

Description de l'usage

Description : Dans un contexte où les clients sont de plus en plus exigeants et souhaitent une plus grande personnalisation de la relation client, des solutions d'Intelligence Artificielle sont progressivement mises en place par les entreprises pour augmenter les métiers de la relation client. Ces solutions permettent notamment de :

- **Rendre autonome le client**, notamment dans sa recherche d'information ou dans le traitement de demandes simples via la mise à disposition d'une plateforme ou un site internet. Le terme de « self care » est souvent employé. Par exemple, cela peut se traduire par la mise en place de robots conversationnels (ou *chat bot*) ou la validation automatique de justificatifs.
- **Aider les conseillers dans leurs tâches**, par exemple en facilitant la personnalisation de la relation client ou en les aidant à traiter leurs emails.

Ces solutions sont omnicanales : site web, réseaux sociaux, téléphone, email etc. Tous les secteurs n'ont cependant pas le même niveau de maturité dans la mise en place de ce type de solutions.

Technologies IA : Variables en fonction de la solution.

Maturité de la technologie :

Mature

Solutions clés en main existantes

Bénéfices attendus

- ✓ Amélioration et personnalisation de la relation client
- ✓ Réduction du temps moyen d'une requête
- ✓ Meilleure réactivité et connaissances des conseillers

Ressources requises

Maîtrise de la donnée (qualité, digitalisation...)	●	●	●	●
Coût d'implémentation	●	●	○	○
Implication des métiers	●	●	●	●
Appétence à l'innovation	●	●	●	○

Secteurs économique



Agriculture



Commerce



Construction



Industrie



Santé



Banque & Assurance



Tertiaire supérieur



Tourisme & Loisirs



Transport & Logistique

TRANS-SECTORIEL

Fonctions de l'entreprise



Direction



Achat



Finance et comptabilité



Logistique



Marketing



Commercial et relation client



Production



Ressources humaines



Autre

Métier(s) impacté(s) : Conseillers

Les conseillers sont augmentés par l'intelligence artificielle, qui leur fournit une aide à la décision et leur permet de mieux répondre aux attentes des clients. Ils connaissent l'état d'avancement de la requête client, et l'intelligence artificielle leur met à disposition des informations pertinentes et des recommandations.

Impacts sur les missions

En déclin

- X Traitement des demandes simples où le conseiller offre peu de valeur ajoutée.

En hausse

- ✓ Traitement de demandes plus techniques
- ✓ Utilisation d'outils différents et qui évoluent

Impacts sur les compétences

En déclin

- X Aucune compétence en déclin

A renforcer

- ✓ Intelligence situationnelle pour s'adapter au moyen de communication : téléphone, email...
- ✓ Capacité à jongler entre les outils
- ✓ Esprit critique concernant les recommandations

Conditions d'implémentation

Coût

Varie en fonction des solutions

Temps d'implémentation



Nombreuses solutions clés en main mais certaines doivent être adaptées à l'entreprise

Compétences Techs

Pas de compétences techs requises pour l'implémentation d'une solution clé en main

Communication

Il est important de communiquer avec les conseillers et les managers pour que la solutions soit bien acceptée

Facteur(s) clef(s) de succès selon l'entreprise témoin

- ✓ **Sensibiliser les collaborateurs à l'IA et les rassurer sur leurs inquiétudes concernant leur emploi.** L'IA permet d'automatiser certaines tâches à faible valeur ajoutée ce qui libère du temps aux conseillers pour traiter des demandes plus complexes et développer la relation client. Aussi, augmenter la valeur ajoutée des conseillers locaux permet d'améliorer la proposition de valeur de la France versus le digital ou d'autres destinations géographiques.
- ✓ Lors de la mise en place de solutions IA, **ne pas négliger la communication avec les équipes**, qui doivent se familiariser avec la solution et l'accepter. Une utilisation à contre-cœur a souvent pour effet de détériorer la relation avec le client : il est important que les conseillers soient enthousiastes.
- ✓ Intégrer les syndicats le plus tôt possible afin d'échanger et de comprendre leurs potentielles réticences et définir l'accompagnement à mettre en place pour les collaborateurs.
- ✓ **Former les équipes** pour qu'ils utilisent correctement les outils et en comprennent les bénéfices.
- ✓ **Travailler en Bottom-Up** : l'innovation doit être participative et venir de l'expérience terrain des conseillers. Ils doivent faire remonter leurs besoins pour adapter l'IA.

“ *Il faut dédramatiser l'IA, l'expliquer pour rassurer, et faire en sorte que l'on pense collaboration et complémentarité.* ”



Chloé Beauvallet
Présidente de Sitel France

Aller plus loin : le cas de SITEL

Sitel possède plus de 35 années d'expérience d'innovation et de transformation des services de relations client et d'amélioration de l'expérience du conseiller. L'entreprise propose des solutions de support technique, de service client et d'autres processus commerciaux en B to B et en B to B to C.

L'intelligence artificielle est une technologie qui permet d'améliorer la relation client, et notamment de réduire les délais de réponses, personnaliser la relation ou encore d'augmenter la disponibilité des conseillers. Elle a constitué un facteur de transformation important ces dernières années.

Présentation des 4 axes d'implémentation

Sitel a axé sa stratégie d'amélioration de l'expérience client sur 4 piliers, dans lesquels l'IA joue un rôle important à chaque fois :

1 Rendre le client autonome

Mise en place du **Self-Care**, qui permet au client de trouver des réponses immédiates et précises à leur question.

Exemple : Le client indique sa question via un répondeur vocal ou un robot conversationnel en ligne. Grâce à des technologies de reconnaissance du langage naturel, l'IA permet de caractériser la demande du client et de lui apporter des réponses sur le moment lorsque la demande est simple, ou de le rediriger vers un conseiller si la demande est complexe.



Cela permet de résoudre les problèmes les plus courants et de laisser les conseillers intervenir uniquement sur des problèmes plus complexes.

2 Faciliter le suivi du dossier client au conseiller et au client

Côté client : Possibilité de **mettre en pause sa démarche** et de la reprendre là où elle a été laissée.

Côté conseiller : Accès instantané à l'ensemble du dossier du client afin de lui permettre d'apporter une réponse productive directement. *Exemple :* via la reconnaissance du numéro de téléphone.

3 Augmenter le conseiller

- Mise à disposition d'**outils de recherche dans des bases de connaissances et d'assistants virtuels** afin d'assister le conseiller dans sa recherche d'information (pertinence, rapidité...)
- Avant le rendez-vous client, aide à la **préparation du rendez-vous**. *Exemple :* via la création de scores d'appétences client aux produits.
- Pendant le rendez-vous, **suggestions de produits susceptibles d'intéresser le client** grâce à des outils d'analyses vocales

4 Suivre la qualité des appels pour les managers

Suivi de la **qualité des appels** et identification des appels problématiques (appels trop longs, détection des injures, énervement, « J'en parlerai à mon manager », ...)

IMPACTS SUR LES MÉTIERS ET LES COMPÉTENCES

LES CONSEILLERS

Grâce au dispositif de Sitel, l'IA ne remplace pas mais augmente le conseiller en lui libérant du temps pour traiter des tâches à plus forte valeur ajoutée.



Evolution des tâches

- Traiter les **questions courantes**
- **Rechercher** de l'information
- + Résoudre des problèmes techniques ou de **demandes complexes**
- + Naviguer entre **les outils et les interfaces IA**
- + **Evaluer des recommandations** faites par l'IA et **améliorer la relation client**

L'utilisation de nouveaux outils permet au conseiller de **répondre plus rapidement et adéquatement** aux demandes du client, personnaliser ses réponses grâce à une **visualisation du dossier client, proposer des offres pertinentes...** Il **développe des compétences digitales** afin d'utiliser avec aisance les différents outils.

LES MANAGERS

Les managers doivent être à l'écoute des conseillers, qui sont au contact direct des clients :

- 1 Pour comprendre les besoins des conseillers au quotidien.
- 2 Pour enrichir leur réflexion sur l'évolution souhaitable de l'offre produits, prendre des décisions marketing et/ou d'account management.



Evolution des tâches et des compétences pour le management

- + Comprendre l'ensemble de l'écosystème afin de bien **accompagner les conseillers**
- + **Former les conseillers à être porte-parole des clients vis-à-vis des marques et porte-parole des marques vis-à-vis des clients** et non plus des simples interlocuteurs techniques
- + Être à **l'écoute des conseillers**
- + Faire preuve **d'adaptabilité**

“ Les managers font face à une effervescence d'outils, d'enjeux, d'opportunités et doivent trouver lesquels sont les bons à implémenter, au risque de perdre les collaborateurs. ”



Chloé Beauvallet
Présidente de Sitel France

L'ENTRAINEUR DE BOT

Afin de constamment améliorer les algorithmes de machine et deep learning, il est nécessaire d'avoir une personne dédiée à leur entraînement.



Tâches

- + **Débrief des questions non abouties** / incorrectement routées, en indiquant les bonnes réponses.
- + Travail constant sur les **chemins de réponses**, sur les suggestions émises par l'IA.
- + Echanges constants avec le fournisseur de solution pour **améliorer les algorithmes**.

Plus largement, de nombreux autres métiers doivent être impliqués afin de réussir une vraie stratégie d'hybridation des dispositifs d'expérience client :

- Les métiers RH pour les compétences
- La direction pour la vision stratégique
- Les métiers de la finance pour piloter le ROI
- Les métiers de l'innovation et du marketing pour la vision métier et parcours clients,
- Les métiers du digital pour le lien avec le reste des parcours digitaux...