



•• Webinaire

Baromètre Sia Partners : "Comment l'IA permet de garantir une meilleure qualité de service ?"



Eric Dadian

20 avril 2021



NOS INTERVENANTS



Éric Dadian
Président
AFRC



Sayah Chennoufi
*Associate Partner Marketing &
Experience Client*
Sia Partners



Stéphane Bleton
*Directeur Commercial
France & Benelux*
NICE



NICE | **SIAPARTNERS**

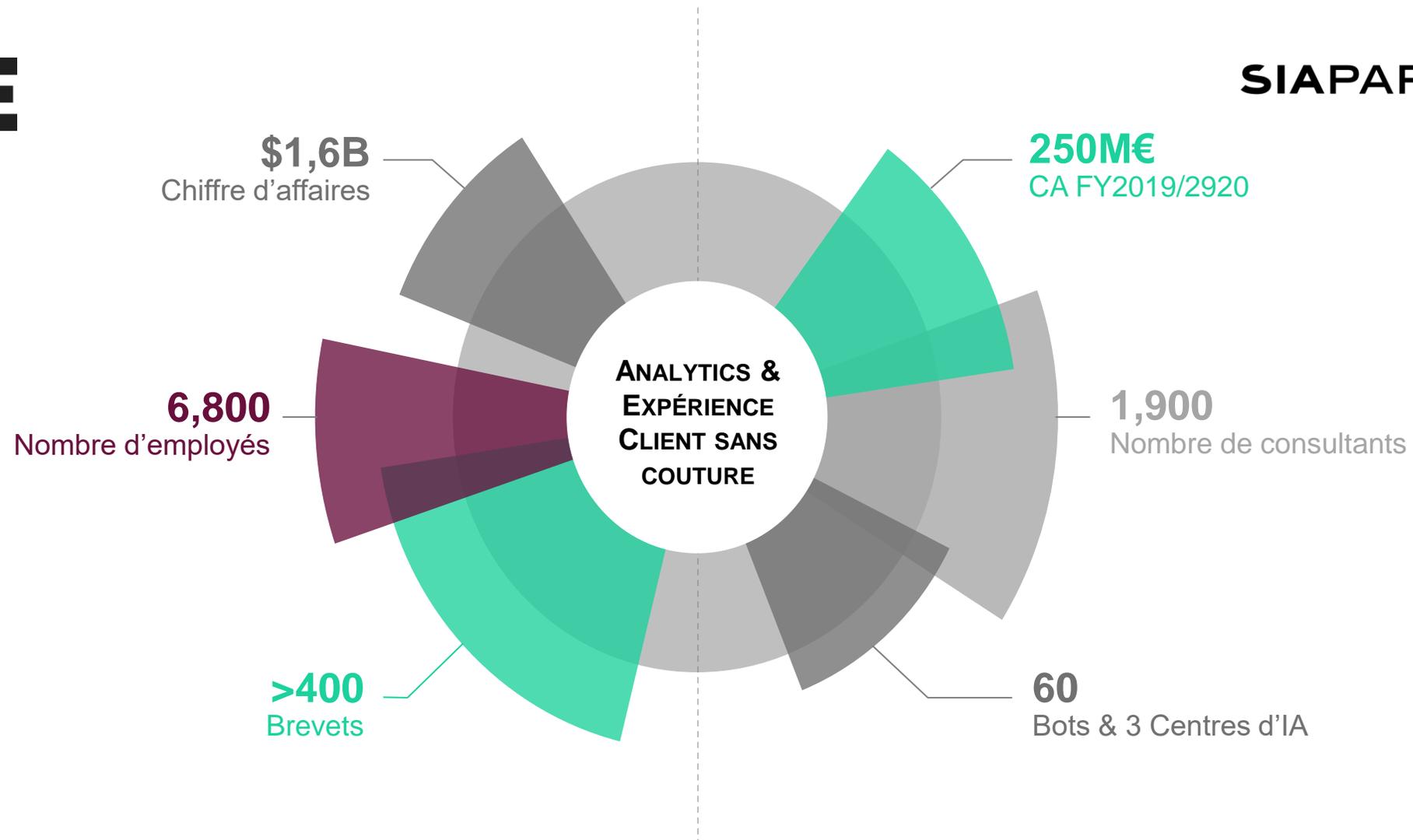
Baromètre IA & Qualité de Service :
Comment l'IA permet de garantir une
meilleure qualité de service ?

En partenariat avec :

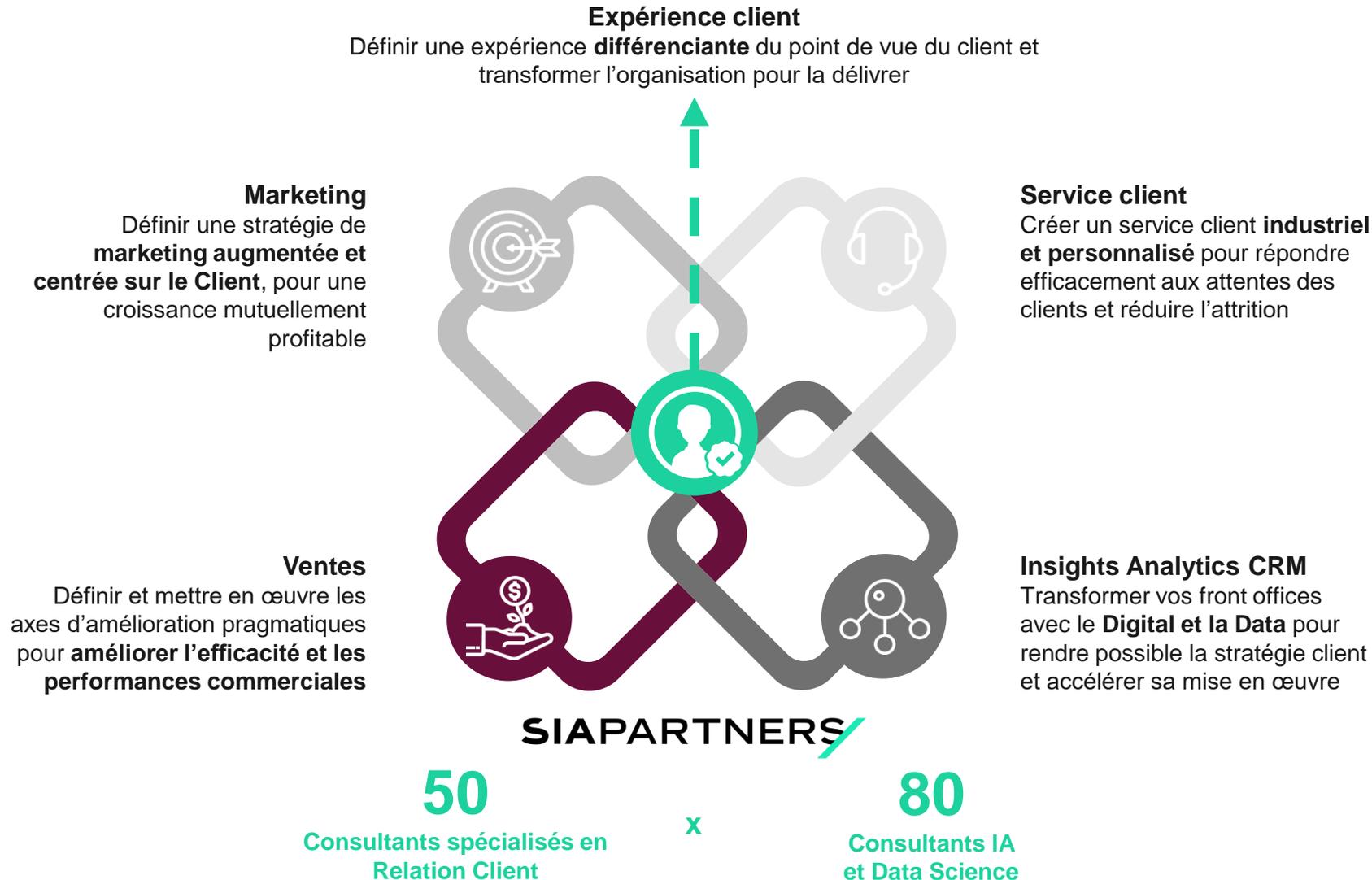
AERC

Webinar

Deux experts technologie et conseil pour piloter, accélérer et accompagner la transformation de votre Expérience Client dans un contexte post Covid-19



Deux experts technologie et conseil pour piloter, accélérer et accompagner la transformation de votre Expérience Client dans un contexte post Covid-19



Nos clients sur ces offres



Méthodologie et périmètre



Sia Partners a réalisé ce baromètre sur base de **retours d'expérience** issus de ses missions pour des Directions Relation Clients entre 2019 et 2021, dans 6 secteurs et sur base d'une **enquête** menée entre avril et mai 2020 auprès de Directeurs Services Clients.



L'objectif : identifier les innovations basées sur l'IA pour la Relation Client et **les évaluer selon leur contribution aux critères d'efficacité opérationnelle** : FCR, DMT, réitération, diminution d'appels, éradication d'appels.

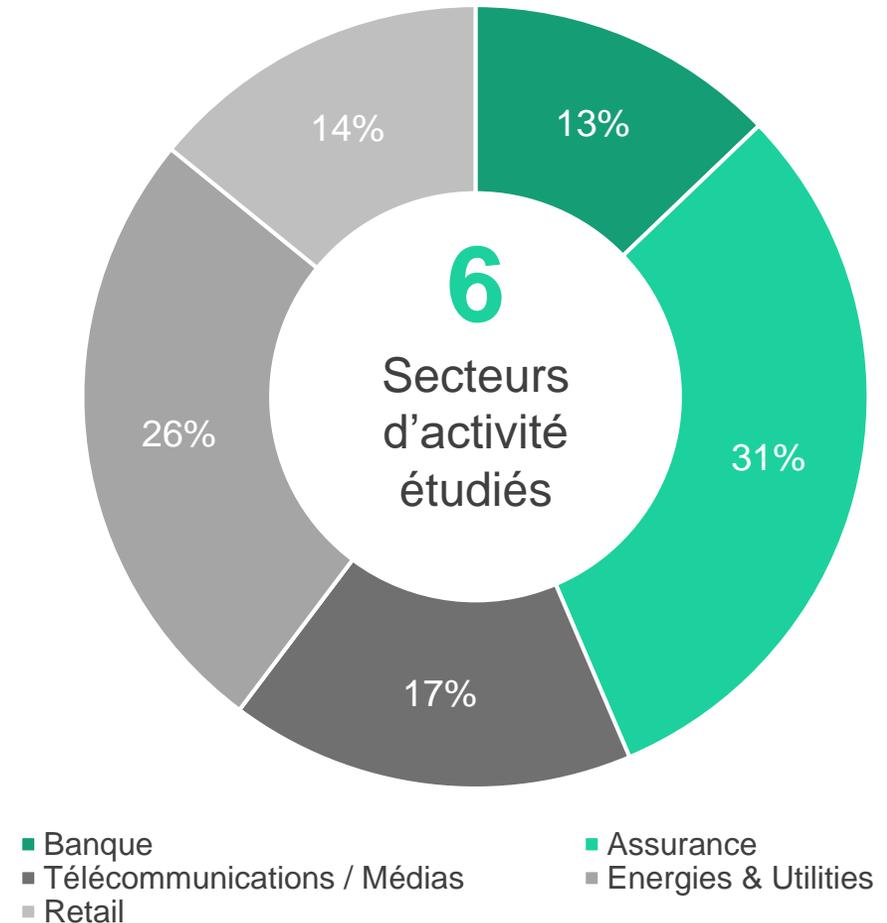


Sia Partners a identifié les **cas d'usage** selon le niveau de maturité data, les **prérequis** et les **KPIs** sur les thématiques du guidage les clients pour optimiser les flux de contacts entrants, du dépassement des silos entre canaux, du routage des demandes aux meilleures ressources pour les traiter, du traitement plus efficace des contacts clients et de l'industrialisation du pilotage de la qualité.



Ce baromètre répondra aux problématiques suivantes :
Quels sont les critères et le niveau de maturité data pour que ces innovations soient pertinentes ?
Quels **cas d'usage** permettent de générer un maximum de valeur avec ces solutions basées sur l'IA ?

Répartition des secteurs d'activité des entreprises étudiées



Structure du baromètre

Pour chacun des enjeux stratégiques de l'excellence opérationnelle de la Relation Client, nous proposons une analyse détaillée contenant une description des solutions d'IA

Grands principes, éléments de tendance et chiffres-clés

Présentation des outils d'IA répondant à cet enjeu stratégique

1. Réduire les volumes d'interactions entrants

En moyenne, les Français ont eu recours à 3,4 canaux différents pour contacter les services clients en 2019. Ce chiffre, en hausse par rapport à l'année précédente, témoigne de la multiplication et de la diversification des canaux de contacts et ce bien que le téléphone reste le canal de contact privilégié. En effet, pour s'adapter au mieux aux nouvelles attentes des clients et proposer un service client réactif, efficace et personnalisé, de nombreuses entreprises ont investi dans les canaux dits « émergents » (ex : selfcare via les réseaux sociaux, **voicebot**, chatbot).

Or ces nouveaux canaux soulèvent des enjeux à la fois côté clients, car ils peinent pour l'heure à gagner leur confiance, et côté entreprise, car ils soulèvent de nombreux enjeux de pilotage, notamment quant à la capacité à contrôler et traiter l'ensemble des interactions et demandes clients. En témoignage ce chiffre : aujourd'hui seulement 50% des demandes formulées sur les réseaux sociaux obtiennent une réponse.

Quelques chiffres clés sur l'usage de la messagerie entre clients et entreprises

150M C'est le nombre de personnes qui entament chaque mois une conversation avec une entreprise sur Instagram.

64% C'est le pourcentage de consommateurs qui préfèrent envoyer un message plutôt que d'appeler une entreprise.

En effet, l'enjeu pour les entreprises ne consiste pas simplement à réduire les flux de contacts entrants en orientant les clients vers le selfcare et les canaux digitaux. Encore faut-il proposer aux clients les bons outils pour qu'ils puissent traiter leurs demandes en autonomie et guider ceux-ci vers le canal le plus adapté. L'objectif est donc surtout d'éviter la nécessité d'un transfert vers un autre canal en cours de traitement, générateur de frustration et parfois même d'abandon.

L'intégration de l'intelligence artificielle permettra de répondre à ces problématiques en multipliant davantage, grâce à plus de prévisibilité, les flux entrants et en étant en mesure de les réduire en offrant au client un service client 24h/7j, rapide et pertinent.

Ces chiffres témoignent de l'émergence de nouveaux canaux (messagerie, réseaux sociaux) en complément des canaux traditionnels (téléphone, email) qui restent prédominants, tous secteurs confondus. Tout l'enjeu pour les entreprises consiste ainsi à orchestrer leur relation client en **omni-canal** pour adapter en temps réel les parcours.

Nous présenterons dans cette partie les canaux émergents intégrant l'IA qui permettent de mieux guider les clients dans leur recherche d'informations, tout en leur apportant davantage de pertinence et de rapidité dans les réponses à leurs questions.

Source : BVA - Observatoire des services clients 2019, Facebook Messaging Survey 2019 (Nielsen), Instagram - Données internes avril 2018, retours d'expérience Sia Partners 2020-2021.

1. Réduire les volumes d'interactions entrants

Nous avons observé l'émergence de trois technologies majeures permettant de limiter les volumes de contact entrant via un automatisation du client ainsi qu'une meilleure compréhension de ses besoins / demandes :

Les technologies	Les Chatbots	Les Voicebots	Le Selfcare intelligent	L'engagement prédictif
Présentation				
Que fait cette technologie ?	• Conversation avec un automate, via le chat en langage naturel	• Conversation avec un automate, via la voix en langage naturel	• Analyse du profil / comportement / parcours des clients • Proposition de contenus pertinents	• Analyse du profil / comportement / parcours des clients • Proposition d'interactions avec le CRC
D'un point de vue opérationnel, grâce à cette technologie les questions simples des clients sont traitées automatiquement, ce qui permet de limiter le nombre d'appels reçus	... les questions simples des clients sont traitées automatiquement, ce qui permet de désengorger les centres de contacts	... le client est davantage automatisé dans sa quête d'informations / de solutions, ce qui limite les contacts et tend à augmenter sa satisfaction	... le client est guidé au bon moment vers le bon canal en fonction de la qualification de sa demande, ce qui optimise le nombre de contacts reçus

Source : retours d'expérience Sia Partners 2020-2021.

Synthèse et comparaison des outils étudiés dans cette section

1. Réduire les volumes d'interactions entrants

Synthèse de la contribution des technologies à l'efficacité opérationnelle

Technologies	Contribution à l'efficacité opérationnelle	Prérequis	Maturité de la technologie	Niveau d'adoption du marché	Secteurs dominants	Exemples d'acteurs ayant implémenté
Chatbot	• Nombre d'appels ; • Qualité de service ; • Coût de service ;	• FAQ et base de connaissances consolidée • Entraînement du bot avec le langage spécifique entreprise	++ technologie très mature (une des premières sur le marché) qui a atteint les limites de son potentiel	++ taux d'adoption élevé mais en déclin car cette technologie peine à convaincre les clients et les entreprises	• Energie • Transporteurs de colis et de couriers	• MACYSF • SNCF • Fedex
Voicebot	• Nb. d'appels traités par des agents ; • Qualité de service ; • Durée moyenne de traitement (DMT) ; • Coût de service ;	• Similaires à ceux du chatbot • Référentiel des clients	• Technologie de plus en plus mature grâce à une explosion du besoin en lien avec la détection liée au chatbot	• son usage se démocratise énormément grâce à des fonctionnalités supplémentaires et supérieures au chatbot	• Energie • Banque • Assurance • Automobile	• Bafagaz • ACSOS
Selfcare intelligent	• Volume de contacts entrants ; • Coût de service ; • Satisfaction client ;	• Référentiel des clients et des offres • Référentiel et historique des typologies d'interactions	++ technologie mature qui permet de répondre aux besoins de désengorgement des CRC de manière efficace	• la mise en place de gens de solutions s'impose naturellement pour les entreprises disposant déjà de solutions Selfcare	• Energie • Banque • Assurance	• Total Direct Energie • Océo • Crédit Mutuel
Engagement prédictif	• Score d'effort client (CES) ; • Satisfaction client ; • Coût de service ;	• Tracking des parcours digitaux sur les sites internet, apps et assets de Marketing digital • Solution de centre de contact compatible	technologie encore peu mature mais avec un fort potentiel	• adoption émergente seulement, en cours de test via des POC	• Energie • Transport • Banque • Télécoms • Assurance	• ENGIE

Source : retours d'expérience Sia Partners 2020-2021.

Focus par outil : cas d'usage, secteurs dominants, exemple d'acteurs, contribution, prérequis, adoption

Retour d'expérience : enjeux client, solution et résultats

1. Réduire les volumes d'interactions entrants

Les chatbots sont délaissés, seuls 62% des Français sont satisfaits de leurs interactions avec un chatbot et 53% le considèrent comme un canal fiable

Le chatbot désigne un automate de conversation avec un utilisateur en langage naturel via plusieurs type de canaux conversationnels. Il peut être disponible sur plusieurs canaux comme le site web, l'application de la marque ou des applications de messagerie comme Messenger ou WhatsApp. Il est alors appelé **messaging bot**.

Cas d'usage les plus fréquents

- Le chatbot est utilisé pour permettre au client de traiter en autonomie des requêtes à faible valeur ajoutée et ainsi éviter des appels traités par des agents humains, par exemple les demandes sur la facturation ou pour connaître son solde.
- Le chatbot vient piocher dans la FAQ ou la base de connaissances les réponses aux questions des clients, ce qui améliore la durée de résolution de leurs demandes, il peut analyser l'efficacité des réponses et améliorer ses propositions. Jusqu'à +14 points de réponses aux demandes des clients.
- Le chatbot peut qualifier le demande d'un client puis l'orienter vers un agent humain pour prendre le relais de la conversation.

Contribution à l'efficacité opérationnelle

- Nombre d'appels ;
- Qualité de service ;
- Coût de service ;

Prérequis

- FAQ
- Base de connaissances consolidée
- Entraînement du bot avec le langage spécifique de l'entreprise

Adoption du marché

- Le chatbot a été largement adopté mais n'a pas évolué vers les demandes plus complexes.
- Les secteurs comme la Banque ont un regain de cross-sell ou d'up-sell et en délaissant et revalorisant des contacts humains.

Secteurs dominants

- Secteurs à forts volumes de contacts entrants et sans enjeu de cross-sell ou d'up-sell
- Energie
- Transporteurs de colis et de couriers

Exemples d'acteurs ayant implémenté

- MACYSF
- SNCF
- Fedex

Et demain

Les chatbots simples, sans logique conversationnelle, deviennent délaissés ou cantonnés à des motifs simples à faible valeur ajoutée. Grâce à l'IA, les chatbots seront remplacés par des agents conversationnels intelligents pour traiter les demandes plus complexes et offrir une expérience plus humaine.

Source : Forrester, retours d'expérience Sia Partners 2020-2021.

1. Réduire les volumes d'interactions entrants

Retour d'expérience - Pour désengorger le canal téléphonique, un établissement public a déployé un voicebot qui traite 20% des appels reçus

Contexte et enjeux pour le client

- Sia Partners a accompagné un client pour déployer un voicebot afin de réduire les intrants identifiés, ex : table de disponibilité du service, efficace à gérer les pics de charge.
- Au-delà de désengorger le canal téléphonique pour les demandes simples, le déploiement du voicebot devait permettre de focaliser les agents sur les appels à forte valeur ajoutée ou à forte complexité.
- Enfin, un des principaux enjeux pour cette organisation était de collecter davantage de données pour améliorer continuellement la base de connaissances du voicebot.

Solution mise en place

- Un modèle de reconnaissance vocale open source a été entraîné sur plus de 500 heures d'enregistrements d'appels fournis par l'établissement public, puis déployé.
- Une base de connaissances des questions « Niveau 1 » a été construite avec les conseillers. Elle contient 8 thèmes et 72 intentions.
- Un algorithme de traitement de langage naturel a été développé pour comprendre la demande du client et retourner la réponse associée. Il se compose d'un modèle de mesure de la similarité entre la question posée et la base des formulations dans la base de connaissance.

Résultats obtenus

- Le voicebot répond correctement à 62% des questions de niveau 1, qui correspondent à environ 25% des appels, soit c. 30 000 appels/an.
- Déploiement d'une interface vocale de test permettant d'enregistrer une demande vocale, la transcrire et retourner la réponse correspondante.
- Développement d'une interface Web combinant les fonctionnalités d'administration de la base de connaissances, comme l'ajout ou la modification d'intentions et de réponses, ou de pilotage en temps réel de la performance du voicebot.

Source : retours d'expérience Sia Partners 2020-2021.

Agenda

1. Réduire les volumes d'interaction entrants
2. Maîtriser et qualifier les flux entrants
- 3. Augmenter l'efficacité des conseillers clients**
4. Passer à une hypervision non supervisée et autoapprenante
5. Sécuriser les prérequis pour tirer la valeur maximale des technologies actuelles et futures
6. Et demain...

L'automatisation s'étend du back-office au front office et à des processus de plus en plus complexes



La **RPA** (*Robotics Process Automatisation*) désigne l'automatisation partielle ou totale d'activités répétitives, afin de concentrer les ressources sur les tâches à forte valeur ajoutée.

Cas d'usage les plus fréquents

- Les **mini-bots** limitent les tâches répétitives et chronophages de back-office qui ne nécessitent aucune analyse, par exemple le copier-coller de formulaires entre des outils différents, l'impression ou publication en masse.
- La **RPA** automatise des processus de bout-en-bout, du traitement des données jusqu'à la fiabilisation de la prise de décisions et la création de reportings complexes. Par exemple, la RPA peut créer automatiquement un contenu de ticket clair et structuré qui synthétise un appel.
- Le **calcul cognitif** automatise des processus très complexes : il comprend le contexte et adapte sa réponse. Jusqu'à **+15 points** sur le taux de questions clients par mail qui reçoivent une réponse.

Secteurs dominants

Secteurs à forts volumes de contacts entrants :

- Energie
- Banque / Assurance
- Télécoms

Exemples d'acteurs l'ayant implémenté

- ING Direct
- Orange Bank
- Crédit Mutuel
- Orange

Contribution à l'efficacité opérationnelle

- Durée moyenne de traitement ↓
- Coût de service ↓
- Satisfaction agent ↑

Prérequis

- Cartographie détaillée des processus
- Paramétrage et modification des RPA à chaque changement de processus

Adoption du marché

- **90%** des organisations utilisent déjà la RPA pour automatiser leurs processus métier.

Et demain

Aujourd'hui la RPA est utilisée pour accélérer et fiabiliser des processus back-office des centres de contacts ou de gestion. Demain, grâce à l'IA, le calcul cognitif étendra les processus front-office et les motifs de contacts dont le traitement est automatisé.

Synthèse de la contribution des technologies à l'efficacité opérationnelle

Technologies	Contribution à l'efficacité opérationnelle	Prérequis	Maturité de la technologie	Niveau d'adoption du marché	Secteurs dominants	Exemples d'acteurs l'ayant implémenté
Solution de Speech-to-Text	<ul style="list-style-type: none"> • Réduction de la durée de traitement (DMT) • Réduction du coût de service • Augmentation de la satisfaction agent 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartographie détaillée des processus • Paramétrage et modification des RPA à chaque changement de processus 	<p>++ : l'enjeu pour les éditeurs sera d'aller encore plus loin développant leurs capacités liés au calcul cognitif, pour obtenir des modèles autoapprenants</p>	<p>+++ : une très grande majorité des entreprises utilisent déjà la RPA pour automatiser leurs processus métier</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Energie • Assurance • Banque • Telecoms 	<ul style="list-style-type: none"> • ING Direct • Orange Bank • Crédit Mutuel
Base de connaissance dynamique et aide aux conseillers	<ul style="list-style-type: none"> • Réduction de la durée de traitement (DMT) • Réduction du coût de service • Augmentation de la satisfaction agent 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartographie détaillée des processus • Paramétrage et modification des RPA à chaque changement de processus 	<p>++ : l'enjeu pour les éditeurs sera d'aller encore plus loin développant leurs capacités liés au calcul cognitif, pour obtenir des modèles autoapprenants</p>	<p>+++ : une très grande majorité des entreprises utilisent déjà la RPA pour automatiser leurs processus métier</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Energie • Assurance • Banque • Telecoms 	<ul style="list-style-type: none"> • ING Direct • Orange Bank • Crédit Mutuel
RPA – Automatisation des processus	<ul style="list-style-type: none"> • Durée moyenne de traitement (DMT) ↓ • Coût de service ↓ • Satisfaction agent ↑ 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartographie détaillée des processus • Paramétrage et modification des RPA à chaque changement de processus 	<p>++ : l'enjeu pour les éditeurs sera d'aller encore plus loin développant leurs capacités liés au calcul cognitif, pour obtenir des modèles autoapprenants</p>	<p>+++ : une très grande majorité des entreprises utilisent déjà la RPA pour automatiser leurs processus métier</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Energie • Assurance • Banque • Telecoms 	<ul style="list-style-type: none"> • ING Direct • Orange Bank • Crédit Mutuel

Agenda

1. Réduire les volumes d'interaction entrants
2. Maîtriser et qualifier les flux entrants
3. Augmenter l'efficacité des conseillers clients
- 4. Passer à une hypervision non supervisée et autoapprenante**
5. Sécuriser les prérequis pour tirer la valeur maximale des technologies actuelles et futures
6. Et demain...

Le Workforce Management est devenu essentiel avec la multiplication des canaux de contacts et la complexification des réponses aux demandes clients



Le **Workforce Management** (WFM) désigne l'optimisation de la planification et de l'affectation des agents selon les prévisions de charge et l'activité en temps réel.

Cas d'usage les plus fréquents

- **Les prévisions et le dimensionnement** modélisent les contacts à traiter, les convertissent en courbe de charge et vérifient l'adéquation charge-ressources. Jusqu'à plus de **90% de fiabilité** des prévisions.
- **La planification** produit et optimise les plannings des agents à une maille fine, par type de compétences et par type d'activités hors production comme la formation, dans le cadre des limitations horaires contractuelles. Les agents peuvent y gérer leurs préférences et échanger des horaires. Jusqu'à **+18% de productivité** agent.
- Le **pilotage à chaud** permet de monitorer les flux, l'accessibilité et les niveaux de stock en temps réel, ainsi que les performances individuelles.
- Le module **reporting** analyse les écarts entre les prévisions, la planification et le réalisé à la maille globale, site ou individuelle pour l'amélioration continue de la performance et de l'efficacité opérationnelle.

Secteurs dominants

Secteurs à forts volumes de contacts entrants :

- Energie
- Banque
- Assurance

Exemples d'acteurs l'ayant implémenté

- LCL, Caisse d'Epargne, Natixis, Bred, Crédit du Nord, Boursorama
- Groupama, MACIF, GMF

Contribution à l'efficacité opérationnelle

- Qualité de service ↑
- Taux d'occupation ↑
- Productivité ↑
- Coût de service ↓

Prérequis

- Référentiel RH des temps de travail contractuels
- Référentiel des compétences
- Modèle opérationnel de pilotage centralisé
- Lien avec l'outil d'orchestration des interactions

Adoption du marché

- **43%** des entreprises disposent de solution de gestion cross-canal des prévisions, de la planification et de l'adhérence.

Et demain

Les prévisions auto-apprenantes se généralisent et deviennent de plus en plus fiables. Demain, grâce à l'IA, les plannings seront ajustés en temps réel avec des réaffectations des agents entre activités selon la cible de qualité de service et selon le routage ou la dissuasion des clients entre canaux.

Le Speech Analytics devient un levier d'automatisation de l'interprétation de la Voix du Client à 100% des interactions



Le **Speech Analytics** désigne l'analyse des conversations, enregistrées ou en direct, pour recueillir et interpréter des informations sur les clients afin d'améliorer la compréhension et la pertinence des futures interactions.

Cas d'usage les plus fréquents

- L'**identification non supervisée des motifs d'appels récurrents** permet d'automatiser d'un **programme de Voix du Client** et de l'élargir à 100% des interactions, en complément des études sur le NPS et la satisfaction client, pour créer un moteur d'identification des causes racines d'insatisfaction et des schémas de comportements, notamment pour mieux prédire le risque de churn des clients. L'entreprise peut alors mettre en place et piloter des actions correctrices pour devenir centrée-client. Jusqu'à **-20 secondes** de DMT, **-36%** de transferts d'appels entre agents, **+2,2 points** de satisfaction client.
- La **collecte et l'enregistrement dans le CRM** des informations complémentaires sur les appelants permettent d'être en capacité de leur apporter des réponses hyper-personnalisées.
- La **compréhension des bonnes pratiques** qui amènent les meilleurs taux de résolution au premier appel chez certains agents permettent de les propager aux autres agents, en adaptant les plans de formation.

Secteurs dominants

Secteurs à forts volumes de contacts entrants :

- Energie
- Banque
- Assurance

Exemples d'acteurs l'ayant implémenté

- Engie Electrabel
- Total Direct Energie
- Téléperformance
- Santander

Contribution à l'efficacité opérationnelle

- DMT ↓
- Taux de transferts d'appels ↓
- Satisfaction client ↑
- Taux de résiliation ↓

Prérequis

- Référentiels des clients et des interactions
- Entraînement du modèle sur un historique d'enregistrements d'appels
- Capacité de stockage sécurisé

Adoption du marché

- L'interprétation des intentions clients, bien qu'à fort potentiel, est encore sous-exploitée. Son utilisation est favorisée par l'émergence des centres de contact sur le Cloud, notamment dans un contexte de télétravail généralisé.

Et demain

Demain, grâce à l'analyse des émotions (*Sentiment Analysis*), les entreprises pourront adopter leur pression Marketing à l'état émotionnel du client et actionner proactivement et au meilleur moment des mesures de rétention ou des campagnes de cross-sell et d'upsell.

Grâce au Speech Analytics, le Quality Monitoring s'automatise et s'étend à 100% des interactions



Le **Quality Monitoring** désigne l'analyse et le pilotage de la qualité des interactions avec les clients pour identifier les irritants, évaluer les agents et détecter les opportunités d'amélioration de la qualité notamment via la formation.

Cas d'usage les plus fréquents

- L'**harmonisation** et l'objectivation des processus et des indicateurs d'évaluation et l'industrialisation du suivi qualité permettent jusqu'à **deux fois plus d'appels évalués** et jusqu'à **15 fois moins de contestation** des évaluations par les agents.
- Le **Speech Analytics** sur les appels et les écrits permet d'attribuer automatiquement un score de qualité sur 100% des interactions contrairement à un échantillon auparavant. Il fournit une vue de pilotage en temps réel et présélectionne les appels qui nécessitent une évaluation humaine. Jusqu'à **-1min40 par appel évalué**.
- Les **reportings** de performance collective et individuelle permettent aux managers de plateau d'identifier les besoins de formation prioritaires des agents.

Secteurs dominants

Secteurs à forts volumes de contacts entrants :

- Energie
- Banque
- Assurance
- Prestataires de Relation Client

Exemples d'acteurs l'ayant implémenté

- Canal+ International
- Téléperformance

Contribution à l'efficacité opérationnelle

- Taux d'appels évalués ↑
- Durée moyenne d'évaluation ↓
- Taux de contestation des évaluations ↓
- Coût de service ↓

Prérequis

- Virtualisation des flux de contacts
- Harmonisation des processus et des indicateurs d'évaluation

Adoption du marché

- L'usage des solutions de Quality Monitoring se démocratise notamment grâce à la mise en place du télétravail pour être en mesure de piloter les équipes à distance.

Et demain

Demain, grâce à l'analyse des émotions (*Sentiment Analysis*), l'IA analysera l'impact des interactions avec les clients sur leur état émotionnel et recommandera automatiquement les schémas de conversation et les éléments les plus performants aux agents conversationnels et aux agents humains.

Synthèse de la contribution des technologies à l'efficacité opérationnelle

Technologies	Contribution à l'efficacité opérationnelle	Prérequis	Maturité de la technologie	Niveau d'adoption du marché	Secteurs dominants	Exemples d'acteurs l'ayant implémenté
Modèle de prévision intégrant données internes et externes	<ul style="list-style-type: none"> • Précision accrue • Réduction des erreurs • Capacité à gérer des données complexes 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilité de données historiques et en temps réel • Capacité à intégrer des données externes • Infrastructure capable de traiter de grandes quantités de données 	<ul style="list-style-type: none"> • Technologie mature • Capacité à apprendre de nouvelles données • Capacité à s'adapter à des environnements changeants 	<ul style="list-style-type: none"> • Adoption croissante • Utilisation dans des secteurs clés • Capacité à intégrer des données externes pertinentes 	<ul style="list-style-type: none"> • Industrie • Commerce de détail • Services financiers 	<ul style="list-style-type: none"> • Amazon • Netflix • Spotify
Solution de Workforce Management	<ul style="list-style-type: none"> • Qualité de service ↑ • Taux d'occupation ↑ • Productivité ↑ • Coût de service ↓ 	<ul style="list-style-type: none"> • Référentiel des temps de travail / des compétences agents • Pilotage national • Lien avec l'outil de gestion des contacts 	<ul style="list-style-type: none"> • ++ : technologie de plus en mature suite à une explosion du besoin / des investissements suite à la mise en place du télétravail 	<ul style="list-style-type: none"> • ++ : son usage se démocratise notamment grâce à la mise en place du télétravail pour être en mesure de piloter les équipes à distance 	<ul style="list-style-type: none"> • Energie • Banque • Assurance 	<ul style="list-style-type: none"> • LCL, Caisse d'Epargne, Natixis, Bred, Crédit du Nord, Boursorama • Groupama, MACIF, GMF
Solution de Speech Analytics	<ul style="list-style-type: none"> • Durée moyenne de traitement (DMT) ↓ • Taux de transferts d'appels ↓ • Satisfaction client ↑ • Taux de résiliation ↓ 	<ul style="list-style-type: none"> • Référentiels des clients et des interactions • Entraînement du modèle les données passées 	<ul style="list-style-type: none"> • ++ : technologie mature qui demande toutefois un niveau de maturité digital et technologique important 	<ul style="list-style-type: none"> • - : les technologies d'interprétation des intentions clients, bien qu'à fort potentiel, sont encore sous exploitées 	<ul style="list-style-type: none"> • Energie • Banque • Assurance 	<ul style="list-style-type: none"> • Engie Electrabel • Total Direct Energie • Téléperformance • Santander
Solution de Quality Monitoring	<ul style="list-style-type: none"> • Taux d'appels évalués ↑ • Durée moyenne d'évaluation ↓ • Taux de contestation des évaluations ↓ • Coût de service ↓ 	<ul style="list-style-type: none"> • Virtualisation des flux de contacts • Harmonisation des processus et des indicateurs d'évaluation 	<ul style="list-style-type: none"> • ++ : technologie de plus en mature suite à une explosion du besoin / des investissements suite à la mise en place du télétravail 	<ul style="list-style-type: none"> • ++ : son usage se démocratise notamment grâce à la mise en place du télétravail pour être en mesure de piloter les équipes à distance 	<ul style="list-style-type: none"> • Energie • Banque • Assurance • Prestataires de Relation Client 	<ul style="list-style-type: none"> • Canal+ International • Téléperformance

Agenda

1. Réduire les volumes d'interaction entrants
2. Maîtriser et qualifier les flux entrants
3. Augmenter l'efficacité des conseillers clients
4. Passer à une hypervision non supervisée et autoapprenante
- 5. Sécuriser les prérequis pour tirer la valeur maximale des technologies actuelles et futures**
6. Et demain...

Les centres de contacts sur le Cloud deviennent un accélérateur incontournable des cas d'usage basés sur l'IA



Le **centre de contacts Cloud** est une solution SaaS qui regroupe l'outil de distribution des interactions, le SVI, le bandeau conseiller et les statistiques liées à l'activité.

Cas d'usage les plus fréquents

- Le centre de contact Cloud permet de **piloter en central tous les centres de contact** d'un même donneur d'ordre, qu'ils soient internes ou externes et issus de différents prestataires de relation client. Les flux sont mutualisés pour offrir aux clients la meilleure qualité de service et les router vers les agents les plus pertinents selon leur profil ou leur motif de contact.
- Le passage au Cloud est un activateur d'amélioration de l'Expérience Client. La richesse des données disponibles en temps réel permet aux métiers de **détecter les irritants clients et piloter leur résolution**.
- Une plateforme Cloud constitue **un socle pour ajouter de nouvelles fonctionnalités** visant à améliorer l'expérience client et conseiller comme le *workforce management*, le *speech analytics* et le *quality monitoring*.

Secteurs dominants

- Energie
- Banque
- Assurance
- Telco
- Retail

Exemples d'acteurs l'ayant implémenté

- Engie
- Uber
- Allianz
- Bouygues

Contribution à l'efficacité opérationnelle

- Qualité de service ↑
- Transferts d'appels ↓
- Durée moyenne de traitement (DMT) ↓

Prérequis

- Arborescence des *callflows*
- Alignement des processus et KPIs entre centres
- Mobilisation des ressources métier, de la DSI et d'un intégrateur Cloud

Adoption du marché

- L'ensemble des acteurs du marché envisage l'adoption d'une plateforme Cloud : acteurs Telco, Energie, Utilities et Retailers.

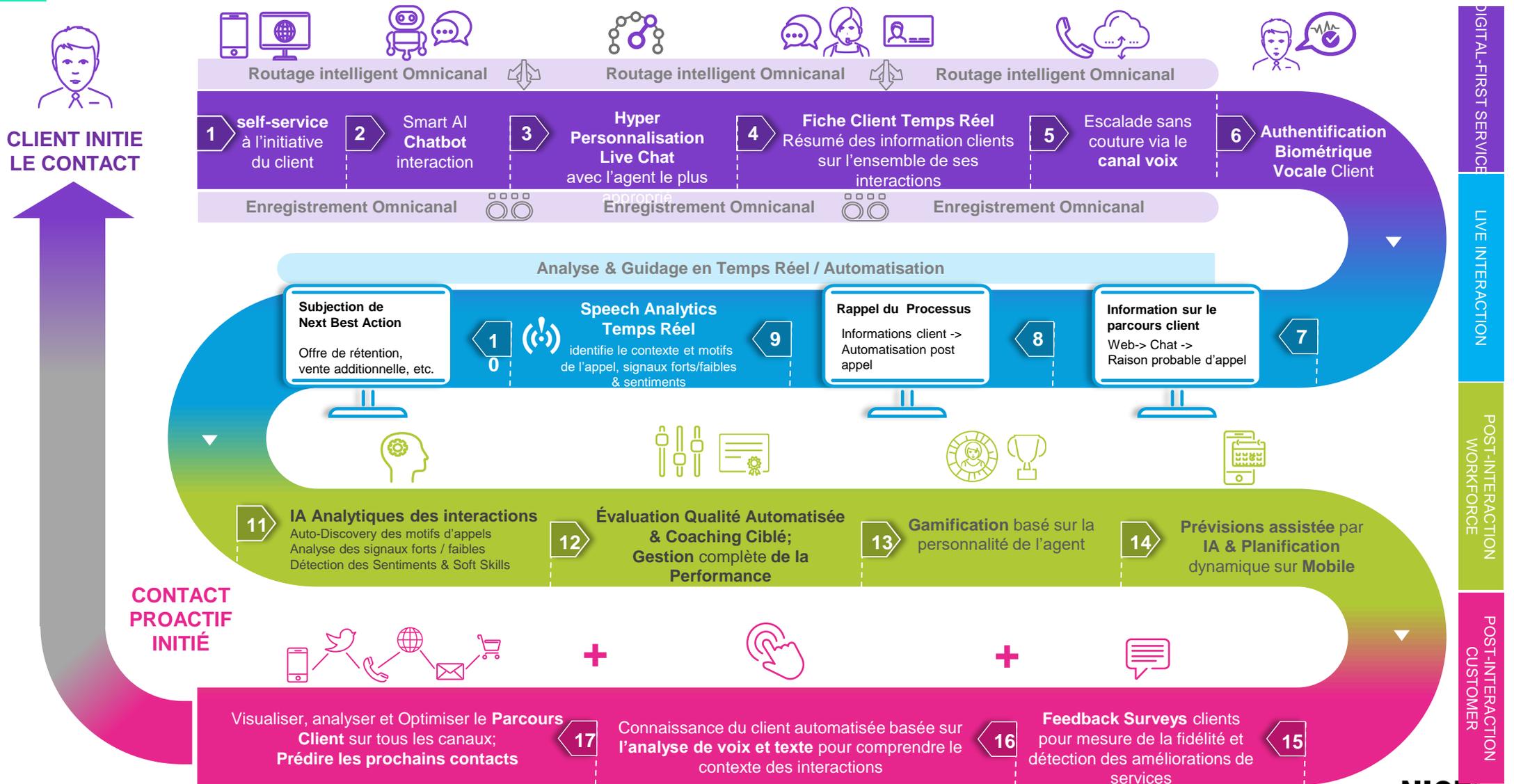
Et demain

Demain, grâce à la richesse des données offertes par les plateformes de centre de contact sur le Cloud, **des cas d'usage IA toujours plus poussés** seront possibles pour piloter en temps réel les centres de contact et pour personnaliser l'Expérience Client.

Agenda

1. Réduire les volumes d'interaction entrants
2. Maîtriser et qualifier les flux entrants
3. Augmenter l'efficacité des conseillers clients
4. Passer à une hypervision non supervisée et autoapprenante
5. Sécuriser les prérequis pour tirer la valeur maximale des technologies actuelles et futures
- 6. Et demain...**

Et demain... une relation 100% personnalisée et automatisée ?





Thank You

NICE

siapartners

● ●
RÉPONDEZ À NOTRE QUESTIONNAIRE
DURÉE DE 30 SEC À 1 MIN



TRÈS SATISFAISANT



MOYENNEMENT SATISFAISANT



PEU SATISFAISANT

●● Merci

Le thème du prochain webinaire sera : “Comment combler l’écart entre vellétés d’actions d’engagement & ressources pour les concrétiser ?”

Rendez-vous au prochain Webinaire

27 Avril

11h-11h45