



Pour mettre en place une assistance à la clientèle par les réseaux sociaux, il convient de suivre les 5 étapes suivantes :

1 > Définir les objectifs de l'approche

Il s'agit, dans un premier temps, de définir à quel besoin doit répondre cette assistance. S'agit-il d'une présence pour donner de l'information avant la commande ? Est-ce un lieu pour obtenir un accompagnement dans l'usage d'un bien ou d'un service ? Est-ce l'endroit pour répondre aux réclamations ? Est-ce une page pour partager ses expériences ? Faut-il envisager la polyvalence des situations rencontrées ?

Définir les objectifs de l'approche permet d'adapter comment et où mettre en avant la présence sur les réseaux sociaux.

2 > Définir les réseaux sociaux à utiliser

Chaque réseau social répond à une approche spécifique et satisfait une relation différente. Alors que Facebook pourrait davantage s'assimiler à un site vitrine, où l'entreprise et les clients partagent leurs expériences, Twitter, par exemple, offre une dynamique d'échange qui semble mieux correspondre à une interactivité plus rapide. L'organisation des réseaux sociaux correspond donc à la définition des objectifs poursuivis.

3 > Déterminer un pseudonyme représentant le service client

Le pseudo permet une bonne identification pour l'utilisateur. Par ailleurs, cela sous-entend qu'il n'y a qu'un seul interlocuteur, ce qui favorise la personnalisation de la relation et la réactivité dans les réponses.

4 > Définir les usages dans la relation client

Pour répondre à une exigence de qualité et favoriser l'homogénéisation d'un discours maîtrisé, il est utile de donner des directives relatives aux :

- ton et langage à adopter ;
- délai de réponse à respecter ;
- réponses types pour les questions fréquentes ;
- protocole à respecter pour les remontées ou les problématiques particulières ;
- procédure à suivre pour la validation des messages.

5 > Organiser son service client

Gérer la relation client par les réseaux sociaux demande des compétences spécifiques. Il est préférable qu'une personne précise soit en charge de cette mission. Il peut être nécessaire de recourir au recrutement pour répondre à ce besoin. En effet, l'objectif n'est pas simplement de répondre aux questions et réclamations mais d'être proactif en produisant des éléments qualitatifs qui favoriseront l'échange positif et la confiance.