

1. Canaux de contact utilisés :

- **Traditionnels** : téléphone, boutiques physiques
- **Numériques** : site e-commerce, mail, Instagram, Facebook

2. Deux actions concrètes :

- Mettre en place une plateforme de gestion centralisée des demandes client pour garantir des réponses cohérentes quel que soit le canal utilisé.
- Ajouter une FAQ dynamique et un système de chat en ligne sur le site pour un accès rapide aux informations.

3. Organisation recommandée :

Une spécialisation par type de demande (ex : SAV, commande, conseils mode) est recommandée. Cela permettrait aux conseillers de développer une expertise sur leur domaine, réduisant les erreurs et améliorant la qualité des réponses.

4. Trois indicateurs clés :

- Taux de satisfaction client après contact
- Temps moyen de résolution des demandes
- Volume de demandes traitées par canal

5. Importance de l'analyse des indicateurs :

Cela permet d'identifier rapidement les canaux ou types de demandes problématiques, d'ajuster les ressources humaines en conséquence, et d'optimiser l'efficacité du service client pour mieux répondre aux attentes.