

Quels défis pour la relation client dans le secteur transport et logistique ?

Publié par Olivier Roussard le 28 novembre 2022 – mis à jour à 11:59



L'éditeur **Eloquent** fait le point sur les prochains challenges du secteur T&L en matière de relation client pour réduire l'insatisfaction. Si le maintien des promesses faites aux clients reste la base, de nouveaux outils permettent d'être encore plus efficace.

Eloquent, éditeur SaaS d'une solution dédiée à la relation client, a produit une étude en se demandant quels seront les défis de relation client à relever dans le secteur du transport et de la logistique en 2023. Les clients et prospects étant de plus en plus exigeants, les plus gros irritants rencontrés sont les problèmes liés à joignabilité pour 50 % des interrogés. Le suivi des colis lors du transport et les retards ou aléas de dernière minute, sont pointés du doigt par un tiers d'entre eux. Arrivent ensuite les mauvaises communications entre les entreprises et les transporteurs, génératrices de mauvaise gestion des livraisons ou de casse d'objets fragiles, et le manque de personnalisation et d'empathie.

Les remèdes pour une meilleure relation client

Eloquent observe que différentes solutions ont été déployées par les entreprises du transport et de la logistique pour améliorer la qualité de la relation client : centre de contact multicanal, bots, visio, systèmes automatiques de suivi et de mise à jour des horaires, retour client grâce à des enquêtes de satisfaction. Pour l'année 2023, la priorité pour un quart des sondés est de mettre en place des référentiels clients uniques (CRM).

Des formations expliquant aux agents comment bien répondre aux attentes des clients sont aussi prévues. En effet, si le recours à l'automatisation est préconisé (SVI, chatbots/callbots ...), il ne faut pas non plus déshumaniser le service client.