



Ebook no. 1:

Comment l'intelligence artificielle transforme les centres de contacts européens



Customer experience
inspired by empathy,
driven by technology

Le point de vue d'Odigo



L'intelligence artificielle (IA) est aujourd'hui un élément essentiel de la relation client et quel que soit le secteur. Ainsi, les nombreux usages des solutions d'IA ne cessent de se développer sous différentes formes (chatbots, callbots, analyse des messages et des sentiments, etc.). Nous observons également de nombreuses initiatives d'automatisation et de gestion intelligente des données.

Mais qu'en est-il de la situation générale ? Les entreprises sont-elles convaincues des bienfaits de l'IA dans leur secteur d'activité ? Quels secteurs font davantage appel à l'IA ? Que pensent-elles des investissements futurs dans l'IA ?

La nouvelle enquête Odigo - Davies Hickman*, menée auprès de **1035 dirigeants d'entreprises européennes** en juin 2022 révèle que les entreprises européennes sont prêtes pour un changement d'échelle et prévoient d'effectuer des investissements significatifs à court terme. Parmi les 74 % d'entreprises européennes qui ont investi dans des solutions d'IA, 89 % ont déclaré avoir réussi à améliorer leur expérience client, 27 % avec beaucoup de succès, 62 % avec un certain succès.

Pour les professionnels qui gèrent les centres de contacts, l'IA est devenue bien plus qu'un simple outil de travail. Elle permet à une entreprise de se transformer, car elle l'aide à atteindre ses objectifs de croissance tout en améliorant le travail

des conseillers des centres de contacts. L'IA les décharge des tâches à faible valeur ajoutée et leur donne les moyens de mieux répondre aux clients.

Sur le terrain, les dirigeants d'entreprises européennes soulignent que parmi les professions les plus intéressées par les solutions et les innovations basées sur l'IA, le service client arrive en tête. S'ils considèrent qu'ils ont encore beaucoup de points à améliorer dans leurs centres de contacts, ils reconnaissent que l'IA est un élément déterminant pour améliorer la fidélisation et la satisfaction client. Même les entreprises qui n'ont pas encore déployé des solutions d'IA déclarent (6 entreprises sur 10) vouloir le faire dans les deux prochaines années en vue d'améliorer leur expérience client.

L'IA est désormais reconnue comme un élément clé de toute transformation numérique, notamment dans le secteur de l'expérience client. Elle permet d'ouvrir une entreprise et de réinventer les processus métiers. L'étude de Davies Hickman pour l'année 2022 révèle à quel point des services basés sur l'IA sont bénéfiques à une entreprise et peuvent lui apporter un bon retour sur investissement. Découvrez les résultats de cette étude dans le premier de notre série de trois ebooks.

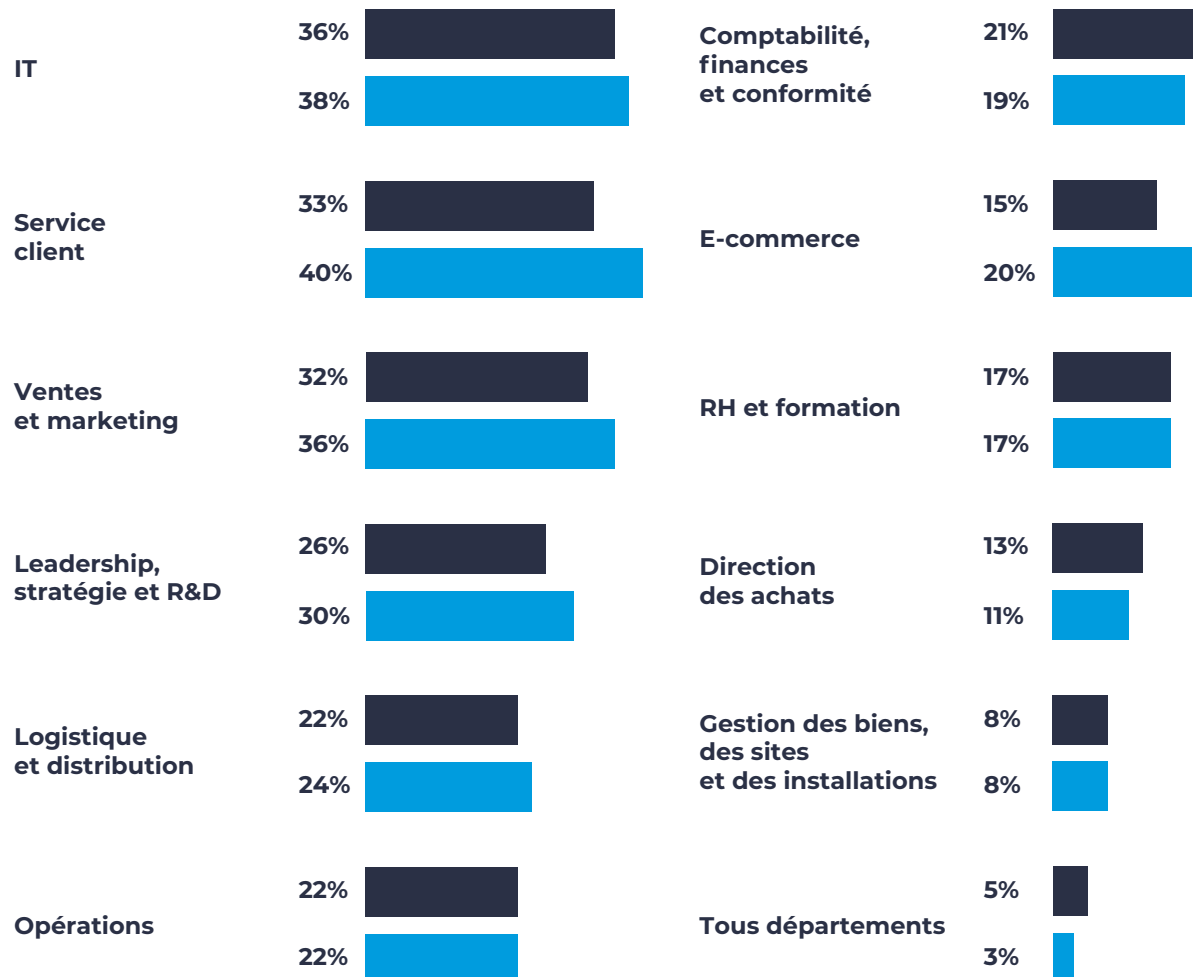
Jean-Denis Garo,
Head of Product Marketing,
Odigo

Le service client, le principal partisan de l'IA

Depuis 2021, l'intérêt des responsables des services clients pour l'IA a considérablement augmenté, passant de 33 % à 40 % cette année. Les services clients sont désormais ceux qui sont les plus intéressés par les solutions et les innovations basées sur des technologies d'IA, suivis de près par les services informatiques, ventes et marketing.



Quels sont les départements de votre entreprise qui sont actuellement les plus intéressés par les solutions ou les innovations basées l'IA ?

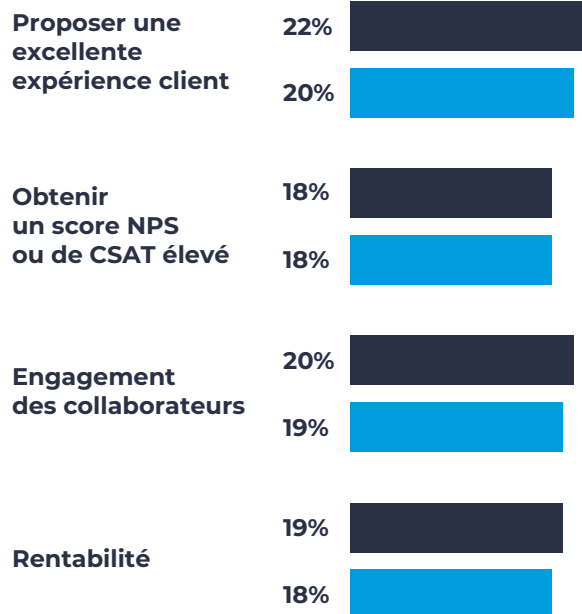




L'amélioration de l'expérience client est la priorité des dirigeants d'entreprises européennes

Les dirigeants d'entreprises européennes souhaitent apporter un meilleur soutien à leurs clients. Lorsqu'il s'agit d'évaluer la performance globale de leurs centres de contacts, ils sont moins nombreux à penser qu'ils sont à la pointe de leur secteur par rapport à 2021. En effet, 79 % d'entre eux reconnaissent qu'ils aimeraient offrir une meilleure assistance à leurs clients (contre 70 % en 2021) et 75 % estiment que l'IA peut être utile aux conseillers des centres de contacts. L'IA et les technologies cloud sont les outils qui figurent en tête de liste des prochains achats des dirigeants d'entreprises.

Les opérations de leur centre de contacts sont considérées comme les meilleures du secteur pour...



79%

souhaitent offrir un meilleur service à leurs clients (contre 70 % en 2021)

75%

reconnaissent qu'il serait utile de recourir à l'IA afin d'optimiser l'efficacité des conseillers (69 % en 2021)

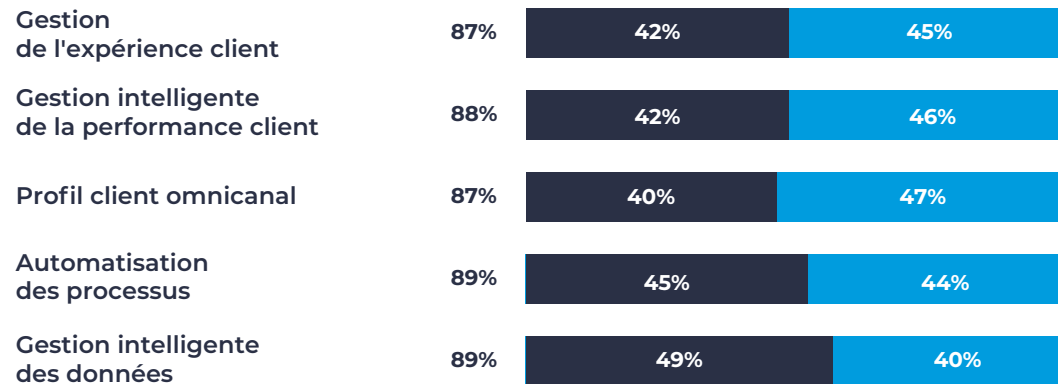
68%

des directeurs sont conscients des avantages qu'il y a pour les centres de contacts à investir dans le cloud (contre 62 % en 2021)

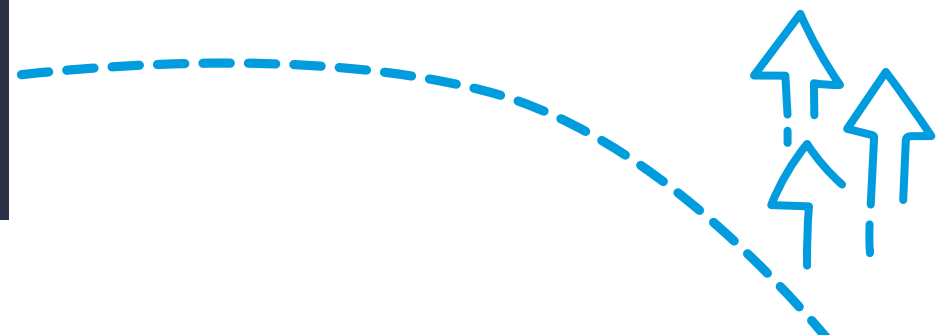
La dynamique d'une IA au service de l'expérience client

Les dirigeants estiment que l'utilisation de technologies d'IA apporte une valeur ajoutée à leur activité. L'utilisation de l'IA permet à une entreprise de se différencier des autres en Europe. L'intérêt pour les applications de l'IA n'a cessé de croître d'année en année. Il est intéressant de noter qu'il existe tout un ensemble d'applications d'IA presque aussi populaires les unes que les autres auprès des dirigeants d'entreprises européennes.

En ce qui concerne l'intelligence artificielle, pensez-vous que les organisations sont/seront intéressées par les applications suivantes des technologies d'IA, aujourd'hui ou à l'avenir ?



Jusqu'à **5%** de plus d'intérêt des entreprises pour l'IA entre 2021 et 2022



Les entreprises européennes investissent de plus en plus dans l'IA afin d'améliorer leur expérience client...

En 2021 :

41 % des cadres ont déclaré que l'IA était vitale et 48 % ont déclaré qu'elle était importante pour le succès de leur entreprise

En 2022 :

3 répondants sur 4 disent avoir investi dans l'IA dans le but d'améliorer l'expérience client.

Beaucoup de choses ont changé depuis l'enquête de 2021. L'année dernière, moins de la moitié des répondants estimaient que l'IA était vitale ou importante pour garantir le succès de leur entreprise. Cette année, 3 entreprises sur 4 à travers l'Europe de l'Ouest ont désormais investi dans l'IA dans le but d'améliorer leur expérience client, ce qui confirme leurs attentes pour améliorer le succès de leur organisation. Pour certains secteurs, recourir à l'IA afin de fournir une expérience client de premier ordre apparaît comme une norme. C'est notamment le cas pour le secteur des médias et de l'électronique grand public (87 %), des services financiers (85 %) et du logement et immobilier (81 %). Il n'y a que le secteur public et les ONG qui semblent avoir moins recours à l'IA.

L'Espagne occupe sans conteste la première place en matière d'adoption de l'IA, car **81 %** des dirigeants d'entreprise confirment avoir investi dans l'IA dans le but de fournir une expérience client de qualité, un chiffre supérieur à celui du Royaume-Uni (76 %), de l'Allemagne (73 %), de la France (72 %) et de la Belgique (72 %) et des Pays-Bas (65 %).

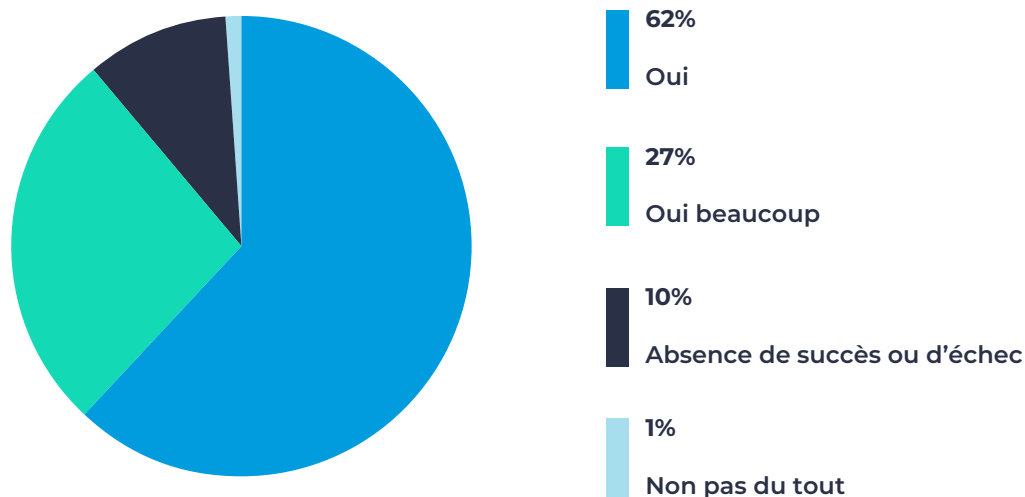
Votre organisation a-t-elle investi dans l'IA dans le but d'améliorer l'expérience de vos clients ? Réponse positive par secteur d'activité



...Et leurs investissements se révèlent payants

Les dirigeants d'entreprise sont conscients des avantages qu'il y a pour leur organisation d'investir dans l'IA. Jusqu'à présent, **9 entreprises sur 10 affirment que l'IA leur a permis d'offrir une excellente expérience client**. Bien que certains outils d'IA, comme les chatbots, nécessitent un temps de mise au point plus long, les dirigeants d'entreprise sont plus que jamais convaincus que les investissements dans la technologie cloud ont contribué à améliorer leur expérience client et continueront à le faire dans le futur.

(Parmi ceux qui ont investi dans l'IA) Votre organisation a-t-elle réussi à améliorer l'expérience de vos clients grâce à ses investissements dans l'IA ?



57%

des répondants déclarent que les chatbots basés sur l'IA que leur organisation a mis en place ont été une réussite (55 % en 2021).

73%

des répondants affirment que la migration vers les technologies cloud a amélioré/ améliorera l'expérience client de leur entreprise (66 % en 2021).

Les avantages escomptés : la satisfaction du client arrive en tête de liste

Les dirigeants d'entreprises européennes voient plusieurs avantages à investir dans l'IA. Si l'amélioration de l'expérience client arrive en tête, la réduction des coûts opérationnels est un autre avantage attendu. Dans l'ensemble, presque 3 répondants sur 4 pensent que l'IA améliorera leurs interactions avec les clients.

Lorsque vous investissez dans l'IA, quelle est la meilleure valeur ajoutée pour votre entreprise ?
Cochez toutes les réponses qui conviennent.

● 2021 ● 2022

Améliore
la satisfaction
client

46%

52%

Réduit
les coûts
opérationnels

29%

36%

Prédit et
répond
aux besoins
des clients

31%

35%

Améliore
l'avantage
compétitif

24%

30%

71%

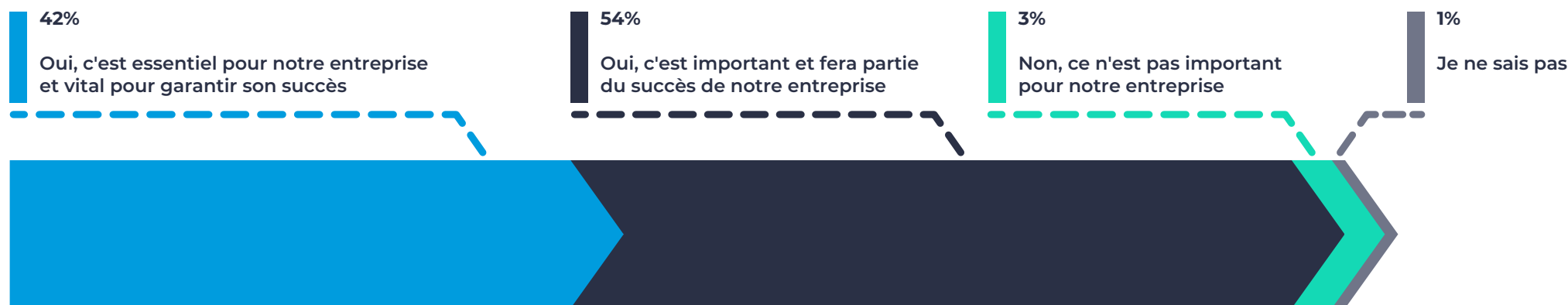
des répondants s'accordent à dire
que l'IA améliorera les interactions
de leur marque avec leurs clients
(contre 66 % en 2021).



L'aventure ne fait que commencer...

Les entreprises considèrent qu'investir dans l'IA relève avant tout d'une stratégie. Presque tous les dirigeants d'entreprises européennes (96 %) qui ont fait appel à des technologies d'IA prévoient d'investir davantage au cours des deux prochaines années. 42 % d'entre eux considèrent cette technologie comme vitale à la réussite de leur entreprise. De plus, 54 % d'entre eux estiment que l'IA contribuera sans conteste à dynamiser leurs performances.

(Parmi ceux qui ont investi dans l'IA) Pensez-vous que votre organisation pourrait investir davantage dans l'IA au cours des deux prochaines années ?

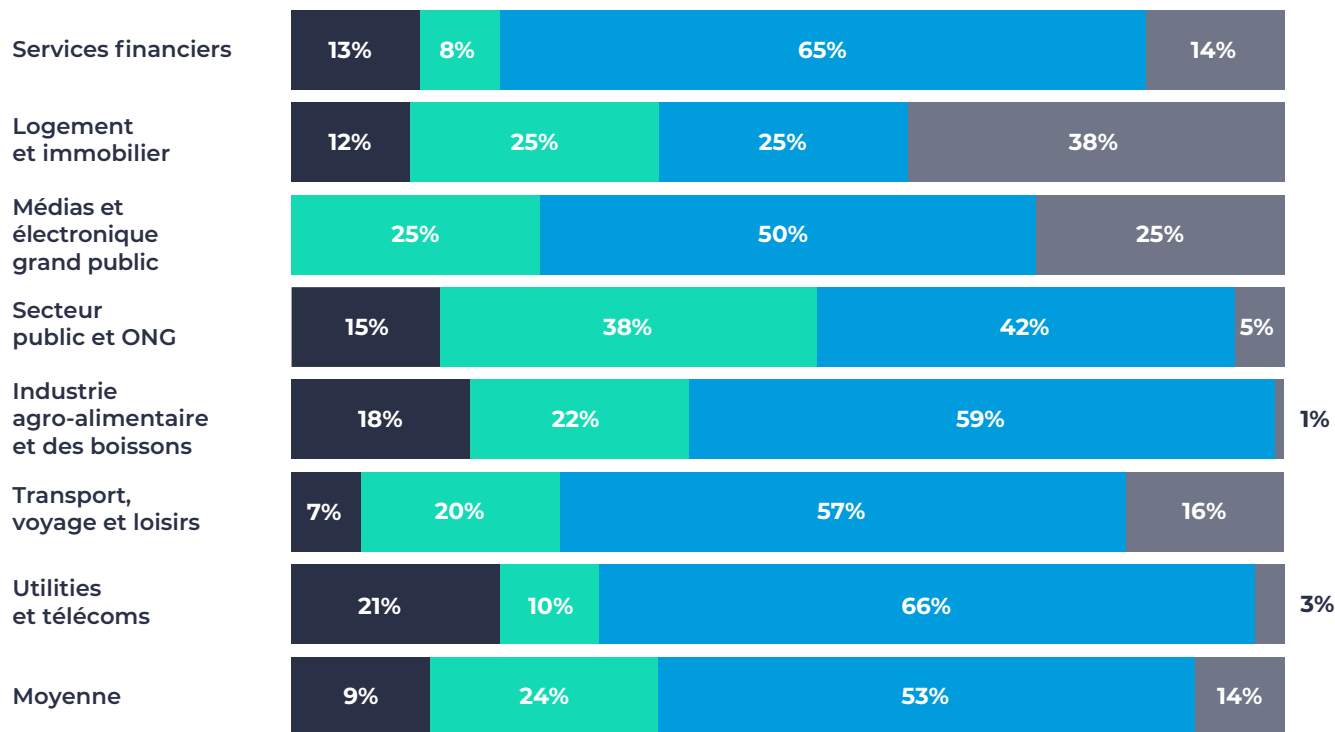
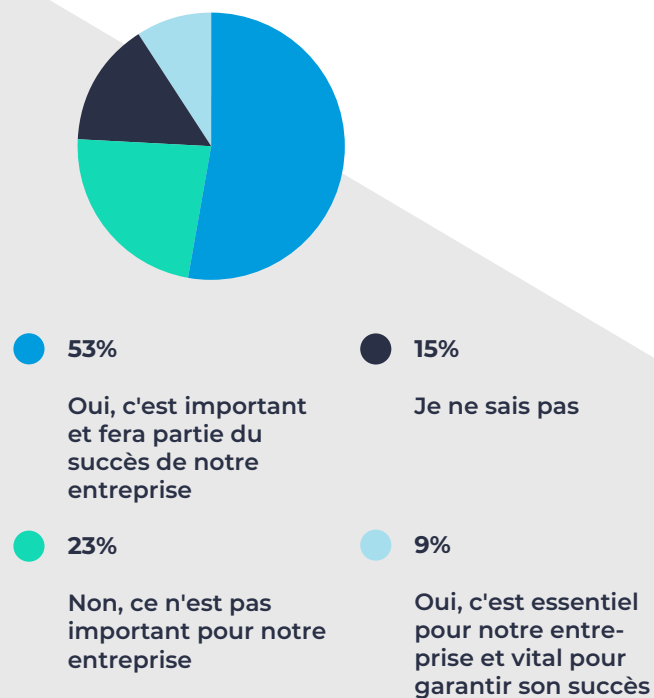


Même pour ceux qui ne se sont pas encore lancés

La majorité des dirigeants qui n'ont pas encore investi dans l'IA sont décidés à le faire prochainement. En effet, plus de 6 répondants sur 10 sont convaincus que l'IA aura un rôle important à jouer pour leur expérience client et dans le succès de leur entreprise.

Ceux qui n'ont pas encore investi dans l'IA prévoient de le faire dans le futur. En effet, 53 % d'entre eux disent qu'ils pourraient investir dans les deux prochaines années, et que cela est important pour leur entreprise. La plupart des secteurs ont décidé d'investir massivement dans des technologies d'IA, à l'exception du secteur public et des ONG qui ne sont pas autant enthousiastes à investir dans l'IA.

(Parmi ceux qui n'ont pas investi) Pensez-vous que votre organisation pourrait investir dans l'IA au cours des deux prochaines années ?



La forte médiatisation autour de l'IA est bien réelle et les points positifs l'emportent sur les points négatifs

Si vous avez l'impression que l'IA fait l'objet d'une forte médiatisation, **bienvenue au club : 55 % des personnes interrogées par l'équipe d'Odigo-Davies Hickman sont du même avis.** De même, une faible majorité des personnes interrogées (53 %) ont indiqué qu'elles avaient entendu plus de témoignages positifs que négatifs à propos de l'IA. Quoi qu'il en soit, vous êtes peut-être à la croisée des chemins et vous vous demandez peut-être en quoi l'IA pourrait être utile à votre centre de contacts.





Les principaux points à retenir et les prochaines étapes

Point à retenir n°1 :

L'IA permet de fournir une expérience client de premier ordre tout en obtenant un retour sur investissement. 3 dirigeants d'entreprises européennes sur 4 ont déjà investi dans l'IA, et 9 sur 10 affirment que les résultats ont été concluants et qu'ils investiraient davantage.

Point à retenir n°2 :

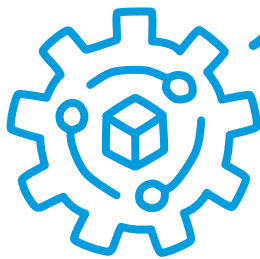
En 2022, les personnes interrogées sont plus nombreuses à identifier les avantages des nouvelles technologies cloud – 73 % contre 66 % en 2021. Ceux qui ont déjà investi prévoient d'investir davantage.

Point à retenir n°3 :

L'Espagne se distingue dans le domaine de l'IA, avec 81 % des dirigeants d'entreprise interrogés qui confirment avoir investi dans des technologies d'IA, contre 76 % au Royaume-Uni, 73 % en Allemagne, 72 % en France et 65 % en Belgique et aux Pays-Bas.

Point à retenir n°4 :

Les répondants qui n'ont pas encore investi dans l'IA envisagent d'autres investissements. 53 % disent qu'ils pourraient investir au cours des deux prochaines années et que c'est vital pour l'entreprise.



Les prochaines étapes à suivre pour investir dans des technologies d'IA

En tant que leader des solutions de **Contact Center as a Service (CCaaS)**, Odigo est en mesure de vous guider dans la bonne direction. Nous avons depuis longtemps adopté l'IA et l'avons intégrée sur notre plateforme cloud.

- Notre bot omnicanal alimenté par l'IA offre aux clients un service personnalisé qui traite au mieux les demandes simples et donne au conseiller les informations dont il a besoin pour gérer des problèmes plus complexes en temps réel.
- Notre serveur vocal interactif (SVI) alimenté par le NLU permet de gérer au mieux les données afin de qualifier intelligemment les appels et les transmettre au bon conseiller.
- Notre logiciel de visualisation des données alimenté par l'IA permet d'automatiser certaines tâches des centres de contacts. Il permet également de dynamiser les performances des conseillers grâce à une bonne utilisation des indicateurs clés de performance.

*Étude de marché indépendante réalisée par Davies Hickman Partners en juin 2022 et avril 2021 :

- En 2022, 1 035 cadres d'entreprise européennes ont répondu à une enquête en ligne en Belgique et aux Pays-Bas, en France, en Allemagne, en Espagne et au Royaume-Uni. En avril 2021, 1 007 dirigeants d'entreprise y avaient répondu
- Domaines d'activité : Ventes et marketing, opérations, logistique, informatique, RH, finances, leadership, etc.
- Types de postes : C-level, directeur et manager

Chez Odigo, nous sommes convaincus que l'IA est désormais une technologie éprouvée capable d'offrir un excellent retour sur investissement. Pour découvrir comment l'IA peut vous aider à améliorer votre expérience client,

**contactez-nous
en cliquant ici**





À propos d'Odigo

Odigo est un éditeur de solutions de Contact Center as a Service (CCaaS) qui fluidifie les interactions entre les grandes organisations et les individus grâce à une solution de gestion de centre de contacts omnicanale d'envergure mondiale. Grâce à son approche innovante fondée sur l'empathie et la technologie, Odigo permet aux marques de renouer avec les besoins fondamentaux d'humanisation tout en tirant pleinement profit des possibilités du digital. Pionnière sur le marché de l'expérience client, l'entreprise accompagne plus de 250 grandes entreprises dans plus de 100 pays.

Visit us:
www.odigo.com/fr

Contact us:
contact.odigo.fr@odigo.com



Odigo



Odigo



@odigoFr



@odigo_tm

Ce document contient des informations privilégiées ou confidentielles et est la propriété d'Odigo.
Copyright © 2022 Odigo. Tous droits réservés.



Customer experience
inspired by empathy,
driven by technology