inbenta

05

Automatisation du service client :

3 éléments clés pour offrir une expérience client mémorable

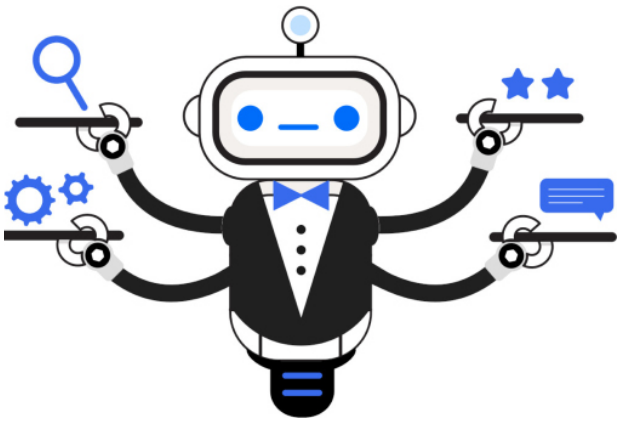
INTRODUCTION : LA RELATION CLIENT À L'HEURE DU COVID-19

L'expérience client est un **facteur clé de différenciation** des marques.

D'ailleurs, l'**optimisation du service client** est devenue une des priorités des entreprises. Personnalisation, disponibilité 24h/7j, omnicanalité et multilingue sont les qualités indispensables, aux yeux des consommateurs, que doit avoir un service client.

D'autant plus suite à la crise de la Covid-19 et des différents confinements qui ont contraint les consommateurs à de nouveaux modes de communication et de consommation.

Une période particulière qui aura eu pour effet d'**accélérer la transformation digitale** des entreprises. Ces dernières ont largement **investi** dans les technologies innovantes telles que **l'intelligence artificielle (IA)** afin d'automatiser leur service client, d'améliorer leur expérience client et de **réduire leurs coûts de support,** qui ont bondi avec l'explosion du nombre d'interactions en ligne entre marque et consommateurs.



3 façons efficaces de déployer

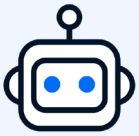
l'automatisation du service client assistée par l'IA

Il est important de déployer la bonne solution d'automatisation pour s'assurer que les besoins des clients sont satisfaits. Un élément essentiel du service client est d'**éviter de frustrer les clients.**

Les entreprises doivent être sélectives lorsqu'elles choisissent leurs outils afin d'offrir la meilleure expérience à leurs clients.

Nous vous proposons donc de revenir sur **3 exemples de solutions d'automatisation des interactions à base d'IA.**

Chatbot et livechat

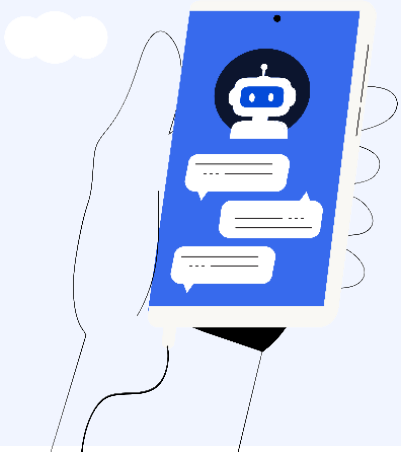


80 % des entreprises qui ont déployé des chatbots pour faire évoluer leur service client, réduire leurs coûts de support et les temps de résolution des demandes client sont **satisfaites.**

Et pour cause, les **chatbots** offrent de nombreuses opportunités aux sociétés qui les ont mis en place. Une des principales est l'**amélioration du taux de satisfaction des clients.**

Les chatbots à base d'IA proposent des **réponses pertinentes** instantanément aux questions simples et récurrentes des clients.

Ils facilitent leur parcours en simplifiant leur accès à l'information. Connectés à des applications tierces telles que CRM ou logiciel de gestion de stock, ils peuvent **réaliser des transactions** de bout en bout comme la modification d'une commande, d'une réservation, la prise d'un rendez-vous. Et s'ils n'ont pas la réponse à la question et qu'ils sont performants, ils proposent d'autres sources d'information ou **redirigent vers un agent humain** pour ne jamais laisser le client sans réponse.



L'utilité des chatbots n'est plus à démontrer, mais choisir le meilleur outil qui sera capable d'apporter satisfaction et soutien à la fois aux clients, aux agents et à votre entreprise est une question plus délicate.

Les chatbots les plus performants gèrent des conversations complexes avec un minimum d'apprentissage et sans dépendre de mots clés.

C'est le cas du chatbot d'Inbenta qui utilise un **moteur de traitement automatique du langage naturel couplé à une IA symbolique** qui, contrairement à une IA auto-apprenante ou du machine learning, est **opérationnelle immédiatement**. Le chatbot déployé en quelques jours proposera dès sa mise en production des réponses pertinentes. Il comprendra le sens des questions quelque soit la formulation.

ALTERRA
MOUNTAIN COMPANY

Étude de cas :

Alterra Mountain déploie le chatbot Inbenta pour gérer près de 95 % de ses interactions client.

La société américaine d'hôtellerie Alterra Mountain a pour objectif d'améliorer l'expérience de ses clients et d'épauler son service client face aux volumes importants de contacts entrants.

Il y a un an, l'entreprise a décidé de déployer une solution de chatbot afin que ses conseillers client soient libérés des requêtes simples des clients et qu'ils puissent traiter les demandes plus complexes avec plus de réactivité.

En outre, Alterra Mountain souhaitait une solution d'automatisation du traitement du langage naturel capable de s'intégrer de manière transparente au logiciel utilisé par son centre d'appels. Son choix de prestataire s'est porté sur Inbenta car la solution était capable, sans entraînement, de comprendre le lexique de l'industrie du ski.

Le chatbot a été mis à rude épreuve dès sa mise en production, qui a coïncidé avec la pandémie de la Covid-19 : nouvelles requêtes, explosion du nombre de contacts entrants. Malgré ce contexte, le chatbot a traité 90 à 95 % des interactions, apportant des réponses pertinentes aux questions simples de clients frustrés ; libérant du temps aux agents pour prendre en charge plus rapidement les requêtes plus complexes.

La société a également pu mieux connaître les doutes, les besoins, les freins de ses clients grâce à l'analyse des requêtes formulées par ces derniers au cours de leur conversation avec le chatbot.

> *"L'introduction de cette solution de chatbot, il y a près d'un an, a amélioré notre service client. L'ajout du chatbot d'Inbenta a été extraordinaire, et puis, bien sûr, l'aspect IA qui permet de sans cesse optimiser ses réponses. Il nous a été d'une aide précieuse et a définitivement amélioré notre qualité de service client."*

David Harrison, analyste du centre de contact chez Alterra Mountain.

Par la suite, Alterra Mountain a déployé la solution Inbenta dans différents centres de contact de l'entreprise.

> *"Nous l'avons déployée sur trois autres sites web de stations. Et deux autres sites seront mis en ligne le mois prochain. Les agents l'adorent. Ils n'arrêtent pas de dire "on adore ce truc !". C'est génial."*

Vanessa Day, content manager

FAQ et moteur de recherche

De nombreuses sociétés souhaitent optimiser leur FAQ et leur moteur de recherche afin de **guider les prospects vers l'achat**, de résoudre leurs problèmes sans qu'ils n'aient à fournir d'efforts.

Il est vrai que les **FAQ classiques** ne sont guère plus qu'une suite de réponses à des problèmes basiques, accessibles sur une page web statique.

Les **clients** doivent se débrouiller pour naviguer jusqu'à la question spécifique qu'ils recherchent et être méticuleux dans les phrases et les mots clés qu'ils utilisent. Ils doivent fournir **beaucoup d'efforts pour trouver l'information** qu'ils recherchent, ce qui peut souvent être un frein sur leur parcours d'achat.

Une expérience quelque peu frustrante qui laisse place à la **FAQ dynamique** et au **moteur de recherche sémantique**. Des outils de self-care qui, s'ils sont basés sur une IA puissante et un moteur de traitement automatique de langage naturel, améliorent grandement l'expérience de recherche des consommateurs. Ces outils se présentent sous la forme d'une barre de recherche et sont capables de proposer à l'utilisateur des **réponses pertinentes et instantanées au fur et à mesure qu'il tape sa requête.**

Une expérience bien plus interactive que celle proposée par une FAQ classique.

D'ailleurs, les réponses proposées par une FAQ dynamique sont également différentes des FAQ statiques : elles ne sont pas longues, ni générales ni imprécises. Ces solutions là permettent de **personnaliser les réponses,** par exemple, si l'utilisateur est identifié. Il est également possible de contextualiser les réponses en fonction de la page où se trouve l'utilisateur. Les réponses sont riches, elles contiennent des liens vers d'autres contenus connexes, d'autres sources comme des pages produits, afin de s'assurer que le client ait toutes les informations qu'il souhaite. D'où la **réduction du nombre de tickets** à traiter pour le support client, une augmentation du taux de conversion et une plus grande satisfaction client.

La FAQ, le moteur de recherche sont des outils présents sur la majorité des sites web dont l'utilité et la performance ne sont pas à négliger en termes de parcours client.

Lorsque l'entreprise souhaite offrir une expérience conversationnelle à ses clients, selon les plateformes, il est possible de **mutualiser la base de connaissances** de la FAQ dynamique avec celle du **chatbot**, afin de pouvoir déployer ce dernier en seulement quelques jours seulement.

Étude de cas :

Étude de cas : Schlage utilise Inbenta pour améliorer son parcours de self-care et réduire de 50 % les tickets par e-mail

Le fabricant américain de serrures Schlage souhaitait développer le libre-service afin d'offrir une meilleure expérience de recherche à ses clients et à ses collaborateurs.

L'entreprise a donc cherché de nouveaux outils pour faciliter l'accès aux informations.

Leur choix s'est porté sur la solution d'Inbenta pour ses capacités de recherche sémantique et de traitement du langage naturel. Deux critères indispensables pour offrir une expérience mémorable aux clients de Schlage.

> *L'un des plus grands avantages de la plateforme Inbenta est que nos clients peuvent obtenir les informations qu'ils souhaitent en temps réel en se basant sur ce qu'ils veulent réellement dire, et non sur ce qu'ils tapent "*

Megan McCluskey, directrice marketing de l'expérience client et communications - Allegion (société mère de Schlage)

Schlage a constaté des résultats immédiats notamment la diminution de 50% des courriels entrants au service client. Le taux de self-care est passé de 40-50 % à 80-90 % et la qualité des réponses s'est nettement améliorée.

L'outil d'écoute client s'est également avéré utile afin de connaître les réelles préoccupations des clients et d'adapter le contenu proposé en conséquence.

> *"Inbenta a joué un rôle déterminant dans le changement de la façon dont les clients s'engagent avec notre marque et la perçoivent", a-t-elle ajouté. "l'outil est suffisamment flexible pour être utilisé pour de nombreux cas d'usage et il est soutenu par une équipe de professionnels très réactifs. Il s'est avéré être la pièce manquante pour offrir une expérience client omnicanale vraiment unique."*

Base de connaissances pour les agents

Trop souvent, les **connaissances de l'entreprise sont éparpillées** entre les différents services et collaborateurs ce qui rend le travail difficile. Les **collaborateurs peuvent perdre jusqu'à 20 minutes par jour à rechercher des informations** internes.

Organiser et centraliser les connaissances de l'entreprise constitue donc un atout indéniable pour améliorer la productivité des collaborateurs ainsi que la qualité de l'assistance client.

La mise en place d'un **système de gestion de connaissances a pour but de simplifier la recherche d'information**. De rendre l'accès aux documents, aux informations internes ou externes, plus fluide, plus facile. Un seul point d'entrée permet de consulter toutes les connaissances de l'entreprise. **Un gain de temps** réel pour les collaborateurs qui ont la capacité de proposer rapidement la meilleure solution aux clients.

D'autant plus que la base de connaissances est **accessible à travers différents canaux** : FAQ, chatbot, moteur de recherche.

Un système de gestion des connaissances efficace, comme Inbenta Knowledge, offre plusieurs avantages. Les collaborateurs accèdent facilement aux connaissances de leur entreprise, de n'importe où, 24h/24 7j/7. Il améliore l'expérience utilisateur, réduit le temps de formation des agents et la DMT.

Inbenta Knowledge offre également un **tableau de bord** complet à partir duquel il est facile de **détecter les manques de contenus**, les améliorations de contenus existants à réaliser. Des modifications simples à effectuer grâce à l'ergonomie du back-office de la solution qui offre des fonctionnalités avancées telles qu'un moteur de recherche sémantique basé sur une IA puissante et un gestionnaire de site d'aide.

Étude de cas :

Knab remporte le prix du service Opiness grâce à la solution d'automatisation d'Inbenta.

La banque néerlandaise Knab travaille avec Inbenta depuis 2015. Le prix Opiness Service Award remporté par Knab a été le signe de la performance de la solution d'automatisation d'Inbenta dans l'optimisation du service client de Knab.

> *Inbenta, dès le départ, nous a été favorable car c'est un groupe enthousiaste et prêt à nous faire plaisir. Ce qui est plus important, bien sûr, c'est qu'ils tiennent leurs promesses et qu'ils sont très réactifs."*

> *Après seulement deux mois, nous avons constaté une forte diminution des contacts entrants du centre d'appels, tandis que la nouvelle expérience de chat en ligne a été très appréciée par les clients et les employés. Le taux de self-service sur notre site web a connu une croissance spectaculaire, pour la plus grande satisfaction de nos clients et collaborateurs du service client. En bref, nous sommes très satisfaits de la solution que nous fournit Inbenta."*

Dan van Arem, Service Manager at Knab bank

CONCLUSION

Les clients exigent un accès rapide et facile à l'information. Les entreprises s'adaptent et investissent dans les solutions de libre-service pour offrir une expérience client optimale. Ceci-dit, afin d'atteindre cet objectif, les entreprises ont la nécessité de mettre en place des outils de self-care réellement performants, qui comprennent le sens des questions clients et non pas seulement des mots clés, pour éviter toute frustration client inutile.

Décider d'automatiser son service client ne représente, en réalité, que la moitié du processus. Choisir la meilleure technologie est l'étape suivante.

Une solution performante doit pouvoir gérer facilement toutes les interactions entre le support client de première ligne et le back-office, de manière transparente et sur plusieurs canaux. Elle doit offrir des réponses pertinentes instantanées aux clients quelque soit la formulation de leur requête et gérer l'escalade vers un agent humain en cas de nécessité. Enfin, exploiter les données pour surveiller les indicateurs clés de performance et améliorer les systèmes doit être aisé.

Chatbot, FAQ, système de ticketing, livechat, moteur de recherche, des outils de self-care dont la qualité est essentielle pour offrir une expérience mémorable à ses clients. Des solutions qui, si elles sont combinées et accessibles sur une seule et même plateforme, permettent de déployer une expérience conversationnelle sans couture pour la plus grande satisfaction des clients.

Cette plateforme existe déjà et elle peut être l'étape finale pour offrir le meilleur service client automatisé à votre société : la plateforme d'Inbenta.

WWW.INBENTA.COM

CONTACT
164 route de Revel
31400 Toulouse
France
Tel. +33 5 31 54 94 97

Inbenta est une des entreprises leader de l'automatisation intelligente des interactions assistée par l'IA.

Plus de 250 clients dans le monde nous font confiance. Ils utilisent nos solutions de self-care basées sur un moteur NLP et une IA symbolique puissante afin d'améliorer leur expérience client, d'augmenter leur taux de conversion tout en épaulant leur équipe de support et réduisant leurs coûts d'assistance.

Inbenta développe et commercialise une plateforme d'automatisation 4 en 1 pour assurer une expérience conversationnelle sans couture : chatbot, moteur de recherche e-commerce, FAQ, ticketing et livechat.

NOUS CONTACTER

inbenta