

# La nouvelle réalité de l'engagement client

## COMMENT LA TECHNOLOGIE VIENT SOUTENIR LA NOUVELLE GÉNÉRATION DE CENTRES D'APPELS

Le centre d'appels a longtemps été l'un des éléments essentiels pour servir les clients efficacement, mais les temps changent. Les nouvelles attentes de la clientèle sur tous les aspects de l'engagement remettent en question le fonctionnement des centres d'appels classiques.

### LES CONDITIONS DU MARCHÉ ÉVOLUENT

Les clients veulent bénéficier d'expériences personnalisées, d'interactions faciles et de réponses rapides à leurs demandes, le tout avec un point de contact unique. Ils s'attendent également à ce que les services soient pratiques et à ce que leur qualité reste la même, quel que soit le canal de communication utilisé.

#### **Une complexité accrue**

Les entreprises s'essayer à de plus en plus de canaux de communication, notamment au chat, aux réseaux sociaux, aux SMS, etc. Ces canaux numériques commençant à traiter des demandes de transactions de plus en plus importantes grâce à l'automatisation, les interactions avec les clients qui contactent les agents se complexifient.

Les agents des centres d'appels sont déjà confrontés à une complexité accrue, en ayant souvent à interagir avec plus de 20 systèmes et applications pour servir les clients, ce qui mène à des problèmes d'inefficacité et à une mauvaise satisfaction des clients. Les opérations, processus et systèmes cloisonnés représentent des obstacles importants à une expérience client (CX) de qualité et empêchent les centres d'appels d'intégrer efficacement de nouvelles technologies et de nouveaux canaux de communication.

#### **Une technologie émergente**

L'intelligence artificielle (IA) a un effet perturbateur sur les centres d'appels et le rôle des agents. Forrester indique que, dans les centres d'appels, quatre décideurs sur dix envisagent d'utiliser des technologies d'IA pour permettre à leur service de se distinguer.<sup>1</sup> Les centres d'appels doivent comprendre comment ils peuvent intégrer les chatbots, les assistants virtuels, la personnalisation prédictive, l'analyse des sentiments de la voix et d'autres approches introduites par l'IA à leur stratégie de service pour améliorer le service client et garder une longueur d'avance sur leurs concurrents.

Les centres d'appels adoptent également la robotique pour augmenter les interactions humaines. La Robotic Process Automation (RPA) permet de traiter les informations plus rapidement et plus précisément, ce qui donne des centres d'appels plus productifs et augmente la satisfaction des clients. McKinsey estime que les robots seront bientôt en mesure de résoudre entièrement 30 % à 50 % de toutes les demandes, ce qui pourra permettre de doubler la productivité tout en réduisant les coûts de moitié.<sup>2</sup>

### **Une conformité en évolution**

Avec l'apparition et l'évolution des exigences en matière de règlements et la nécessité de mettre en place des mesures pour prévenir la fraude, les entreprises réexaminent l'importance de la gestion des données et des pratiques concernant les processus. Des lois telles que le Règlement général sur la protection des données (RGPD) et la California Consumer Privacy Act (CCPA) incitent les centres d'appels à repenser la manière dont ils traitent les données et les demandes de leurs clients.

Une sécurité des données insuffisante peut avoir de graves conséquences, comme des amendes pécuniaires ou une réputation ternie. Le Ponemon Institute indique le coût total moyen d'une seule violation de données en 2018 était de 3,86 millions de dollars<sup>3</sup>, une statistique qu'il est possible de déjouer en mettant en place les technologies et les processus appropriés.

### **LES DIRIGEANTS DES CENTRES D'APPELS RÉAGISSENT**

Les responsables de centres d'appels subissent une énorme pression : ils doivent optimiser l'expérience client, atteindre certaines mesures de performance opérationnelle, garantir la conformité et mettre en place des initiatives commerciales stratégiques.

#### **Offrir une expérience de conciergerie**

L'approche classique des centres d'appels, basée sur une méthodologie à plusieurs niveaux avec la réaffectation et la résolution gérées par plusieurs agents, ne sera bientôt plus suffisante. Les clients veulent aujourd'hui que les agents résolvent leurs problèmes en temps réel, dès la première interaction. Les entreprises doivent réagir en offrant une expérience client de niveau conciergerie, dans laquelle elles comprennent et anticipent les besoins des clients et où les agents disposent de toutes les informations nécessaires pour fournir un service personnalisé. Cela permet aux clients de bénéficier :

- D'un temps d'attente et d'un temps de traitement réduits
- D'une résolution plus rapide des appels
- D'un contenu personnalisé
- D'un engagement homogène sur l'ensemble des canaux de communication
- D'un service proactif
- D'une garantie que les informations sont traitées de manière sécurisée

McKinsey recommande aux responsables de centres d'appels de « donner une nouvelle orientation à leurs activités en anticipant l'évolution des attentes des clients et en proposant un portefeuille de modèles d'interactions sur mesure pour répondre à celles-ci plutôt qu'en se concentrant sur les opérations quotidiennes et la réduction des coûts ».<sup>4</sup>

Pour y parvenir, les entreprises doivent rassembler les canaux d'engagement, les points de contact du parcours client et les prises de décision judicieuses en une seule interface intuitive, et ce, afin d'aider les agents en contact direct avec les clients.

### **Créer des agents universels**

Par ailleurs, une pression est exercée pour augmenter la productivité des agents. Le taux de départs élevé des agents et les systèmes et outils disparates viennent particulièrement compliquer cette tâche. Les programmes de formation ne suffisent pas. Les centres d'appels étant confrontés à des interactions en vue de transactions plus compliquées et à plus grande valeur, les agents doivent avoir les compétences, les connaissances et l'émancipation technologique nécessaires pour résoudre efficacement les demandes des clients, personnaliser les interactions et se mettre en quatre.

---

Forrester prévoit qu'au cours des dix prochaines années, « les centres d'appels cognitifs vont intégrer l'intelligence artificielle à leurs activités pour personnaliser l'attribution d'un agent à un client, améliorer les capacités des agents et se délester de certaines tâches de gestion, permettant ainsi aux entreprises de se concentrer davantage sur leurs stratégies ». <sup>5</sup>

---

La chaîne de valeur doit être redéfinie pour dépasser le cadre des seuls agents humains et inclure l'assistance par intelligence artificielle, l'apprentissage automatique, l'Internet des objets (IoT), la robotique et les technologies émergentes pour aider les collaborateurs à se repérer parmi des interactions toujours plus complexes.

### **Mettre en place des initiatives commerciales stratégiques**

Les entreprises commencent à se rendre compte de l'immense valeur du centre d'appels pour l'engagement auprès des clients. Dans une ère où il est difficile de proposer une expérience client unique, l'amélioration des interactions quotidiennes avec les clients représente une occasion à saisir. Les responsables de centres d'appels contribuent désormais à la planification d'initiatives stratégiques en ce qui concerne l'expérience client, notamment :

- L'amélioration des Net Promoter Scores (NPS)
- La stimulation des revenus grâce aux ventes croisées et incitatives
- La mise en œuvre de programmes « Voix du client » (Voice of the Customer, VoC) pour rapporter les informations dans l'entreprise
- La participation aux activités de lancement pour de nouveaux produits, services ou secteurs d'activité
- Le respect des règlements concernant la protection des données des clients

L'amélioration de l'expérience client est une priorité absolue pour les entreprises. Forrester Research indique que l'impact sur les revenus d'une amélioration de 1 point des scores d'index de l'expérience client peut aider une entreprise à augmenter son chiffre d'affaires de 175 millions de dollars par an. <sup>6</sup> Pour parvenir à transformer l'expérience client, les cadres responsables de la stratégie de haut niveau et ceux dirigeant les interactions directes avec les clients doivent se réunir pour donner le ton de manière efficace.

## L'INTELLIGENT CONTACT CENTER™ APIIAN

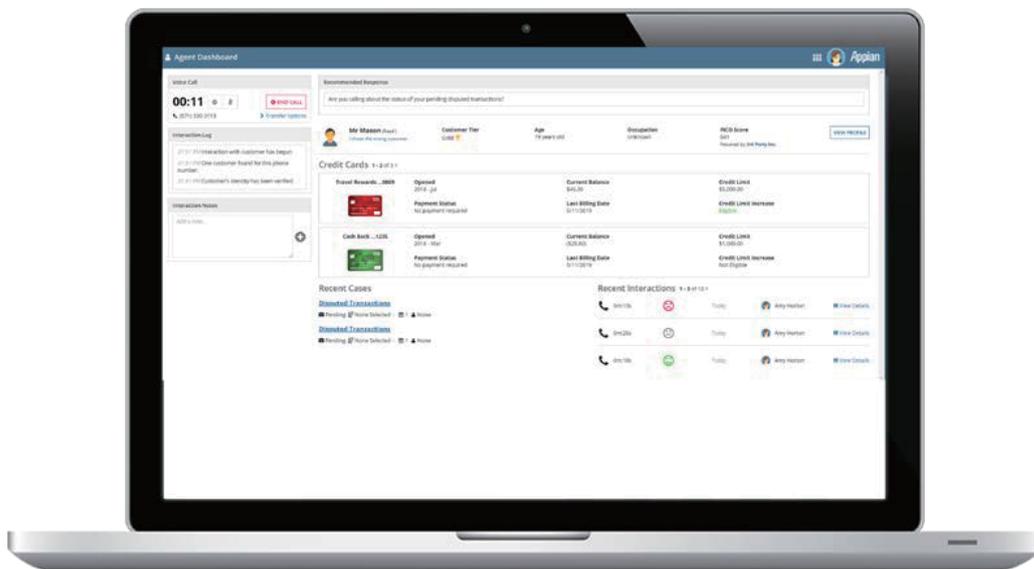
Face à la complexité croissante des attentes des clients, des canaux de communication et des interactions, les entreprises se tournent vers la technologie pour transformer leurs centres d'appels et redéfinir l'expérience client, ainsi que la valeur métier que ces centres leur apportent.

**Les centres d'appels visionnaires concentrent leurs efforts au niveau de quatre domaines clés :**

### 1. Une vision unifiée du client

L'absence d'une vision unique et unifiée du client constitue un obstacle majeur à la satisfaction des clients et à la transformation de l'expérience client. Les agents des centres d'appels doivent se débrouiller avec des informations provenant de différents systèmes, de sources variées et d'applications diverses. Cela entraîne des temps d'attente plus longs, le mécontentement des clients et la frustration des agents. Pour satisfaire les attentes grandissantes des clients et leur proposer les expériences personnalisées dont ils souhaitent bénéficier, les entreprises doivent rassembler les informations les concernant à partir de différentes sources de données et mettre celles-ci à disposition des agents dans un contexte unique et exploitable. Le fait de permettre aux agents de se concentrer sur les clients et non sur des systèmes complexes et disparates augmente les chances d'amélioration de la satisfaction des clients.

Les entreprises doivent également tenir compte de l'évolution des réglementations liées aux données, telles que le RGPD et la CCPA (mentionnés ci-avant), et chercher des solutions leur permettant d'agréger les données sans avoir à les déplacer.



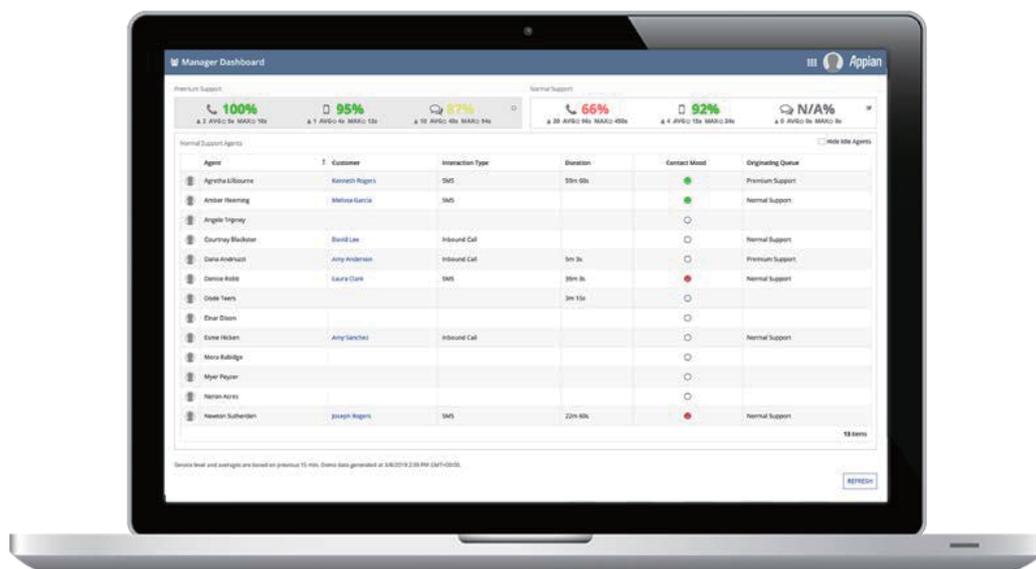
## 2. L'Universalité des Agents

Les agents « universels », c'est-à-dire les agents capables de répondre à toute question ou demande sur n'importe quel canal, semblent se dérober aux centres d'appels, notamment car les connaissances et les formations nécessaires au développement de ces collaborateurs sont trop considérables. La technologie propose cependant des solutions pour surmonter ces obstacles..

Le Case Management dynamique constitue une capacité clé pour les agents des centres d'appels et permet la résolution haut de gamme de problèmes liés aux interactions complexes. Gartner confirme que le Case Management est l'élément essentiel des systèmes de service clientèle axés sur la gestion de la relations clients, « bien que la plupart des centres de d'appels soient dépourvus de service clientèle avancé ou de fonctionnalité de résolution des problèmes. »<sup>7</sup> Qu'un centre d'appels s'occupe des litiges, du traitement financier, des demandes de service, de la gestion des incidents, des conseils aux clients, etc., le Case Management dynamique aide tous les agents à offrir une assistance de manière plus efficace.

Une gestion des processus métier (BPM) complète est également considérée comme un élément essentiel à l'orchestration des processus, l'intégration des systèmes et l'application de règles métier, alors que les agents sont assistés par la robotique et entraînés par l'IA. Le travail manuel est largement automatisé et les agents reçoivent des recommandations en temps réel dans une interface unique, ce qui leur permet de se concentrer sur le conseil aux clients, la communication des offres personnalisées et la saisie des occasions de vente incitatives. La Robotic Process Automation (RPA) permet aux entreprises d'automatiser les tâches manuelles répétitives nombreuses et d'intégrer des chatbots, en libérant du temps pour que les agents puissent se consacrer davantage à l'assistance des clients avec des interactions plus valorisantes.

Le besoin de regrouper les agents dans des équipes spécialisées, qui se concentrent sur des produits ou services spécifiques, peut être éliminé, ce qui ouvre la porte à des missions plus variées et valorisantes pour les agents et à une meilleure optimisation des effectifs pour toute l'entreprise.

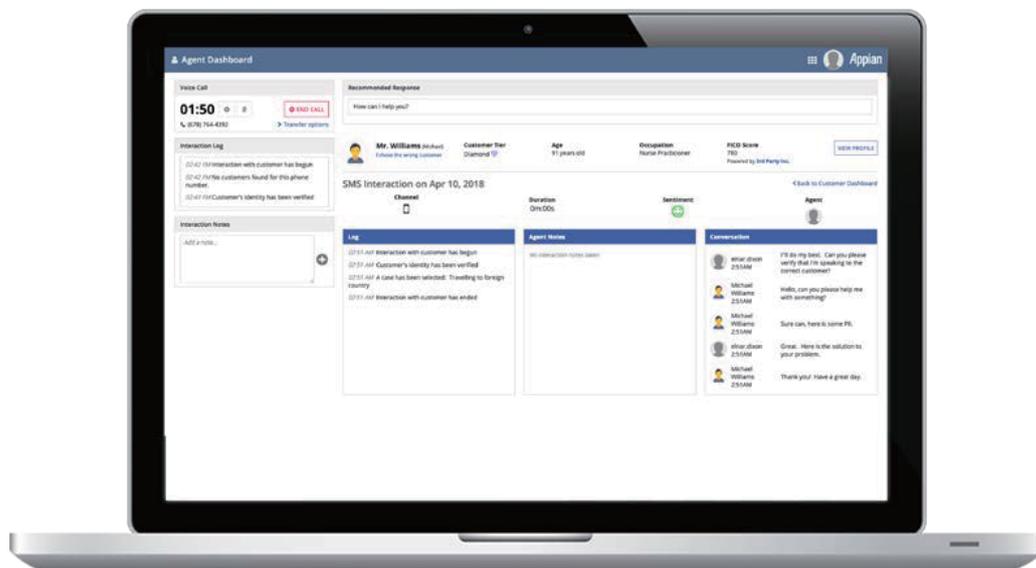


### 3. La communication omnicanal

McKinsey prévoit que 75 % des clients utiliseront bientôt plusieurs canaux pour contacter les entreprises.<sup>8</sup> Il est important d'exploiter une solution qui réunit plusieurs canaux de communication en une seule interface pour transformer l'assistance multicanal en un véritable environnement omnicanal.

Le canal vocal ne suffit plus. Pour bien comprendre leurs clients, les entreprises doivent chercher à intégrer d'autres options, telles que le chat, les SMS, les e-mails, les réseaux sociaux et la co-navigation. Elles doivent partager les données sur ces canaux, afin que les agents puissent avoir un aperçu en temps réel de l'historique des cas clients. Cela permet d'offrir une expérience facile et fluide, quelle que soit la manière dont le client souhaite s'engager.

D'après Aberdeen Group, les sociétés qui offrent une qualité de service constante sur plusieurs canaux conservent 89 % de leurs clients, alors que le taux de rétention est de 33 % pour les sociétés qui ne le font pas.<sup>9</sup>



## RÉSUMÉ

Si vous réfléchissez au meilleur chemin à suivre pour créer un centre d'appels nouvelle génération, tournez-vous vers une solution qui offre une vision unifiée du client, vous aide à former des agents universels et prend en charge un engagement omnicanal.

### **Voici ce que vous pouvez attendre de votre partenaire technologique :**

- Il vous offre la capacité d'intégrer des données à des systèmes existants sans déplacer celles-ci
- Il propose un Case Management dynamique pour la gestion des interactions complexes
- Il permet la bonne gestion des processus métier, du flux de travail et de la collaboration
- Il vous donne des possibilités d'intégration de l'IA, de la RPA et d'autres futures technologies avancées
- Il fournit une sécurité renforcée, une fiabilité et une gouvernance avec activation sur le Cloud
- Il propose une approche de développement d'applications Low-Code pour obtenir de la vitesse et de l'agilité

L'Intelligent Contact Center™ d'Appian aide les entreprises à créer des centres d'appels nouvelle génération capables de révolutionner l'expérience client, d'améliorer l'efficacité des agents et d'avoir un certain impact économique. Avec Appian, les entreprises améliorent les mesures qui leur tiennent le plus à cœur et constatent une amélioration de la satisfaction des clients, des niveaux de services et des économies sur les coûts.



**Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site [fr.appian.com/platform/intelligent-contact-center](https://fr.appian.com/platform/intelligent-contact-center)**

- 
1. Forrester, rapport : « How AI Will Transform Customer Service », 2017
  2. McKinsey, article : « Charting the future of customer care through a core optimization philosophy », 2018
  3. Ponemon Institute, « 2018 Cost of Data Breach Study: Global Overview »
  4. McKinsey, article : « Winning the expectations game in customer care », 2016
  5. Forrester, rapport : « How AI Will Transform Customer Service », 2017
  6. Forrester, rapport : « The ROI of CX Transformation », 2017
  7. Gartner, « Place Case Management at the Core of the CRM Customer Engagement Center », 2017
  8. McKinsey, article : Charting the future of customer care through a core optimization philosophy, 2018
  9. Aberdeen Group, rapport de recherche : Omni-channel Customer Care: Best-in-Class Steps to Success, 2015

## Appian

Appian fournit une plateforme de développement low-code qui accélère la création d'applications à très fort impact. Beaucoup d'entreprises, parmi les plus grandes au monde, utilisent les applications Appian pour améliorer l'expérience client, atteindre l'excellence opérationnelle et simplifier la gestion globale des risques et la conformité.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur [fr.appian.com](https://fr.appian.com)