**De la nécessité de nouveaux modèles de CRM pour résoudre les litiges en ligne**

Le point de vue de Zbynek Loebl, fondateur et PDG de Youstice ([www.youstice.com](http://www.youstice.com))

Les choses doivent toujours être entreprises différemment, avec davantage de fantaisie. Pourquoi ne pas regarder les choses sous un autre angle, avec une perspective différente, et voir plus large ? C’est l’un des aspects les plus enthousiasmants de l’innovation pour beaucoup de gens, moi compris.

J’ai créé Youstice pour proposer un service en ligne et ouvert, accessible dans le monde entier, qui permette de résoudre les problèmes rencontrés lors des transactions en ligne. En fait, Youstice ne résout pas lui-même les litiges liés aux transactions en ligne, son rôle est plutôt de mettre en contact les différentes parties concernées : distributeurs, consommateurs, marques de producteurs, associations de consommateurs et sites d'achat en ligne.

Nous sommes en activité depuis juin. Lorsque nous discutons avec nos clients potentiels, c’est-à-dire les distributeurs, ils nous disent souvent qu’ils ont déjà un système en place pour prendre en charge les clients insatisfaits. Dans ce cas, quel est leur intérêt de faire appel à Youstice ?

En un mot, l’avantage décisif de Youstice est sa simplicité. Un simple clic sur un seul bouton suffit pour résoudre votre problème, et ce, même s'il implique plusieurs plateformes Internet. Youstice n’est pas juste un nouvel outil de CRM. Il est beaucoup trop simple et direct pour ça. C’est un outil à l’usage du consommateur, une solution unique, utilisable avec différentes plateformes d'e-commerce, avec toutes les boutiques et tous les prestataires de service ayant pignon sur rue ou en ligne.

Bien qu’il s’adresse aux consommateurs, Youstice constitue une formidable opportunité commerciale pour les distributeurs. En effet, en complétant leur système de CRM avec un point de vente unique, il leur permet de mettre en avant auprès du consommateur ce moyen facile et rapide de résolution disponible en cas d’incident, et non pas de l’écarter. C’est pourquoi je décris souvent Youstice comme un outil de marketing pour les distributeurs.

Youstice offre une nouvelle voie de communication directe entre les distributeurs et leurs clients. Les consommateurs qui ne sont pas satisfaits n’ont pas besoin d’aller se plaindre sur Facebook, ils peuvent régler la question directement avec leur vendeur. Youstice offre une possibilité réelle de résoudre rapidement les problèmes, aussi les consommateurs insatisfaits n’ont plus de raison de désespérer. Au contraire, ils risquent même de prendre goût à « leur » bouton de signalement d’incident : Youstice.

En tant qu’outil de communication international, Youstice se devait d’être disponible en de nombreuses langues. Bientôt, tous ses utilisateurs pourront choisir leur propre langue, sans que cela ne gêne la compréhension entre les uns et les autres. Pour cela, nous adoptons des pictogrammes et une structure de communication standardisée. Cela rend aussi Youstice plus rapide pour résoudre les problèmes que les systèmes de CRM actuels.

Dans les cas exceptionnels où distributeurs et consommateurs ne parviennent pas à trouver une solution d’un commun accord, le consommateur peut alors déférer l’affaire à une tierce partie neutre, désignée par l’un des fournisseurs de résolution de litige en ligne (*online dispute resolution* ou ODR) accrédités par Youstice, et chargés de déterminer une solution en dernier recours. Cette option donne au client un plus grand sentiment d’indépendance, très différent de la situation traditionnelle du « si cette solution ne vous convient pas, faites appel à la justice », avec sa menace implicite « vous verrez bien comme ça se passera au tribunal ». Les ODR accrédités par Youstice forment une élite de niveau international, et n’ont besoin que de quelques jours pour rendre une décision.

Nous sommes fiers d’appartenir à la catégorie d’Européens qui font bouger les choses, et notre ambition est de faire partie de la nouvelle vague d’innovateurs, ceux qui changent les règles en vigueur sur Internet.

Alors, pourquoi adopter Youstice ? Pourquoi tester de nouvelles perspectives ? D’un autre côté, pourquoi pas ? Essayez l’innovation ! :o)

---------------------------------------------------------

**The necessity of new CRM models was published on 4 September:**

<http://www.businessmarches.com/nouveaux-modeles-crm-resoudre-litiges-ligne/>