut être évaluée par les nombres d'appels journaliers de votre entreprise. L'expérience immersive créée par la musique et les messages parlés contribue à maintenir l'engagement des appelants, se traduisant par des interactions plus fréquentes.



RENFORCEZ LA CONNEXION ÉMOTIONNELLE

Les réseaux sociaux réussissent souvent en établissant une connexion émotionnelle. L'attente musicale avec narration va plus loin en créant une expérience émotionnelle enrichie. Les comédiennes apportent une dimension humaine, et renforcent ainsi le lien entre votre entreprise et votre public.



CRÉEZ UNE IDENTITÉ SONORE

Tout comme un post sur LinkedIn contribue à créer l'identité visuelle de votre entreprise, l'attente musicale contribue à forger une identité auditive. Les mélodies et les messages parlés deviennent des éléments distinctifs, renforçant la reconnaissance de votre marque.

CRÉEZ DES EXPÉRIENCES ÉTONNANTES QUI INFORMENT ET IMPRESSIONNENT VOS APPELANTS !

Des informations diffusées sur une attente musicale, c'est une bonne idée. Mais dire aux appelants ce qu'il faut faire de ces informations, c'est une meilleure idée ! Soyez convivial et invitant, et en même temps, clair et concis en donnant à l'appelant la possibilité d'agir.

UTILISEZ DES APPELS À L'ACTION

Par exemple, pour un message commercial, un message produit, pourquoi ne pas donner un code de promotion ? Celui-ci appelle à l'action, l'appelant doit noter et restituer le code promo, et si ce code est uniquement diffusé sur l'attente musicale, on peut mesurer l'impact du message en comptant le nombre de commandes générées.

Lors d'un CALL TO ACTION basé sur un appel téléphonique : contactez-nous au ... La première chose qui va être entendue c'est l'attente musicale, le pré décroché ... exactement comme la page web d'atterrissage – la Landing Page – l'attente musicale peut commencer à renforcer l'idée qu'on va avoir ce qu'on est venu chercher ... ou au moins retenir l'appelant.

N'oubliez pas qui sont vos cibles !

Les appelants sont des prospects ... mais aussi des CLIENTS qui appellent une ou plusieurs fois par semaine pour certains : comme des abonnés à votre page LinkedIn, ils sont votre audience.



SUBLIMEZ LA FORME...

1

CRÉEZ DES MESSAGES D'ATTENTE AUTONOMES

Plutôt que d'utiliser un seul enregistrement avec plusieurs sujets qui tournent en boucle, le plus judicieux est de créer des sujets autonomes. Donnez à chaque « sujet » sa propre musique et sa propre personnalité. Comme sur un post, un mail, une publicité : 1 sujet, 1 message.

Au lieu de détruire l'intégralité de votre enregistrement lorsqu'un sujet devient obsolète, réorganisez les sujets particuliers pour rester d'actualité.

2

AYEZ TOUJOURS UN COUP D'AVANCE POUR MODIFIER LES MESSAGES EN ATTENTE

Puisque vous n'utiliserez plus de contenu d'attente « générique » ou « unique », vous aurez besoin d'un plan pour modifier le contenu que les appelants entendent pendant l'attente. Produisez plusieurs sujets individuels bien avant les besoins. Planifiez : donnez à chaque message une date de début et une date de fin.

3

ET POURQUOI PAS « RANDOMISER » LA PLANIFICATION HEBDOMADAIRE DES MESSAGES ?

La prévisibilité provoque des blocages. Lorsque vous savez ce qui est prévu, votre cerveau ne prête pas la même attention que si vous l'ignorez. Planifier du contenu à des moments spécifiques de la journée ou à des jours de la semaine est une technique supplémentaire pour un engagement plus substantiel.

4

SOYEZ PERTINENT

Montrez aux appelants que vous les comprenez. Le contenu générique ne fait rien pour votre marque et a rarement un sens pour votre client. N'envisagez plus d'être « général » ou « intemporel » dans votre script de message d'attente ! Ne permettez plus que les appelants entendent des messages d'autosatisfaction ennuyeux et non pertinents. On entend ça partout ailleurs. Vous avez tellement mieux à dire !

LE FOND

1

UTILISEZ 50 MOTS MAXIMUM

Les messages ont tout intérêt à être ciblés puisque les appelants ne peuvent pas se souvenir de plus de 20 secondes environ, c'est scientifique ! Faites valoir un seul point important en utilisant 50 mots ou moins pour un impact optimisé de votre message.

2

VARIEZ LA LONGUEUR ET LA TENEUR DES MESSAGES D'ATTENTE

Une étude marquante sur les bonnes pratiques en termes de matière de messages d'attente révèle que les appelants raccrochent rapidement à force d'entendre la même chose répétée en boucle. Pire encore, de manière inconsciente cela a pour effet d'augmenter la sensation du temps d'attente à chaque répétition. Or, c'est exactement le phénomène que le message d'attente doit maîtriser, et transformer en opportunité. Varier la durée, la musique, les textes donne l'impression aux appelants que leur temps d'attente est bien plus court qu'en réalité.

3

ABSTENEZ-VOUS DE DIRE AUX APPELANTS QU'ILS SONT EN ATTENTE

Principe de base, on ne remue pas le couteau dans la plaie. Fermez les yeux et imaginez-vous en attente ... Qu'entendez-vous en premier ? Un message qui vous rappelle que vous êtes en attente ? Arrêtons d'enfoncer des portes ouvertes ... Les « Merci de patienter » ou « nous faisons tout pour écouter votre attente » sont rebutants. Proscrivez les mots « patience » et « attente » de tous vos messages !

4

DÉMONTREZ À VOS APPELANTS QU'ILS SONT IMPORTANTS

Là encore, les études parlent en faveur de messages soignés et bien conçus. Celle de la Carey School of Business (The On Hold Dilemma) a prouvé que la phrase « votre appel est important pour nous », ils sont plus enclins à raccrocher. Tandis que si vos messages communiquent des informations actualisées, pertinentes, qui sont utiles pour les appelants, vous avancez la preuve indiscutable à vos clients qu'ils sont essentiels.

5

POUR LES TEMPS D'ATTENTE EXTRÊMEMENT LONGS, DIFFUSEZ DE LA MUSIQUE QUI REND LES GENS HEUREUX

Court ou plus long, un temps d'attente fait aussi la part belle à la musique. On oublie d'emblée les musiques « d'ascenseur » insipides pour opter pour des morceaux du commerce, reconnaissables et vecteurs d'émotions. Le choix d'une musique libre de droit n'est pas exclu, à condition de s'assurer qu'elle renvoie une identité forte, qu'elle a un vrai « caractère », puisqu'elle vous incarne dans les oreilles des appelants.

QUELQUES EXEMPLES MÉTIERS

Quel que soit votre secteur d'activité, vous avez toujours quelque chose (d'intéressant) à dire !



MAIRIE ET ADMINISTRATIONS

Communiquez sur vos horaires et conditions d'accueil, sur vos services, informez les administrés de toutes autres sources d'information pour désengorger votre standard (site internet, applications mobiles ...)



CABINET D'AVOCAT

Renseignez vos clients sur vos spécialités, mettez en valeur les collaborateurs, rassurez les appelants sur vos compétences et domaines d'expertise



PHARMACIE

Donnez une ambiance sereine dès le premier appel ! Parlez de vos champs d'intervention, des nouveaux services click and collect ou des pré commandes sur votre site internet



GARAGE

Informez sur vos interventions techniques, communiquez sur des sujets saisonniers tels que la révision des véhicules avant les grands départs en vacances, ou la nécessité de monter des pneus neige en hiver ! Faites part de vos opérations commerciales, comme la contre-visite gratuite par exemple ...



HÔTEL

Plongez instantanément vos appelants dans l'univers de votre hôtel, déclinez les atouts de votre localisation, valorisez votre hôtel, le confort de vos prestations et vos offres commerciales



ASSURANCES

Informez vos assurés et vos prospects sur vos contrats, communiquez les numéros d'assistance en cas d'urgence ou de sinistre.



CABINET MÉDICAUX

Quelles sont vos spécialités, vos modalités d'accueil et de prise de rendez-vous (renvoi vers doctolib.fr ou autres), vos horaires d'ouverture au public, noms de praticiens qui exercent au sein du cabinet, les numéros à composer en cas d'urgence médicale ... Et pourquoi pas un peu de prévention aussi ?



IMMOBILIER

Dites tout ce qu'il y a à savoir sur vos activités (location, gestion de syndic, achat/vente ...), sur quels secteurs vous exercez, quelles sont vos engagements vis-à-vis de vos clients ... En bref, rassurez-les !



CONCESSIONNAIRE AUTO/GARAGISTE

Informez de vos horaires d'accueil, de vos opérations commerciales en cours, des nouveaux modèles à la vente, vos prestations spécifiques et vos événements commerciaux comme des portes ouvertes.



CABINET COMPTABLE

Communiquez sur le nom des associés, votre champ d'expertise, renvoyez vers votre site internet pour plus de détails, annoncez vos engagements.



RESTAURANT

Immergez vos clients dans l'ambiance de votre restaurant dès le premier appel ! Mettez votre carte à l'honneur, vos engagements responsables sur les produits de saison par exemple, et faites la part belle à votre Chef.



ARTISAN

Communiquez sur vos savoir-faire, soulignez votre expérience et l'expertise de votre équipe, affichez vos labels qualités et autres certifications, annoncez vos offres commerciales (pose offerte, ...)



ENSEIGNEMENT/FORMATION

Parlez du projet pédagogique de votre établissement, du cadre d'accueil des élèves, des cursus proposés. Transmettez vos valeurs et relayez vos portes ouvertes et autres événements qui animent l'année.

abicom^o
Studio