

Livre blanc



Transformation et Évolution des Centres de Contacts

Comment Améliorer l'Expérience
Client grâce au Quality Monitoring
et à l'Intelligence Artificielle



Sommaire

1. La modification des attentes des consommateurs réorganise les centres de contacts	3
2. Les enjeux de la cloudification pour les centres de contacts	3
3. Les agents virtuels jouent un rôle clé dans l'automatisation des centres de contacts	5
4. Le développement des agents augmentés : l'avenir des centres de contacts	7
5. L'importance du Quality Monitoring pour améliorer la relation client	9
6. Le potentiel de l'Intelligence Artificielle dans l'analyse des données	11
7. Les principaux avantages de l'Intelligence Artificielle dans les centres de contacts	12
8. Conclusion	13
9. Sources	13

La modification des attentes des consommateurs réorganise les centres de contacts

Le nombre d'appels clients dans les centres de contacts ne cesse d'augmenter. Aujourd'hui, les clients souhaitent pouvoir contacter à tout moment les entreprises via des canaux qui leur sont familiers : e-mail, SMS, chat, téléphone, réseaux sociaux, applications de messagerie, etc. Ce besoin de contact direct a été amplifié par la pandémie et les confinements. Les consommateurs n'ayant plus la possibilité de se rendre en magasin, la seule autre option permettant une véritable interaction humaine, sont les appels téléphoniques.

Cette modification des attentes et des comportements des consommateurs entraîne une remise en question du fonctionnement des centres de contacts, pour adapter les méthodes de traitement des demandes en fonction des nouveaux besoins des clients. Mais alors que les canaux de communications entre entreprises et clients se multiplient, il est impératif de simplifier le travail des centres de contacts pour faciliter le traitement des demandes. Les plateformes cloud représentent la solution idéale pour prendre en charge l'ensemble des interactions sur l'ensemble des canaux.

L'importance du contact humain et de l'empathie dans les centres de contacts

Le développement de nouvelles technologies, telle que l'Intelligence Artificielle (IA) peut donner l'impression que l'avenir des centres de contacts est l'automatisation totale et la suppression des agents, mais si l'IA est la solution pour beaucoup de situations, il lui manque une chose essentielle : l'empathie.

« L'IA ne sera jamais capable de fournir le même type d'empathie ou d'attention qu'un humain, ce qui est le point clé des centres de contacts. Après tout, l'année 2020 a prouvé que, même lorsqu'on leur présente plusieurs autres options, lorsqu'il s'agit de problèmes plus complexes, les clients veulent parler à de vraies personnes, qui peuvent leur transmettre de l'empathie et leur donner le sentiment qu'elles se soucient d'eux. »

Eric Buhagiar
directeur général d'ASC Technologies France

Des agents réactifs et capables de s'adapter

Chaque interaction avec un consommateur est unique. Contact après contact, le conseiller doit sans cesse se réinventer tout en conservant l'énergie et le dynamisme nécessaire à une bonne expérience client. Cette adaptabilité s'applique aussi bien sur l'aspect humain que l'aspect technique.

Si répondre à la demande est l'une des principales préoccupations des centres de contacts, l'objectif de la plupart d'entre eux est d'atteindre un taux de résolution au premier appel de 80 %. Pour atteindre cet objectif, il est nécessaire de comprendre les interactions au sein du centre de contacts. Il faut adapter les réponses en fonction de la raison de l'appel, être capable d'orienter le client vers le canal approprié et intégrer des informations en temps réel liées aux problèmes d'expérience client.

Pour y parvenir, l'exploitation et l'analyse des données collectées doit être considérablement augmenté car elles sont porteuses d'informations précieuses et peuvent fournir des indications importantes sur le comportement des clients. Un traitement manuel de telle quantité d'information est une impossibilité physique qui dépasserait largement les moyens financiers et les ressources en temps. La clé est donc l'utilisation d'outils d'analyse combinés à l'IA qui permettent de révéler des informations auparavant cachées dans les communications avec les clients, automatiquement, presque en temps réel, et à un prix abordable.

Les enjeux de la cloudification pour les centres de contacts

Avant la pandémie, le télétravail pour les agents des centres de contacts était rare, les principaux freins étant les problèmes de sécurité et le contrôle de la qualité. Aujourd'hui les centres de contacts basés dans le cloud sont le compromis parfait entre travail à distance, qualité, sécurité et flexibilité.

La transformation numérique rapide qu'ont connu les centres de contacts, leur permet une meilleure flexibilité et efficacité, notamment dans la gestion des effectifs. La possibilité de faire travailler les agents à partir de différents endroits et d'augmenter plus facilement le nombre d'agents en fonction de l'activité, offre une solution aux enjeux d'un environnement de travail qui évolue rapidement. Ainsi plusieurs centres de contacts peuvent se combiner en un seul et permettre une collaboration aisée, tout en offrant à l'organisation une flexibilité et une

unicité inimaginable auparavant.

L'apparition du cloud sur le marché des centres de contact, s'accompagne de l'émergence d'un nouveau type de centre de contacts tout-en-un à l'usage ou CCaaS (Contact Center as a Service). Ces nouvelles solutions, particulièrement appréciées par les petites structures proposent :

- Une unification des canaux de communications héritée des solutions de communications unifiées
- Des outils d'analyse et de gestion de la qualité intégrés (QM, Quality Management)
- Une facilité d'analyse de l'ensemble des données collectées
- Des outils de reporting et dashboards
- Le développement d'agents virtuels et augmentés grâce à l'IA



Changements internes et externes pour les centres de contacts

En 2020, les centres de contacts ont connu un fort bouleversement tout d'abord interne, en faisant face à une diminution des agents disponibles en raison des restrictions, mais également externe, avec une augmentation significative du nombre d'appels.

Le déploiement précipité de solutions parfois non professionnelles, a fortement impacté le niveau d'échange entre les entreprises et leurs clients. Les centres de contacts ont dû rapidement trouver des solutions et des outils viables à long terme, efficace et adapté pour traiter des communications sur différents canaux et permettant de proposer une expérience utilisateur et une qualité de service satisfaisant les attentes des clients. Afin de gérer l'augmentation du nombre d'appels, les centres de contacts ont également dû trouver un moyen de les qualifier,

certain ont donc installés des serveurs vocaux afin de les hiérarchiser et décider soit de les traiter automatiquement, soit de proposer un rappel ou un transfert d'appel à un agent.

Microsoft Teams, c'est avéré être une plateforme très efficace pour répondre aux besoins des entreprises en termes de centres de contacts, pour plusieurs raisons :

- Facile à installer et à utiliser, c'est une solution intuitive
- Permet de faire transiter les appels sur la plateforme
- Propose de multiples canaux de communication (appels, chats, vidéo)
- Solution cloud permettant l'utilisation d'outils d'analyse et d'enregistrement additionnels

Enregistrement de communication légalement requis - en toute sécurité avec ASC Recording Insights

L'automatisation joue un rôle important dans l'expérience client

L'utilisation de l'IA permet d'analyser et de mieux comprendre ses consommateurs, aussi bien les habitudes de consommations que les irritants. Une meilleure compréhension des besoins de ses clients permet un accompagnement optimiser et une satisfaction accrue.

Les chatbots sont un bon exemple d'automatisation et possèdent de nombreux atouts. Le développement d'un

chat équipé d'un agent virtuel permet de répondre rapidement aux problématiques simples et récurrentes sans l'intervention d'un agent et ainsi de réduire le nombre d'appels. Pour les milléniaux, interagir avec un chatbot sophistiqué est une chose naturelle - voire plébiscitée. Les chatbots à base d'IA soulage alors les agents qui peuvent se concentrer sur les problèmes les plus complexes.

Prenons l'exemple d'un vol annulé, un chatbot peut facilement retrouver le numéro de vol et proposer des alternatives aux clients. L'IA peut également accompagner et soulager les agents de la charge administrative, en remplissant automatiquement des formulaires. L'automatisation de ce type de tâche permet donc de libérer les agents des activités les moins complexes.

Qu'est-ce qu'un agent virtuel ?

Un agent virtuel est un personnage virtuel animé, alimenté par l'IA, qui sert d'agent en ligne disponible en permanence. Il est capable d'avoir une discussion avec les clients via chat en répondant à leurs questions et en leur apportant un service pour les sujets récurrents et les demandes simples.

L'une des principales utilisations des agents virtuels consiste à automatiser les processus lors de problèmes simples et récurrents et réduire la charge de travail des agents. Ils peuvent fournir des informations sur une commande, annuler automatiquement une transaction financière ou émettre un remboursement ou toutes autres informations nécessaire aux clients afin de solliciter les agents qu'en cas de problèmes plus complexes.

Il peut interagir par message texte (on parlera de chatbot), par téléphone (il s'agira de la nouvelle génération du serveur vocal interactif – SVI) ou par enceinte vocale (Google et Alexa).

Les qualités d'un bon agent virtuel

- L'automatisation : un bon agent virtuel doit être capable de répondre seul aux problématiques simples et récurrentes.
- Le Machine Learning (ML) : l'agent virtuel doit être capable de se former en continu en apprenant des nombreux échanges (connexion au CRM ou aux logiciels de gestion des données) ainsi les réponses peuvent être générées avec plus de précision et de pertinence pour les clients.
- Le traitement automatique du langage naturel (NLP) : l'analyse linguistique aide les agents virtuels à mieux interpréter ce que les clients recherchent et pour y répondre convenablement.
- La reconnaissance vocale (Speech to text) pour la transcription et la détection des intentions (demandes clients)
- Accès omni-canal : l'agent virtuel doit être accessible depuis l'ensemble des canaux.

Néanmoins, aujourd'hui les consommateurs souhaitent obtenir une réponse 24/7 sans délai. Selon une étude de Eptica, 68% des interrogés déclarent utiliser volontiers des systèmes de conversation automatisés comme le self-service sur le web ou les chatbots. 42 % d'entre eux, souhaitent obtenir des réponses automatisées à l'aide d'assistants vocaux intelligents tels qu'Alexa d'Amazon. Cependant, les consommateurs ne sont pas prêts à renoncer aux contacts avec les agents pour des questions plus complexes, 74 % souhaitent interagir avec un agent pour les questions qui requiert un accompagnement personnalisé. Les agents jouent donc un rôle important dans la relation de confiance entre les marques et leurs consommateurs, pour augmenter la loyauté et la fidélité.

Le développement des agents augmentés : l'avenir des centres de contacts

L'étape suivante consiste maintenant à intégrer davantage l'IA dans les centres de contacts en la mettant à disposition des agents. La vision est qu'à terme, l'IA sera intégrée dans chaque partie du centre de contacts et les agents augmentés seront la norme. Les agents disposeront d'outils leur fournissant les informations du client et leur présenteront les étapes à suivre sur leur écran. L'IA, grâce à une écoute temps réel des communications, aidera à personnaliser les réponses pour les clients et à créer des processus pour garantir une résolution élevée des appels. Comme on peut le constater, le travail des agents n'est pas

menacé pas le développement de l'IA dans les centres de contacts, mais revalorisé. L'agent du futur sera libéré des requêtes simples et répétitives ce qui lui permettra de se concentrer sur les conversations plus complexes, nécessitant l'empathie, une capacité de contextualisation et la personnalisation de l'échange. Les journées des agents seront alors plus riches, plus variées et plus motivantes.



Les qualités de l'agent du futur

Empathie et compréhension des clients

Les centres de contacts sont le dernier lien entre le client et l'entreprise, obtenir la satisfaction client est donc primordial pour fidéliser le client. Pour les problèmes plus complexes, les consommateurs recherchent l'empathie et la compréhension des agents. Ils doivent réussir à construire une relation de confiance avec les clients afin de comprendre leurs besoins et leurs irritants.

Maîtriser l'omnicanal et l'Intelligence

Artificielle

Les centres de contacts deviennent omni-canal pour répondre au mieux aux attentes des clients. Les agents doivent eux aussi devenir polyvalent et capable de traiter les demandes sur différents supports de communications. L'IA peut accompagner les agents en leur fournissant : une base de données centralisée, des outils d'analyse de texte, des modèles de réponse en fonction de la question

La satisfaction client comme nouvel indicateur de qualité

Alors qu'aujourd'hui les centres de contacts se concentrent sur le nombre d'appels ou d'e-mails traités par heure, de nombreuses entreprises ont déjà choisi de mettre la satisfaction client au centre de leur stratégie de qualité. De nouveaux indicateurs se développent tel que le Net Promoter Score (NPS) et le Personal Service Level (PSL).

Résolution des problèmes

Les agents du futur, seront amenés à traiter des problèmes plus complexes, ils devront donc trouver le juste milieu entre respect des processus établis et liberté de prendre des initiatives, afin de trouver des solutions personnalisées et donner la priorité au client.

L'importance du Quality Monitoring pour améliorer la relation client

L'importance de la satisfaction client n'est plus à prouver, un client satisfait est un client fidèle. Ces dernières années, les entreprises ont adopté la stratégie du « customer centricity ». Elles ont développé de nombreux outils pour comprendre et améliorer l'expérience client.

Tout a été mis en place pour améliorer la qualité de service, supports de communication omni-canal et digitalisés, formation des agents pour un traitement adapté des réclamations et demandes plus rapide et développement de personnalisation. Afin de pérenniser cette qualité de service, des outils de Quality Monitoring peuvent être mis en place pour mesurer les performances et obtenir une vue d'ensemble des indicateurs clés du centre de contacts.

L'avenir des centres de contacts repose sur les outils d'analyses

Les outils d'enregistrement et d'analyse des communications bénéficient non seulement aux agents des centres de contacts, mais aussi aux clients. L'accessibilité et la simplicité étant devenues l'un des aspects les plus importants pour les clients, les outils d'enregistrement, de gestion de la qualité et d'analyse des conversations constituent la pierre angulaire d'une interaction optimale pour le client.

Les centres de contacts doivent évoluer continuellement pour être capable de répondre aux attentes de leurs clients. Pour se faire les agents doivent également progresser en étant formés individuellement, grâce à un suivi régulier et des formations adéquates.

L'utilisation d'outils de Quality Monitoring permet également un meilleur suivi des performances et indicateurs clés d'un centre de contacts à travers l'utilisation de reporting et dashboards regroupant l'ensemble des données et objectifs à atteindre. Cela permet d'orienter le processus de qualité du centre de contacts et d'obtenir des informations pertinentes et exploitables, mais aussi de déterminer les actions qui permettront de générer des changements positifs financièrement.

L'usage de l'Intelligence Artificielle dans le Quality Monitoring

L'enregistrement, la transcription des appels en texte ainsi que la détection des mots-clés, permettent de vérifier que les agents savent correctement traiter les problèmes rencontrés par les clients ou s'ils suivent bien les processus établis. La réécoute et l'évaluation des appels, permettent au superviseur d'affecter les agents aux formations dont ils

ont personnellement besoin. Les clients bénéficient directement des outils de Quality Monitoring, dans la mesure où ils permettent non seulement de résoudre leurs problèmes plus rapidement, mais aussi d'améliorer les performances générales des agents.

Les outils analytiques issus de l'Intelligence Artificielle

L'utilisation d'outils de Quality Monitoring basé sur l'IA au sein des centres de contacts, permet le développement de technologies pertinentes capables d'analyser et de détecter des éléments clés au sein de l'ensemble des flux de communication.

- **La détection de mots-clés** : Il est possible de rechercher des mots spécifiques dans les appels et d'évaluer à quelle fréquence et dans des conversations ils ont été utilisés, des alertes peuvent également être définies.
- **La détection des émotions** : Les outils d'analyse détectent les conversations à forte charge émotionnelle sur la base de caractéristiques verbales et acoustiques et peuvent être configurés pour envoyer des notifications correspondantes.
- **La transcription de la voix en texte** : Les outils de transcription convertissent la parole en texte à des fins de documentation et d'archivage. Les appels transcrits peuvent être mis à la disposition du client sous forme de fichier texte. Ainsi, toutes les parties concernées peuvent avoir un aperçu du contenu de la conversation si nécessaire.

Le potentiel de l'Intelligence Artificielle dans l'analyse des données

Les avantages de l'Intelligence Artificielle dans l'analyse

En plus d'être capable de traiter de grandes quantités de données, les systèmes assistés par l'IA intégrés dans les applications analytiques peuvent également contribuer de manière significative à garantir la qualité des données et à sélectionner les informations pertinentes à partir d'un flot autrement écrasant de données numériques. Les solu-

tions analytiques assistées par l'IA offrent une capacité de traitement de l'information bien plus importante que celle d'un humain. Elles créent une base fiable pour la prise de décision - presque en temps réel - sur laquelle l'intuition et l'action humaine peut s'appuyer.

L'Intelligence Artificielle permet une meilleure compréhension des besoins

Grâce à l'intervention d'une AI, l'ensemble des données collectées peuvent être traitées, croisées et ainsi analysées pour en tirer de véritables enseignements. Ce type de système permet aux centres de contacts de repérer facilement les problématiques récurrentes rencontrées par leurs clients à propos d'un produit, d'un magasin ou même d'un process. En ayant une meilleure compréhension des raisons des appels et des problématiques clients, les centres de contacts peuvent ainsi intervenir plus rapidement et considérablement augmenter le taux de résolution au 1er appel.

Depuis peu, l'IA permet de mettre en place des processus, des stratégies ou des services inédits. De nouvelles approches de collaboration entre l'homme et la machine sont développées, dans lesquelles l'IA renforce les capacités humaines et permet ainsi de nouvelles et parfois meilleures méthodes de travail.



Les principaux avantages de l'Intelligence Artificielle dans les centres de contacts

L'IA a de nombreux avantages pour les centres de contacts, elle permet de raccourcir les processus de travail, de comparer rapidement les contenus, d'analyser rapidement et de manière ciblée, de structurer automatiquement des données auparavant non structurées, ainsi que d'améliorer les relations avec les clients. On peut organiser ses avantages en 3 pôles :

Amélioration de la qualité grâce aux outils analyses

Qualifier les employés

Collecte des informations lors des appels, pour déterminer les faiblesses des agents et prévoir des formations ciblées.

Rapport & Dashboards

L'utilisation d'outils de reporting et dashboards permet une vision d'ensemble rapide des résultats et des indicateurs clés du centre de contacts.

Optimisation des processus

Réduire le volume d'appels

Les sujets récurrents peuvent être traités dans les FAQ pour limiter le nombre d'appels. Les solutions analytiques aident les agents durant l'appel à identifier et résoudre les problèmes ce qui permet d'améliorer le taux de résolution au premier appel (FCR).

Respecter les processus définis

L'analyse de tous les appels permet d'optimiser les processus ainsi que le respect de la conformité des agents. Des mots-clés indiquant des problèmes de qualité peuvent être définis, ce qui permet une réaction immédiate et des mesures de formation individualisées, limitant la répétition des problèmes.

Rechercher efficacement

Les appels pertinents peuvent être récupérés et réécoutés en quelques secondes, les centres de contacts peuvent rechercher des appels contenant des mots-clés spécifiques et voir combien de fois ils ont été utilisés.

Amélioration de l'expérience client

Identifier les tendances

Les solutions analytiques permettent d'identifier les sujets récurrents abordés par les clients et les arguments efficaces pour y répondre efficacement, ce qui permet au centre de contacts de faire évoluer sa stratégie de vente en adéquation avec les attentes clients.

Eviter la perte de clients

Grâce à une identification précoce des problèmes qui affectent la fidélité des clients, les centres de contacts peuvent prévenir la perte des clients. Les appels peuvent être surveillés et, en cas de problème, des alertes sont émises immédiatement afin de pouvoir prendre des contre-mesures sans délai.

Conclusion

L'enjeu des centres de contacts aujourd'hui est l'amélioration constante de la satisfaction client. Pour y parvenir, ils doivent mettre en place tous les outils à leurs dispositions : la cloudification avec les possibilités de centre de contacts unifié, le déploiement d'outils de Quality Monitoring et l'Intelligence Artificielle permettant la gestion de la qualité et l'analyse des données collectées.

L'ensemble de ces outils permettent une meilleure compréhension des attentes et des points bloquants que peuvent avoir les clients. Les données collectées lors des échanges sur les différents canaux de communication peuvent par la suite être analysées, traitées et exploitées pour faire évoluer les processus et à des fins de formations pour les agents.

À l'avenir, les agents, tout en restant incontournables dans la relation client, joueront un rôle différent en se concentrant sur les échanges les plus complexes nécessitant l'acquisition de nouvelles compétences. Les qualités humaines, telle que l'empathie, seront des atouts précieux qui devront être cultivés et encouragés afin d'obtenir le meilleur taux de résolution possible et par conséquent la satisfaction et la fidélisation des clients. Cette nouvelle approche des performances clés du centre de contacts, sera bénéfique pour l'ensemble des acteurs : les clients, les marques et les agents eux-mêmes.

Le futur de la relation client est une question d'équilibre entre l'humain et la technologie, où l'humain doit rester au premier plan. Ce sont les agents régulièrement formés et soutenus par des outils performants, qui seront capables de fournir l'expérience de qualité exigée par les clients.



Retrouvez nos solutions d'enregistrement de la conformité, la gestion de la qualité et l'analyse pour les centres de contacts, sur notre site.

N'hésitez pas à nous contacter pour une démonstration ou une présentation de l'une de nos solutions.

Sources

- 1 José Roda, Recrutement : les qualités essentielles de l'agent de centre de contact idéal. En ligne : <https://www.relationclientmag.fr/thematique/outsourcing-1254/diaporamas/recrutement-qualites-essentielles-agent-centre-contact-ideal-357795/etre-capable-entendre-ecouter-357796.htm> (Publié : 2 mars 2021).
- 2 L'avènement des centres de contact embarqués. En ligne : <https://www.informatiquenews.fr/lavenement-des-centres-de-contact-embarques-78239> (Publié : le 31 mars 2021).
- 3 E. Troconis-Rodell, Qu'est-ce qu'un agent virtuel et comment peut-il améliorer l'expérience utilisateur ?. En ligne : https://www.easyvista.com/fr/blog/quest-ce-quun-agent-virtuel-et-comment-peut-il-ameliorer-l'experience-utilisateur_ (Publié le 1 novembre 2019) et Micah Levine, Intelligence Artificielle et centres de contact : cinq applications pertinentes. En ligne : <https://www.lemagit.fr/conseil/Intelligence-Artificielle-et-centres-de-contact-cinq-applications-pertinentes> (Publié le 19 février 2019)
- 4 Anne-Claire Bellec, Les agents du futur : portrait-robot du conseiller augmenté. En ligne : <https://www.enghouseinteractive.fr/blog/les-agents-du-futur-portrait-robot-du-conseiller-augmente> (Publié : 6 novembre 2018).
- 5 Stéphane Torregrosa, Quality Monitoring : définition et mise en oeuvre. En ligne : <https://blog.logostmk.com/blog/pilotage-controle-qualite-du-service-clients/quality-monitoring-definition-et-mise-en-oeuvre/> (Publié : n.a).

A propos d'ASC Technologies

ASC est un fournisseur leader mondial de logiciels et de solutions cloud dans le domaine de l'enregistrement omnicanal, de la gestion de la qualité et de l'analyse. Parmi nos groupes cibles figurent toutes les entreprises qui enregistrent leurs communications, notamment les centres de contact, les institutions financières et les organismes de sécurité publique. Nous enregistrons, analysons et évaluons les interactions sur tous les supports - en tant que service depuis le cloud ou sur site. Nous croyons en l'informatique dématérialisée et proposons donc une famille de produits et de services véritablement multi-tenants et hautement évolutifs, offrant à nos clients une flexibilité totale et leur permettant d'investir au fur et à mesure de leur croissance, en tirant toujours parti de notre technologie la plus récente. Basé en Allemagne, ASC est le premier acteur européen de son secteur, avec des unités locales de vente et de service dans treize pays actuellement : au Royaume-Uni, en France, en Italie, en Espagne, en Suisse, en Roumanie, à Dubaï, aux États Unis, au Brésil, au Mexique, à Hong Kong, au Japon et à Singapour.

www.asctechnologies.com

ASC Technologies SAS

15 rue Tronchet
75008 Paris
France

Tel.: +33 1 75 43 65 30

fr@asctechnologies.com

