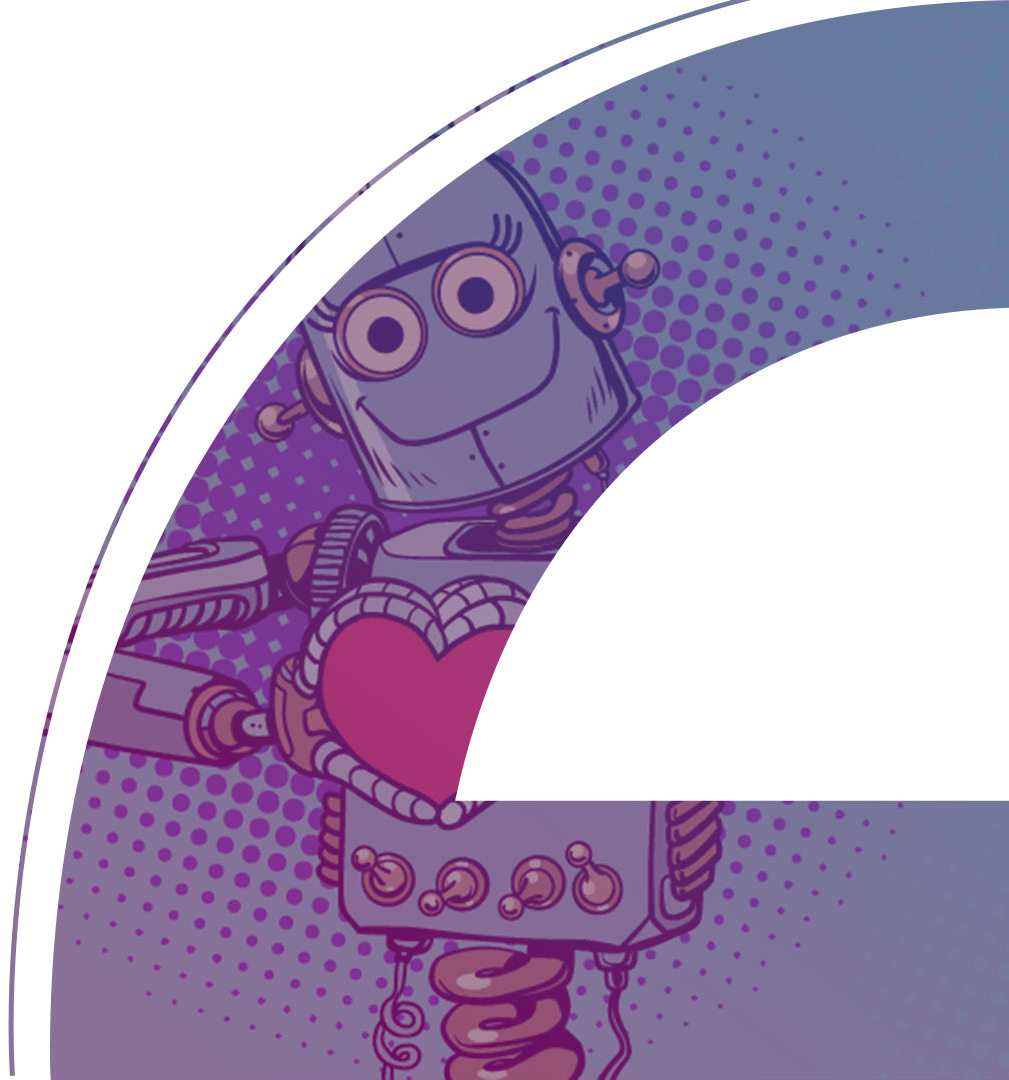


20 conseils indispensables

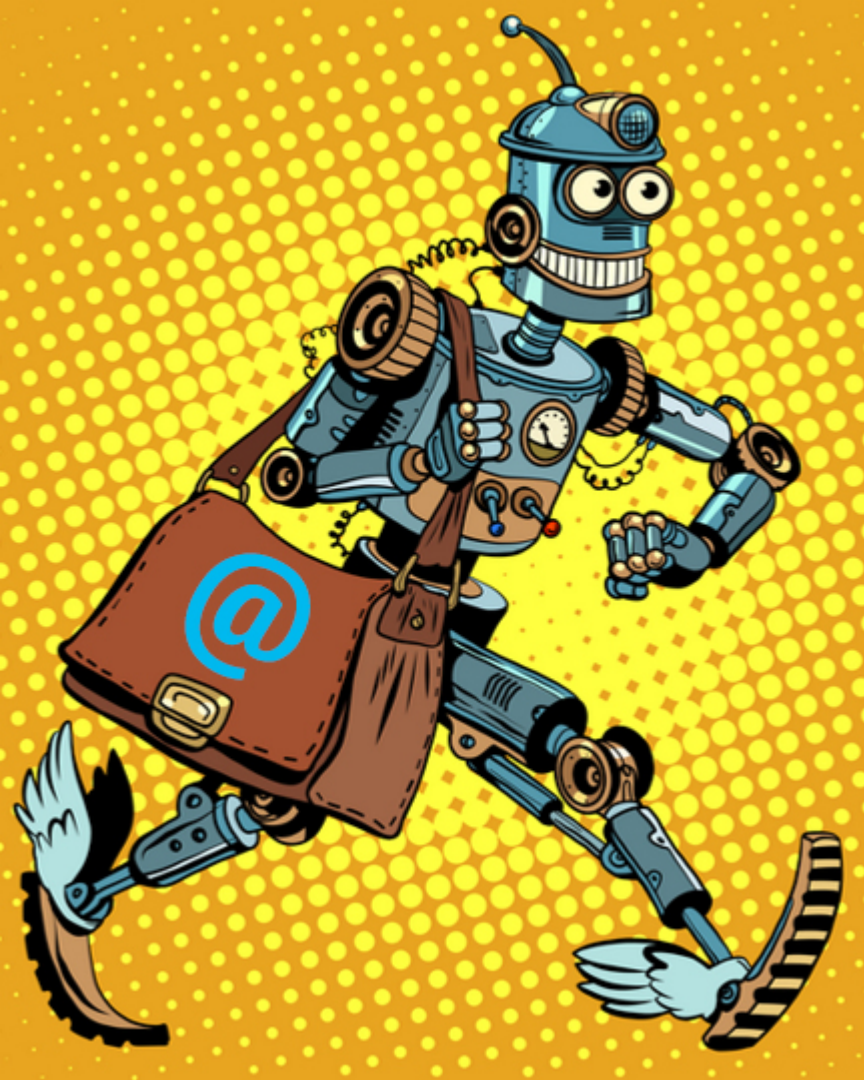
Réussir son projet de

# Callbot



## Au sommaire

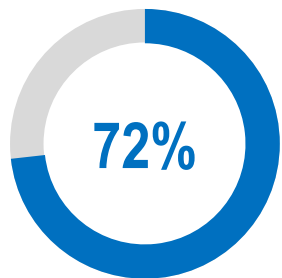
- ▶ L'émergence des callbots
- ▶ Comment fonctionne un callbot ?
- ▶ 20 conseils pour mettre en place un callbot
- ▶ Lancez-vous
- ▶ A propos d'Eloquent



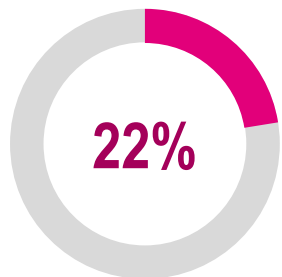
A stylized illustration of a robot cleaner. The robot has a blue, cylindrical body with a dome-shaped head. It has two large, circular eyes with blue pupils and a small, round gauge on its chest. Its right arm is raised in a salute, and its left hand holds a broom with a blue head and a red handle. The background features a pattern of orange and red rays and a grid of small white dots. A speech bubble is positioned above the robot's head, containing the text 'A VOS ORDRES !'.

A VOS  
ORDRES !

| L'émergence des callbots



des clients préfèrent résoudre eux même leur problème plutôt que d'appeler le Service Client.

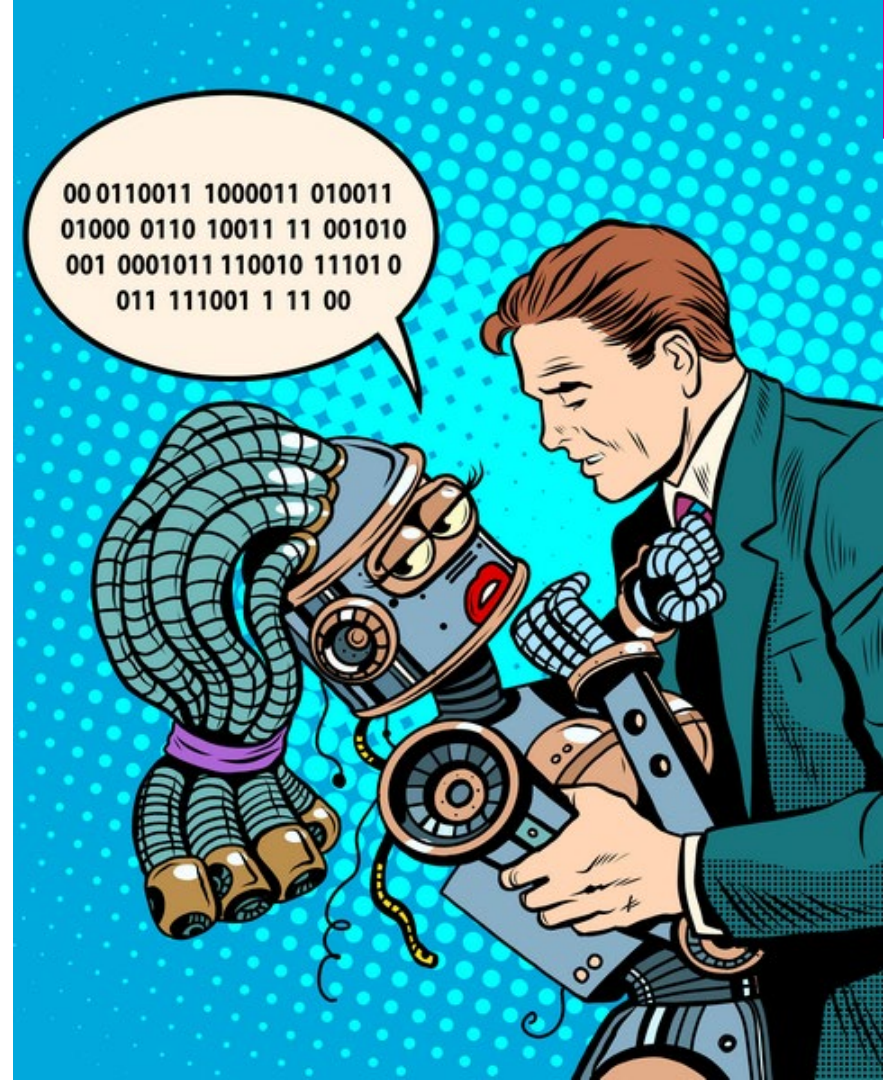


des consommateurs jugent la réactivité du Service Client comme critère majeur de satisfaction.

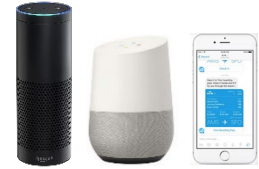


# L'émergence des callbots

- ▶ Les algorithmes existent depuis 1960
- ▶ Ce qui a changé :
  - ▶ L'amélioration continue des technologies d'analyse sémantique
  - ▶ La baisse des coûts grâce au Cloud
  - ▶ Les API pour donner + de valeur
  - ▶ L'investissement massif des GAFA qui rendent les technologies accessibles



# Intelligence artificielle et bots, tout s'accélère !



callbots  
entrants  
sortants  
2018

Voicebot via  
smartspeakers  
2017

Chatbot  
Facebook  
Messenger  
2016

Cortana  
Siri  
Google Now  
Assistants  
vocaux sur  
smartphones  
2011

Assistants  
virtuels sur  
mesure  
2000

Microsoft clippy  
1997

Eliza MIT  
1964

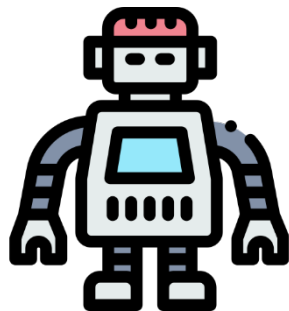
*Une accélération des performances de la NLP & TtS*

EN QUOI  
PUIS-JE VOUS  
AIDER ?

| Qu'est-ce qu'un callbot ?



# La Dream Team Bots + Conseillers



Les tâches simples,  
personnalisées et  
répétitives



Les questions  
complexes et le  
relationnel

# Chatbots



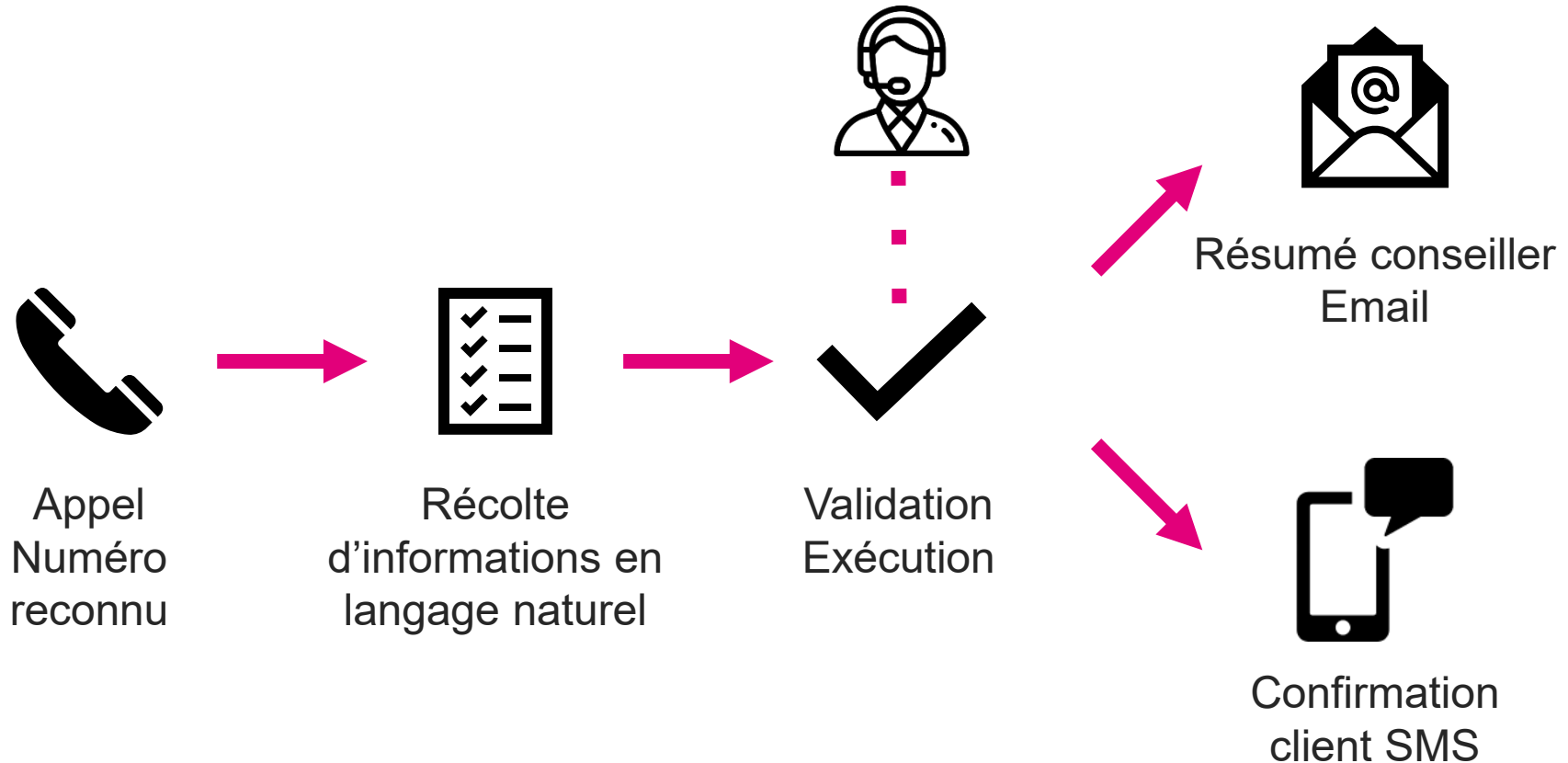
# Callbots



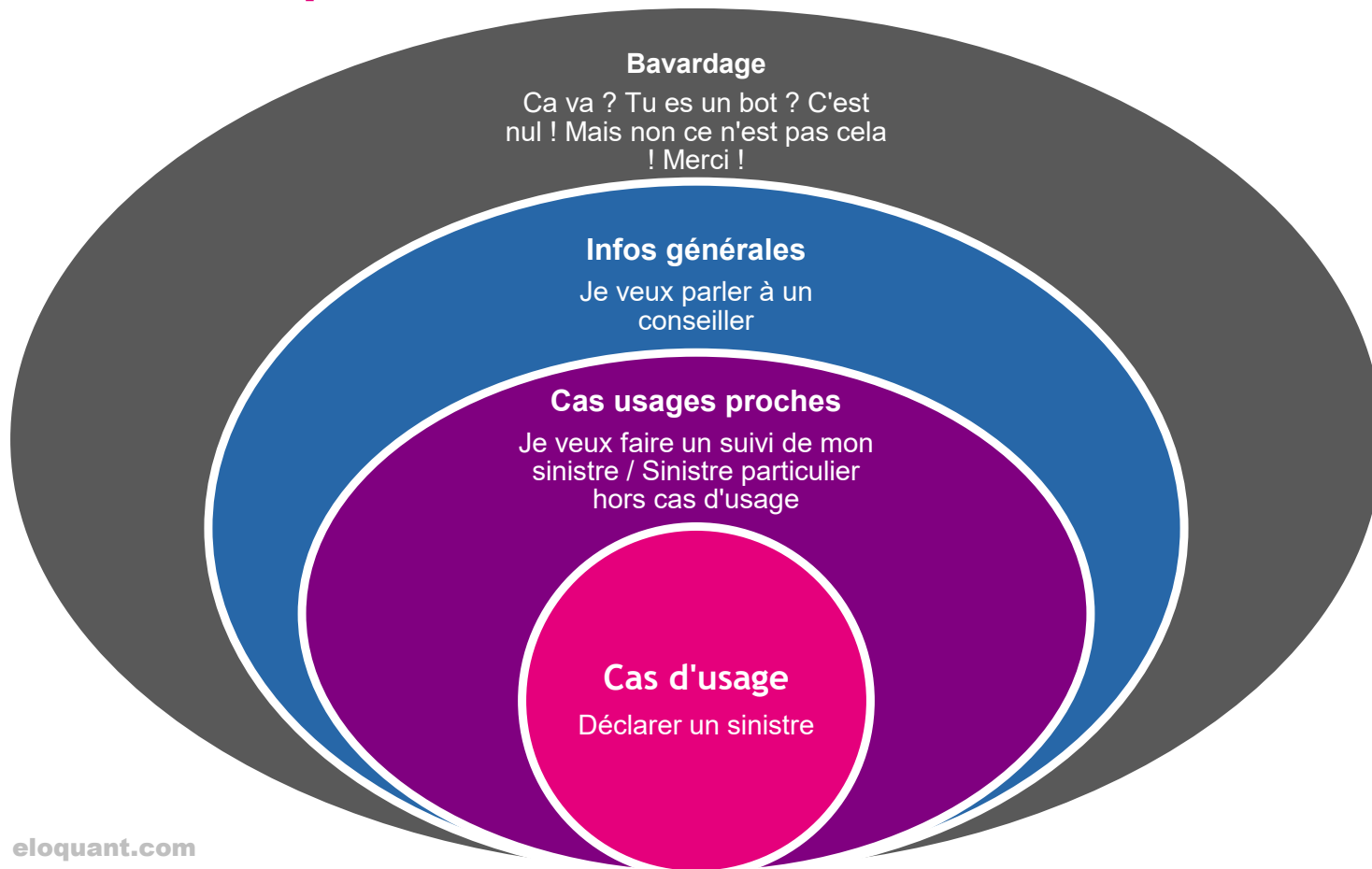
# Voicebots



## Exemple de fonctionnement



# L'importance cruciale du choix des cas d'usages



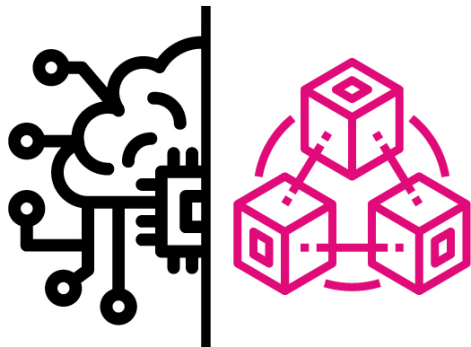
Il est indispensable de choisir les bons cas d'usages

Un apprentissage pour chaque question.

# Quels cas d'usages automatiser ?

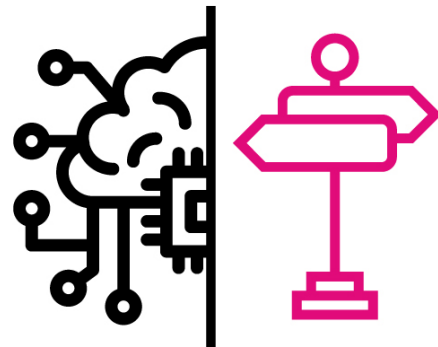
- ▶ Partir de l'analyse des demandes au Service Client
  - ▶ Volume / Personnalisation / Temps passé
    - ▶ Qu'est-ce qui est automatisable ?
- ▶ Attention à la finesse dans l'analyse des demandes
  - ▶ Pb de mot de passe = X cas d'usages
    - ▶ Mot de passe Windows / Logiciel métier ?
      - ▶ Mot de passe perdu / PC bloqué ?
- ▶ Exemples simples :
  - ▶ Administratif : prise et suivi de commande, duplicatas...
  - ▶ Procédure : retours...
- ▶ Sachant que l'on peut traiter 80% d'un cas d'usage et renvoyer vers le conseiller pour les 20%

# Les 2 types de callbots



## Le callbot transactionnel

- ▶ Soulager les conseillers des demandes simples et récurrentes
- ▶ Traiter les demandes 24h/24
- ▶ Lancer des actions dans le système d'informations



## Le callbot de routage

- ▶ Améliorer l'Expérience Client avant le transfert aux conseillers
- ▶ Qualifier les appels et les orienter vers les bons services
- ▶ Diffusion de messages de service

# Quelle différence entre un callbot et un SVI ?

## Callbot

Comprend une question en langage naturel

Pas de script ou d'arborescence (à plat)

Mise en œuvre plus long mais apprentissage continu

Détection des mots "noirs" (ex : insultes...)

Récupération des conversations (analyse des longues conversations, des mots verts...)

## Serveur Vocal Interactif

Comprend les mots et expressions préprogrammés

Arborescence et scripts

Expertise pour la mise en œuvre et peu évolutif

Pas de gestion de l'insatisfaction

Pas d'enregistrement



| 20 conseils pour réussir son projet de callbot

# Un callbot n'est pas un bon génie...

1. **La mission du bot doit être déclarée dès le départ** pour éviter les déceptions, par exemple l'intégrer comme un choix dans un SVI classique
2. **Choisir 1 ou 2 cas d'usages avec volume et de la personnalisation.** Pas d'omni tâche (1 voicebot = une sélection de cas d'usages). Le callbot doit être mis en place là où vous êtes déjà bon, sinon la situation sera pire qu'avec un conseiller.
3. **Envoyer par SMS une confirmation de la conversation** pour garder une trace et éviter les malentendus. En parallèle intégrer les données dans le CRM ou par eMail.
4. **Partir des besoins du client,** et non pas de ce que vous pensez que le client a besoin (afin de ne pas mettre en place un callbot FAQ)
5. **Faire simple et si nécessaire penser en étapes** (ex: remplacer ensuite le SVI classique par un callbot de routage).

# Quelques bonnes pratiques de design conversationnel 1/2

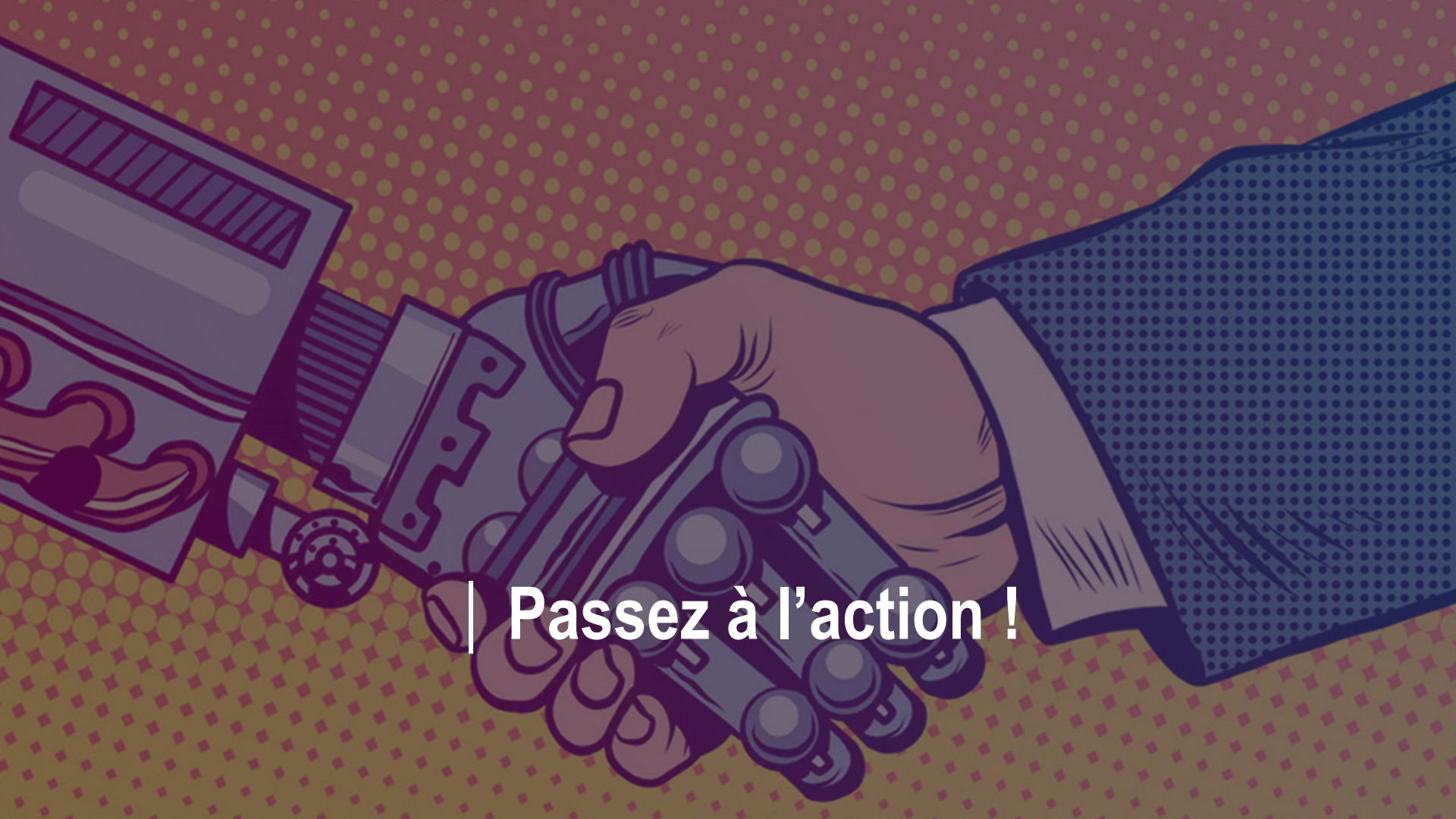
6. **Prendre en compte dans le design des conversations les contraintes de la reconnaissance vocale** (éviter les noms de famille), gérer spécifiquement l'alphanumérique (ex: épeler) et d'une manière générale demander le minimum d'informations (compléter grâce à la connexion au S.I.).
7. **Permettre toujours au client d'avoir un conseiller en escalade**, en particulier détecter l'insatisfaction et les urgences pour ne pas rester en boucle. Identifier les conversations longues ou avec des incompréhensions pour comprendre le problème.
8. **Reformuler les demandes pour être sûr de répondre au besoin**, et intégrer dans la réponse du Bot la nature de la demande initiale.  
*"Où en est la commande 1236" => "La commande 1236 a été livrée..."*
9. **Proposer 5 interactions au maximum pour obtenir un résultat** pour ne pas lasser l'appelant.

# Quelques bonnes pratiques de design conversationnel 2/2

16. **Utiliser les informations déjà à disposition pour anticiper les demandes** (ex: identification du N° de l'appelant pour lui proposer un suivi de ses produits)
17. **L'homme n'aime pas les Bot qui se font passer pour des humains**, annoncer directement la mise en relation avec un callbot
18. **Prendre du temps pour l'entraînement et les tests**, si l'expérience est décevante vous devrez faire un gros effort pour relancer l'intérêt. Être particulièrement attentif en phase de lancement pour corriger immédiatement les incompréhensions, nouveaux sujet... Analyser dès le lancement les conversations non comprises pour y rattacher les intentions
19. **Ne pas négliger la communication interne** et la conduite du changement, les fantasmes sur les possibilités des callbots ne sont pas à négliger.
20. **Vérifier à la fin de la conversation que le client est satisfait** ou a une autre question, et si nécessaire mettre en relation avec un conseiller.

# Dans quel cas un callbot n'est-il pas adapté ?

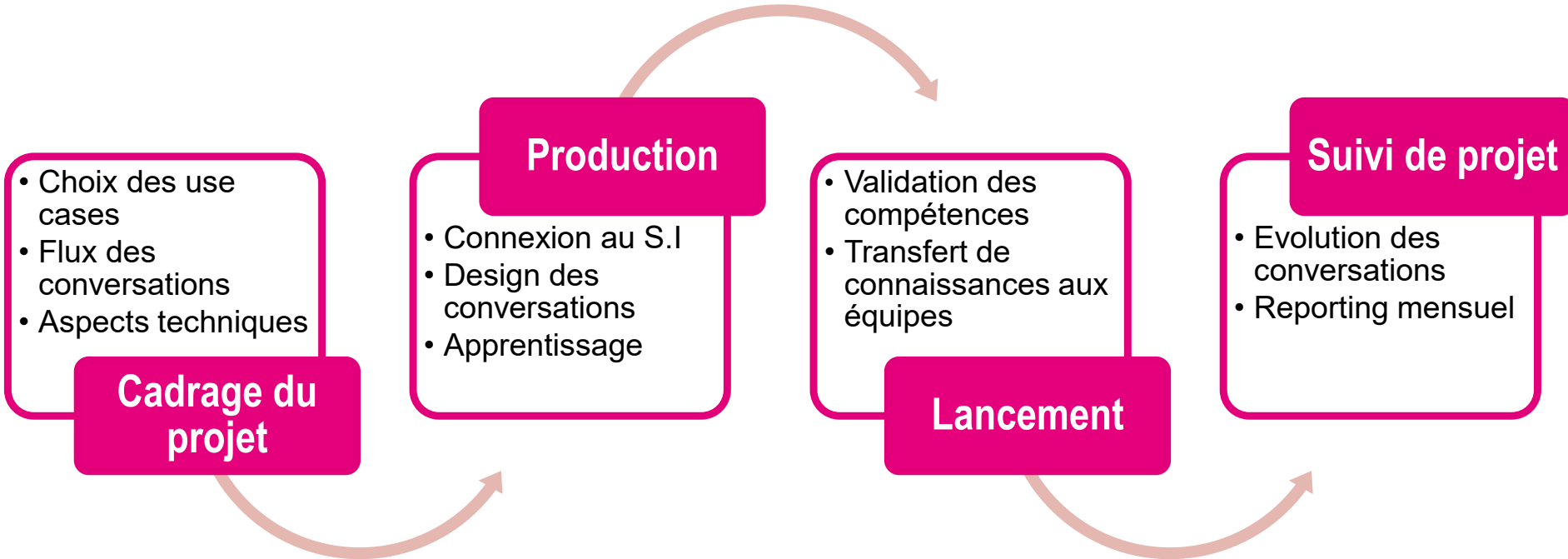
- ▶ Lorsque le nombre d'appels est trop faible  $\Leftrightarrow$  coût de mise en œuvre. Il faut choisir le bon cas d'usage.
- ▶ Les données du S.I. sont fausses, incomplètes... ce qui ne permet pas de répondre en automatique via un bot.
- ▶ La demande est sensible et doit être gérée par un conseiller.
- ▶ Les demandes sont très différentes et nécessitent soit un apprentissage long avec de nombreuses règles, soit de gérer des situations très différentes (pas d'effet volume).



**| Passez à l'action !**

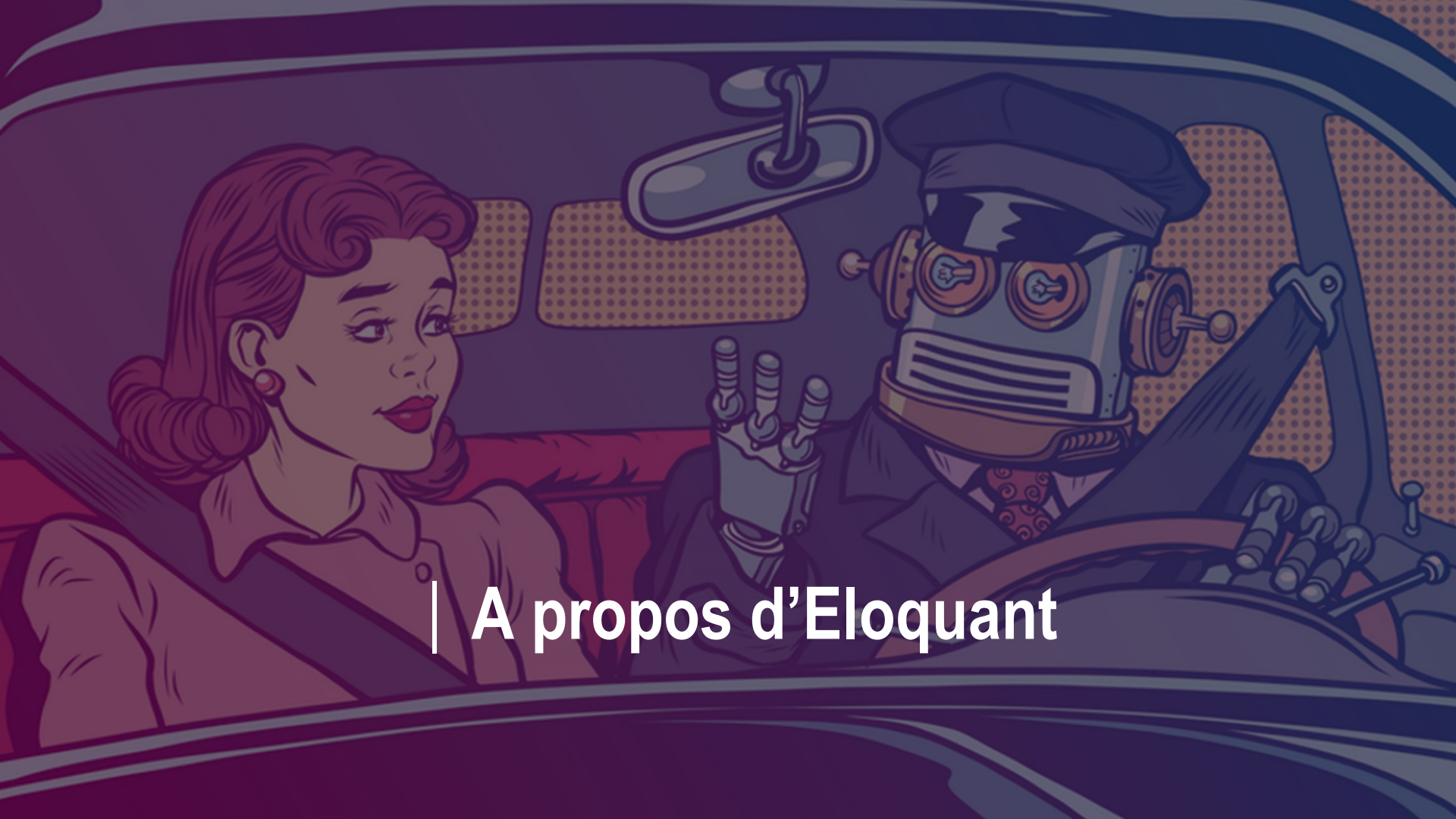
# Une méthodologie basée sur la cocréation

2 à 3 mois de mise en œuvre selon la complexité



# Demandez-nous une démonstration

- ▶ **RDV Découverte de 30 minutes :**
  - ▶ Rappel sur le fonctionnement des callbots
  - ▶ Echange sur vos cas d'usages
  - ▶ Validation de l'intérêt de la mise en place d'un callbot
  
- ▶ **Nos coordonnées :**
  - ▶ [marketing@eloquant.com](mailto:marketing@eloquant.com)
  - ▶ 0805 301 100



| A propos d'Eloquent

# Expert de la Relation Client depuis 2001 en Saas

21%

de **croissance**  
de **CA** en 2018

300

**clients actifs**  
en Europe

ISO  
27001

pour **protéger**  
vos données

90

**collaborateurs**  
sur 3 sites

3

datacenters  
**redondés et**  
**sécurisés** en  
France

G

**Gartner** « Market Guide  
Voice of the Customer  
2018 »



# Facilitateur du Dialogue et de l'Ecoute de vos clients



# Nos solutions au cœur de votre parcours client

## 01

Connectez vos SI pour **optimiser** la gestion des données client

**ORACLE**<sup>®</sup>  
PeopleSoft



eloquant.com

## 02

**Déclenchez** les interactions avec vos clients depuis vos applications métier

**servicenow**<sup>™</sup>



Microsoft  
Dynamics 365

## 03

Le pilotage en **temps réel** de la relation tout au long du parcours client



Votre CRM,  
ERP, BI...

# Eloquent à vos côtés



Une solution  
complète et un  
accompagnement  
permanent



IS 618581



## Editeur SaaS

Conception des logiciels  
Capacités d'intégration  
Expertise télécom

## Expertise métiers Relation Client

Chefs de projet & TAM  
Chargés d'études & linguistes  
Support & audit

# Dialogue : centre de contacts

## 01

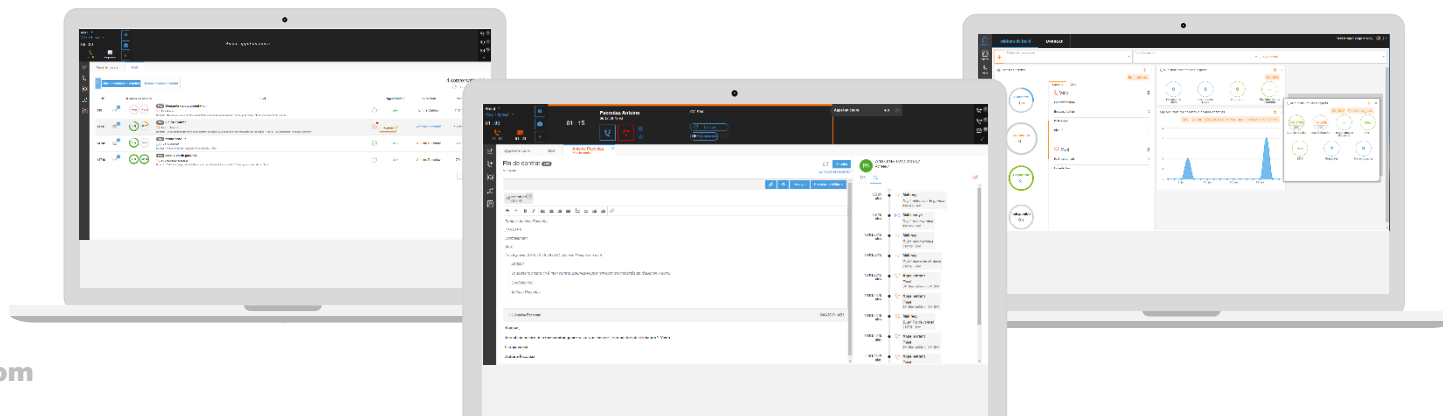
Traitez sur une **interface unique** vos appels clients, emails, chat, callback

## 02

**Personnalisez** le traitement des demandes clients : collecte, SVI, selfservice, etc

## 03

**Pilotez, historisez** et analysez l'activité de votre Service Client



# Dialogue : zoom sur le chatbot & callbots

The screenshot displays a customer portal for 'CONSOMMATION'. The top navigation bar includes a search icon, a help icon, and 'AIDE & CONTACT'. Below this, three main service buttons are visible: 'Relever mon compteur', 'Faire une demande', and 'Payer ma facture'. The main content area features a chart titled 'MA CONSOMMATION' with the date '16/01/2019'. The chart shows consumption levels from February 2017 to December 2017, with a 'Relevé client' marker in August 2017. A chatbot window titled 'SAM' is overlaid on the chart, displaying a conversation:

**SAM**

Bonjour RENEE PROVOT, je suis SAM votre assistant virtuel !

Relevez votre compteur avec moi, c'est tellement plus simple !

[Relever mon compteur](#)

<- Ecrivez moi ici 140

**01 Libérez vos agents** des tâches répétitives et à faible valeur ajoutée.

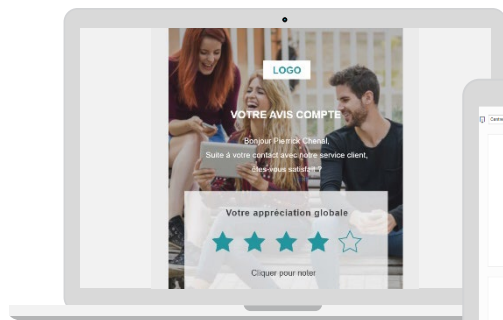
**02 Réduisez vos coûts** face aux pics de demandes et montées en puissance de votre activité.

**03 Optimisez votre parcours client** en menant des tâches ultra-personnalisées automatiquement

# Ecoute : dispositif d'écoute client en continu

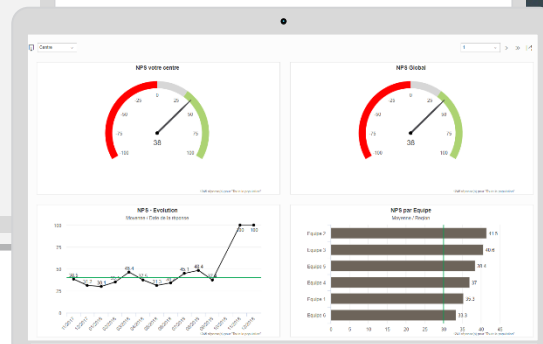
## 01

Ecoutez vos clients à **tous les moments clés** de leur parcours, à chaud et à froid, par SMS, mail ou web



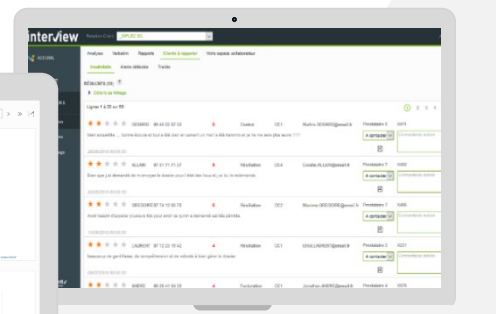
## 02

Elaborez des plans **d'amélioration en continu** et **traitez les insatisfactions** par actions correctives pour récupérer vos clients insatisfaits



## 03

**Animez** vos équipes et **réassurez** prospects et clients



# Analyse sémantique automatisée

## 01

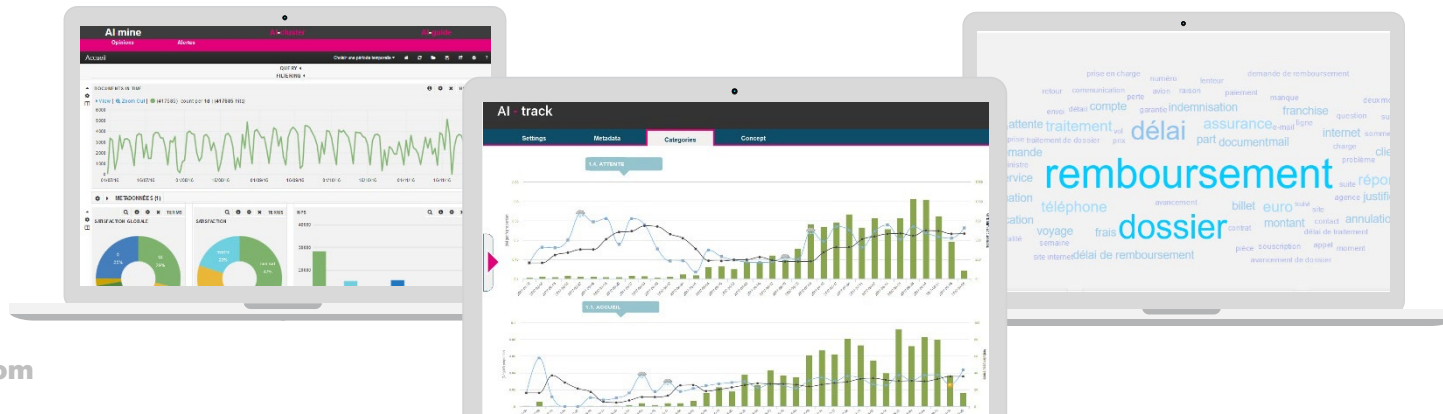
**Structurez** les commentaires écrits et vocaux de vos clients : catégories, opinions, suggestions

## 02

**Transformez** ces commentaires client en plan d'action pour vos équipes

## 03

**Déterminez** les leviers d'optimisation de l'Expérience Client : chantiers prioritaires, signaux faibles, points forts



# Monitoring parcours client

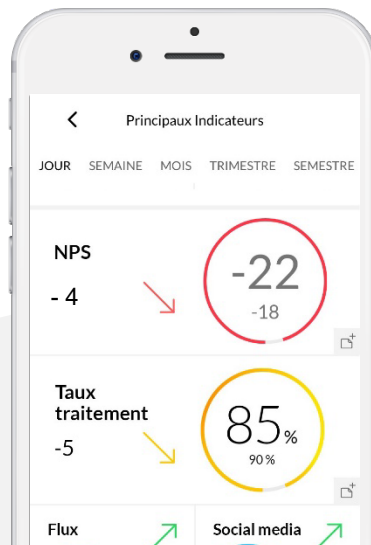
## 01

**Unifiez** tous les indicateurs de l'expérience client



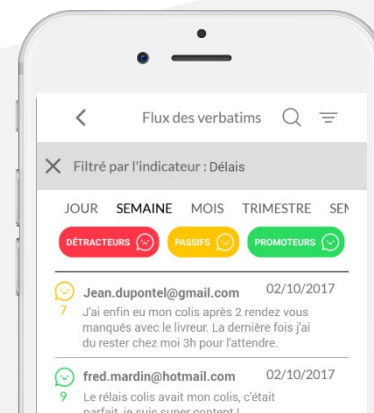
## 02

**Identifiez** les points noirs de l'expérience client pour agir immédiatement



## 03

Faites de la culture client une réalité, en plaçant **vos clients au plus près de votre cœur**



# Ils nous ont choisi récemment !



# Une relation dans la durée

AIR FRANCE **KLM**

**Adecco** Medical

**Solimut**  
Mutuelle  
de France

**CA** CRÉDIT  
AGRICOLE

**enedis**  
L'ELECTRICITE EN RESEAU

**EUROMASTER**  
Pneus et Entretien Véhicules

**Groupama**

  
LIBERTÉ • ÉGALITÉ • FRATERNITÉ  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE  
DE L'ÉDUCATION  
NATIONALE ET  
DE LA JEUNESSE

**orange™**

**ROSSIGNOL** 

**SFR**

 **TOTAL**

**DAIMLER**



## | Pourquoi Eloquent ?

### Facilitateur de votre Relation Client



Dialogue, Ecoute et Sémantique  
Expert de la Relation Client  
Engagé dans l'écosystème

### Acteur de confiance



Engagements de qualité de service  
Certifié ISO 27001  
Editeur, Opérateur & Intégrateur SaaS depuis 2001

### Relation Durable



Stabilité des équipes Eloquent  
Accompagnement dans la durée  
Nos clients sont nos meilleurs ambassadeurs !