

## Quand le Gartner fait une halte à Grenoble, il s'arrête chez Eloquant. Une histoire de ravioles...

Le 4 mars 2019 par Magazine En-Contact

Le célèbre institut d'études, connu pour ses classements (Magic Quadrant, etc.) a fait une place, fin 2018 dans l'un de ses derniers référencements, à une société grenobloise, spécialiste de la voix du client. On a rapidement interviewé celui qui les mène d'habitude. Pour comprendre son métier et savoir si la cohabitation avec des éditeurs essentiellement anglo-saxons lui faisait chaud au cœur. **(Dans ce dernier référencement, la majorité des 26 sociétés identifiées est américaine.)**

### En-Contact : Eloquant, en quelques mots ?

**Alain Bouveret** : Nous sommes un éditeur logiciel en mode SaaS qui s'est donné une seule mission : faciliter la relation client de nos clients. Notre ADN se caractérise je crois par un accompagnement et engagement de nos équipes métiers pour réussir avec nos clients la mutation vers une relation client qualitative, maîtrisée et efficace.

### Ouh là, tout le monde raconte ça ! Même si je ne suis pas abonné à Canal Eloquant, puis-je voir l'émission en clair, comprendre votre offre ?

Toute bonne relation client est alimentée par 2 moteurs : le dialogue, c'est-à-dire la gestion des interactions clients entrantes et sortantes, et l'écoute : collecter et exploiter la voix du client. Nous avons ajouté depuis 2015 un moteur d'analyse sémantique exploitable aussi bien par notre centre de contacts multicanal que par notre dispositif d'enquêtes multicanal. Ajoutons encore l'automatisation et la personnalisation qu'offrent *chatbots* et *voicebots*. Tous ces sujets apparaissent en haut des priorités pour toute direction de l'expérience client qui se respecte. Ce qui nous rend uniques, c'est de pouvoir répondre à chacune et/ou à toutes.

### Qu'est-ce qui vous distingue ?

Notre capacité à intégrer sur une même « *time line* » (historisation pour un agent) toutes les interactions voix, mail, *chat*, enquête client. La proposer dans une seule offre commerciale avec un accompagnement d'experts constitue déjà un sérieux argument pour convaincre tous les services clients. J'ajouterais 2 atouts qui nous rendent plus attractifs, selon moi : notre capacité de sécurisation des données (nous sommes certifiés ISO27001 depuis 2015) et nos capacités en NLP (*Natural Language Processing*) depuis

2014 avec un vrai programme de recherche associé. L'explosion des termes RGPD et IA + *Chat/voice bot* démontre combien ces 2 atouts supplémentaires d'Eloquent représentent une réelle valeur aujourd'hui sur le marché. Mais le plus important est de rendre cette technologie opératoire chez nos clients. Notre accompagnement pour que les équipes et le management se les approprient nous différencie d'acteurs très technologiques mais dont les centres de décision et de R&D se situent outre-Atlantique.

### **Qui sont vos clients ?**

Tous ceux qui doivent gérer, améliorer et optimiser leurs interactions avec leurs propres clients et collaborateurs. On y trouve donc des banques et assurances (MAIF, Crédit Agricole, Mondial Assistance, Macif...), des opérateurs (Orange, SFR, Bouygues Télécom), des industriels (Total, Enedis, Schneider Electric, Primagaz...) et plus largement toutes les sociétés ou organismes qui gèrent des interactions en nombre et avec une démarche de fidélisation très poussée (Showroom Privé, Yves Rocher, Orange Bank, Geodis, PriceMinister...). Notre parc est de l'ordre de 300 clients (très) actifs pour qui nous avons géré environ 600 millions d'interactions (voix, mail, *chat*) et 200 millions d'enquêtes clients en 2018 (quasi doublement en 2 ans).

### **Qu'observez-vous chez vos clients et depuis les montagnes où vous avez eu la sagesse de rester ?**

Plus que la technologie, ce sont les comportements qui évoluent à très, très grands pas : la généralisation de notre nouvel « organe » interactif et social qu'est le *smartphone*, l'importance des avis partagés avant achat, la volonté de *self-service*, la prééminence de l'expérience vécue sur le bien possédé sont autant de ruptures que les services clients peuvent vivre comme des tragédies ou des opportunités. Ce qui est certain, c'est qu'il n'y aura pas de retour arrière, les dinosaures disparaîtront, les mammifères à sang chaud règneront...

Eloquent sera présent au **Salon Stratégie Clients**. On annonce des raviolis de Royans sur leur stand, tous les jours à 12H30. Si vous n'avez rien compris mais que vous demeurez intéressé, embarquez pour BloumbergTV. **Le sieur Szakal, le roi de la truffe y partage ses convictions**. Il est accessoirement en charge du développement des partenaires au sein de la société.

**Par la rédaction d'En-Contact**