



## YETI mise sur la fidélité client avec GetFeedback



# YETI®

### LE DÉFI

#### **Problème de croissance : comment garder le fil du feedback client malgré la multiplication des canaux de communication**

Depuis plus de dix ans, YETI est le symbole d'un style de vie en plein air. Avec des produits comme les légendaires glacières Tundra, quasi incassables, ou les tasses Rambler, qui gardent les boissons bien froides (ou chaudes), l'entreprise se concentre sur l'aspect durable.

« Les produits YETI sont destinés à durer toute une vie, rappelle Stephanie Stafford, Directrice de l'expérience client chez YETI. Notre objectif est que les relations avec nos clients durent aussi toute une vie. Nous proposons des produits de qualité supérieure : notre service doit être à la hauteur. »

Au départ, YETI a appris à connaître ses clients en s'intéressant à leurs conversations téléphoniques avec les membres du service client (surnommés « Outfitters ») et le reste de l'équipe. Cependant, cette manière de recueillir du feedback ne laissait pas de place à une quelconque évolution. Suite au gain de popularité de la marque YETI et à l'élargissement de sa gamme de produits, les canaux de communication se sont développés via de nombreux points de contact, notamment le téléphone, le site Web, le chat et les emails.



**« GetFeedback nous a permis de combiner et synthétiser nos données Voix du Client, si importantes dans notre processus de prise de décision. »**

Stephanie Stafford, Directrice de l'expérience client, YETI

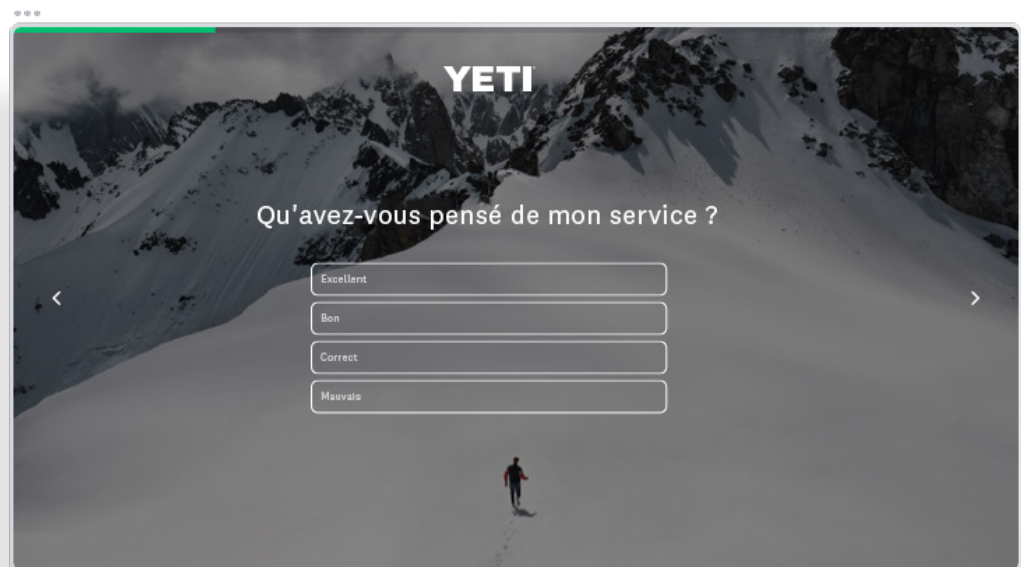
Avec autant de canaux de communication différents, YETI avait besoin d'agréger le feedback pour comprendre comment offrir une expérience client exceptionnelle et fidéliser ses clients à long terme.

#### LA SOLUTION

### Un feedback unifié pour des changements opérationnels en vue d'optimiser l'expérience client

YETI s'est associé à GetFeedback afin de créer un programme d'expérience client solide pour tous ses points de contact. Un sondage sur l'expérience post-achat sur le site Web a révélé des problèmes au niveau du processus de paiement. Un sondage par email après chaque interaction avec le service client donne un aperçu des ressentis des clients, ce qui permet à l'équipe de Stephanie Stafford d'agir vite en cas de client mécontent. GetFeedback étant spécialement conçu pour Salesforce, toutes les informations sont intégrées au système de gestion de la relation client (CRM) de YETI et associées aux données client dans toute l'entreprise.

Pour diriger chaque client vers l'Outfitter le plus apte à traiter son problème, YETI a créé un modèle dynamique qui s'appuie sur le temps de traitement moyen des agents, les types de situations rencontrées par les clients et les scores de satisfaction client (CSAT). Ainsi, le problème a plus de chances d'être traité de manière rapide et efficace. Selon Stephanie Stafford, l'analyse des performances du service client permet d'identifier les possibilités de coaching pour améliorer l'accompagnement des clients et accroître non seulement leur satisfaction, mais aussi celle des employés.



**Organisation :**  
YETI

**Objectifs stratégiques :**

- Recueillir du feedback à grande échelle
- Attribuer les cas clients aux bons agents
- Fidéliser davantage de clients

**Solution :**  
GetFeedback

**Facteurs de réussite :**

- Intégration à Salesforce
- Réaction rapide au feedback client
- Sensibilisation à la Voix du Client dans toute l'entreprise

L'analyse du feedback pour un canal de contact spécifique permet aussi d'améliorer l'expérience client. Par exemple, si l'équipe constate que les échanges téléphoniques ont les meilleurs résultats en matière de CSAT, YETI pourra étendre les heures d'ouverture du service client par téléphone. De même, si le chatbot obtient les scores CSAT les plus faibles, Stephanie Stafford et son équipe sauront que l'expérience doit être améliorée. En évaluant le CSAT et le coût de chaque canal, YETI peut prendre des décisions commerciales fondées des données concrètes pour mieux orienter les clients.

RÉSULTATS

## **Toute l'entreprise s'appuie sur la connaissance du client pour prendre des décisions éclairées**

Stephanie Stafford explique que GetFeedback aide l'équipe chargée de l'expérience client à rester agile en partageant rapidement des informations avec toute l'entreprise pour une prise de décisions plus éclairée à tous les niveaux, du changement de quelques mots dans une description d'équipement au choix d'une couleur pour un nouveau produit. Ce processus permet également de réduire les retours, car les clients de YETI savent exactement ce qu'ils achètent.

L'équipe chargée de l'expérience client rend compte de toutes les informations, tendances et recommandations à l'ensemble de l'entreprise, qui s'en sert pour définir sa stratégie. Stephanie Stafford assure que toutes les décisions, « que vous soyez en première ligne ou au plus haut niveau du conseil d'administration », s'appuient sur les données Voix du Client.

« Ce programme d'expérience client omnicanal avec GetFeedback aide l'ensemble de l'équipe à adopter une mentalité axée sur le client, et à offrir chaque jour une expérience aussi exceptionnelle que les produits YETI », conclut-elle.

**« Nous avons besoin de partenaires réactifs, aussi agiles que nous. La capacité d'adaptation de GetFeedback est primordiale : c'est la solution idéale pour nous. »**

Stephanie Stafford, Directrice de l'expérience client, YETI