

La communication unifiée en 2022 : un sujet stratégique

L'évolution des usages et des modes de travail est désormais une réalité concrète pour des millions de collaborateurs : la crise sanitaire a modifié nos habitudes et fait émerger de nouveaux outils à large échelle et accessibles en tout lieu. C'est dans ce contexte que le sujet des communications unifiées est désormais passé du concept à la réalité pour les professionnels et organisations.

Une nouvelle approche du travail

Au travers des communications unifiées, les collaborateurs vont pouvoir accéder à des outils de nouvelle génération où qu'ils soient, pour travailler dans de meilleures conditions. Concrètement, depuis un environnement unique, ils pourront communiquer et échanger en toute simplicité avec leurs contacts internes et externes. Cela nécessite donc de prendre en compte et d'unifier tous les canaux de communication (voix, email, campagnes, SMS, messaging...). Les outils de communication unifiée sont donc désormais une norme pour travailler efficacement.

La place de la relation client dans cette approche

Le monde de la relation client va être largement impacté par la communication unifiée en combinant des canaux complémentaires au sein de centres de contacts. Cette tendance s'explique notamment par la montée en puissance des technologies Saas et Cloud, mais également par la maturité des offres du marché. En effet, l'utilisation d'outils de communication unifiée permet notamment d'impliquer l'ensemble de l'entreprise autour des problématiques liées à la relation client. Mais ce n'est pas tout, la notion d'intuitivité est stratégique dans l'adoption de ces outils. Ainsi, outre leur performance et la richesse fonctionnelle proposée, il est fondamental de penser à l'expérience utilisateur. Cette dernière est particulièrement importante et contribuera à créer les conditions nécessaires à une adoption massive de la solution.

Renforcer son attractivité et se distinguer

La communication unifiée est également un moyen efficace de renforcer sa compétitivité, d'améliorer sa productivité et d'offrir une meilleure qualité de service. En effet, les entreprises qui optent pour cette approche bénéficient d'avantages concrets à tous les niveaux : les utilisateurs peuvent travailler plus simplement et pour tous les usages (comme dans la relation client par exemple), mais également pour les clients qui bénéficieront d'un accueil de qualité vis-à-vis de leurs interlocuteurs.

Fort de ces éléments, se priver de la communication unifiée serait une erreur en 2022, d'autant que cette approche est aujourd'hui accessible à toutes les entreprises, quelle que soit leur taille. Avec une croissance à deux chiffres prévue sur les cinq prochaines années, le marché va donc continuer de se développer, notamment dans la relation client, et devenir une priorité stratégique pour les organisations en recherche de relai de croissance et d'amélioration de leurs processus d'échanges.

Par Thanh Hang LE chez INO