

LE SERVICE CLIENT DE DEMAIN, ENTRE IA ET HUMAIN

Paris, 27 juin 2024

Dans un contexte d'inflation compliquant l'attraction et la rétention de nouveaux clients, le service d'assistance d'une entreprise reste essentiel pour l'engagement de sa clientèle. Cependant, se limiter à résoudre les problèmes n'est plus suffisant ; il faut également répondre à des besoins spécifiques, et ce, de plus en plus rapidement. Il est nécessaire d'anticiper les besoins spécifiques de chaque consommateur, une tâche complexe que l'intelligence artificielle (IA) peut faciliter. Il reste à déterminer l'ampleur de l'adoption de cette technologie par les professionnels, ses avantages, et la manière de se préparer aux défis liés à son utilisation.

L'importance du service client multicanal

Les nombreux moyens de contact proposés aux clients par les entreprises de notre panel illustrent l'importance de la multicanalité :

- e-mail (82 % le proposent)
- téléphone (79 %)
- live chat (39 %)
- réseaux sociaux (37 %)
- chatbot (30 %)

Bien que bénéfique pour l'expérience client, la multicanalité pose certains challenges : comment gérer la multiplication des informations partagées qu'elle engendre ? Comment garantir la cohérence du suivi des clients ? Pour les entreprises interrogées, l'une des solutions se trouve du côté de la technologie, et plus spécifiquement sous la forme de logiciels dédiés au soutien des opérations de l'assistance à la clientèle.

Quels sont les 5 logiciels les plus utilisés pour répondre aux appels du service client ?

- logiciels de téléphonie (48 % des personnes interrogées)
- logiciels de centre d'appel (41 %)
- logiciels de live chat (35 %)
- logiciels de CRM (35 %)
- logiciels helpdesk (30 %)

En plus des différents outils disponibles sur le marché, l'intégration de l'intelligence artificielle propose une avancée significative dans le domaine du service client en permettant aux entreprises de comprendre le comportement, les préférences et les besoins de leurs clients.

L'amélioration du service client grâce à l'IA

La majorité des participants à notre étude (71 %) font par ailleurs état d'un ressenti favorable vis-à-vis du déploiement de l'intelligence artificielle au sein des opérations d'assistance à la clientèle.

Les avantages de l'IA dans le service client :

- temps de réponse plus courts (52 % des répondants)
- réductions de coûts (51 %)
- informations plus nombreuses et plus précises sur les clients (34 %)

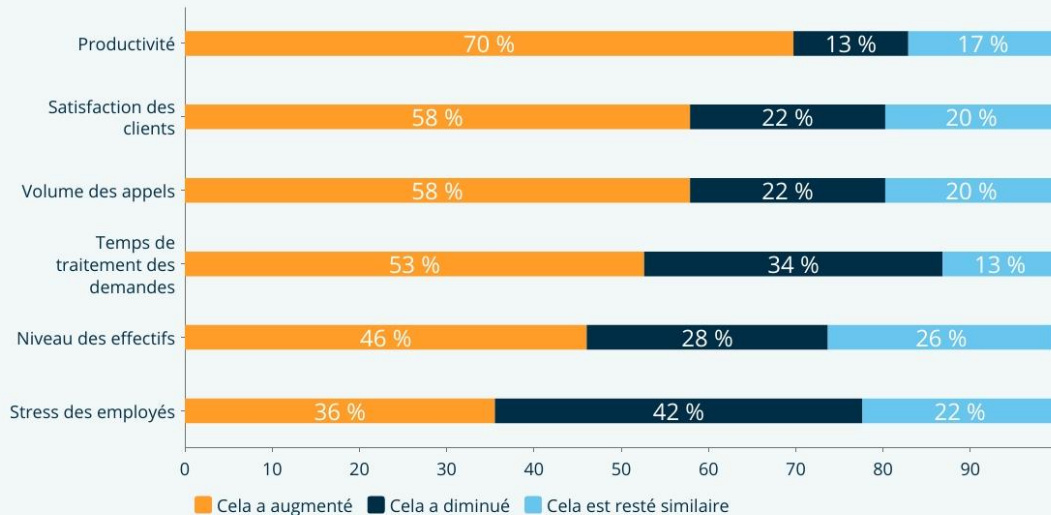
L'IA pour épauler l'humain ?

Malgré le fait que les répondants à notre enquête considèrent généralement que les agents humains sont plus efficaces pour certains aspects comme la personnalisation des interactions (70 %), la résolution des problèmes (58 %) et la réalisation de tâches courantes (54 %), certaines performances de l'IA sont cependant estimées comme supérieures en ce qui concerne :

- les conversations en plusieurs langues (58 %),
- l'analyse des données et la génération d'informations (53 %),
- l'évaluation des performances (42 %).

Selon notre étude, 39 % des départements d'assistance à la clientèle utilisent des logiciels intégrant l'intelligence artificielle. Parmi les avantages évoqués, on retrouve l'optimisation de la productivité (70 %), l'augmentation de la satisfaction des clients (58 %) ainsi que la réduction du niveau de stress (42 %).

Quel est l'impact des logiciels améliorés par l'IA sur les facteurs suivants pour les opérations de service à la clientèle de votre entreprise ?



Source: 2024 Customer Service Technology Survey
 Q: Quel est l'impact des logiciels améliorés par l'IA sur les facteurs suivants pour les opérations de service à la clientèle de votre entreprise ?
 n: 76
 Note: En raison de l'arrondi, la somme des pourcentages n'est pas égale à 100 %
 Note: Cette question a été posée aux participants dont les logiciels de service à la clientèle actuels utilisent des fonctionnalités d'intelligence artificielle

Malgré les différents avantages que peut présenter l'utilisation de l'intelligence artificielle dans le service à la clientèle, son utilisation pose parfois des défis. Les 4 challenges principaux évoqués par nos répondants sont :

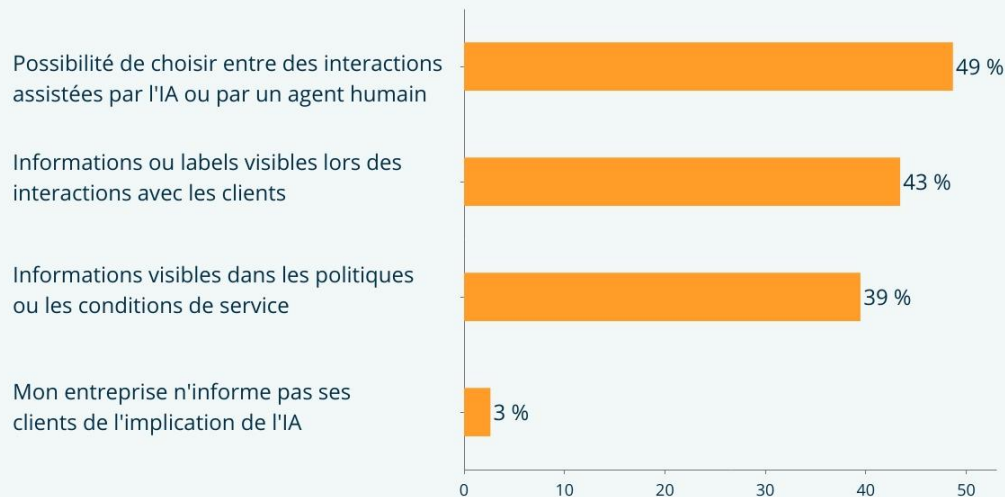
- la garantie de l'exactitude des informations (40 %),
- la conservation de la confiance des clients (37 %),
- la protection des données (35 %) et le maintien de la confidentialité ou sécurité client (32 %).

L'importance de miser sur la transparence des processus

Conserver la confiance des clients étant l'un des défis majeurs de l'IA en service client, il est nécessaire pour les entreprises d'être transparentes sur leurs politiques d'utilisation des données et de prendre des mesures de sécurité solides.

De quelle manière les entreprises informent-elles leurs clients ?

Comment votre entreprise informe-t-elle les clients de l'implication de l'IA dans les interactions avec le service client ?



Source: 2024 Call Center Technology Survey

Q: Comment votre entreprise informe-t-elle les clients de l'implication de l'IA dans les interactions avec le service client ? Sélectionnez toutes les options applicables.

n: 76

Note: Plusieurs réponses possibles, la somme des pourcentages est supérieure à 100 %

Note: L'option "Autre" n'est pas visible sur ce graphique

Note: Cette question a été posée aux répondants dont les logiciels de service client utilisent des fonctionnalités d'intelligence artificielle

Le futur des centre d'appels

L'utilisation de l'IA en service client est plus qu'une simple tendance éphémère puisqu'elle transformera sur le long terme les activités de ce domaine. Il semblerait même que 48 % des interactions dans un centre d'appel seront gérées par l'IA d'ici 5 ans selon les entreprises interrogées.

Les entreprises ont donc tout intérêt de mettre en place cette technologie présentant divers atouts pour aider les centres de contact à fonctionner plus efficacement. Cependant, l'introduction de l'IA n'est pas sans présenter certaines difficultés. Le traitement automatique de larges volumes de données peut aussi entraîner des problèmes de confidentialité et de sécurité si l'humain n'entre plus en jeu.

Méthodologie

L'étude Capterra 2024 Customer Service Technology Survey a été menée en mai 2024 auprès de 2 307 répondants aux États-Unis (n=199), au Canada (n=200), au Brésil (n=188), au Mexique (n=184), au Royaume-Uni (n=194), en France (n=196), en Italie (n=183), en Allemagne (n=187), en Espagne (n=191), en Australie (n=193), en Inde (n=200), et au Japon (n=192). L'objectif de l'étude était d'explorer la manière dont les technologies émergentes des centres d'appels permettent aux marques d'offrir des expériences exceptionnelles à leurs clients. Les personnes interrogées ont été sélectionnées en tant qu'employés à temps plein dans des organisations comptant de 1 à 2 499 salariés. Ils doivent être impliqués dans les opérations de service à la clientèle, utiliser ou acheter un logiciel de service à la clientèle et traiter les appels téléphoniques du service à la clientèle en interne ou en externe.

À propos de Capterra

Capterra est la destination n°1 afin de trouver le logiciel idéal. Notre plateforme comprend plus de 95 000 solutions parmi 900 catégories de logiciels et offre un accès à plus d'1,8 million d'avis vérifiés, vous permettant de gagner du temps, d'accroître votre productivité et d'accélérer votre croissance.

Contact presse:

Dorine Mandin - Spécialiste marketing, Capterra
dorine.mandin@gartner.com