

5 étapes pour intégrer l'IA à votre service client

Le saviez-vous? 1 décideur sur 3 qui a mis en oeuvre l'IA déclare que l'utiliser pour prévoir les besoins des clients et offrir des expériences personnalisées est un facteur clé pour générer du ROI.

Et l'IA n'a pas besoin d'être compliquée. Voici comment vous pouvez libérer tout le potentiel de l'IA dans le service client pour enchainer les clients digital-first.

1

Définir la manière dont votre équipe utilisera l'IA

Concentrez-vous sur l'expérience client et assurez-vous que vos agents comprennent que l'IA n'est qu'un outil de leur arsenal parmi d'autres. Ce n'est en aucun cas un remède miracle pour chaque problème.

Définissez les attentes avec votre équipe concernant le fonctionnement de l'IA, les problèmes que vous souhaitez résoudre à l'aide de l'IA et de l'automatisation, et la manière dont l'IA peut faciliter les tâches existantes de vos agents.

L'IA n'est pas un remède miracle pour chaque problème. Ce n'est qu'un outil de votre arsenal parmi d'autres. Ainsi, pour que l'IA soit la plus efficace possible pour votre service client, il est primordial de se concentrer sur l'expérience client.

Il est essentiel de définir l'objectif de l'IA dans le cadre de l'expérience client en :

utilisant l'IA pour réduire la friction :

les chatbots dotés d'une IA sont conçus pour aider les clients à obtenir une résolution instantanée sans avoir à attendre qu'un agent soit disponible. Si votre objectif est d'utiliser les chatbots pour automatiser 50 % des requêtes des clients, cela signifie que la moitié restante du volume de requêtes continuera à entraîner une friction pour le client.

se concentrant sur le score de satisfaction client :

pour une mise en œuvre efficace de l'IA, les interactions avec les chatbots doivent fournir au client une expérience équivalente voire meilleure qu'avec un agent. Si un chatbot ne fonctionne pas la première fois, les clients choisiront un autre canal de communication.

2

Identifier ce que vous devez automatiser`

Les requêtes de vos clients peuvent être classées en trois groupes :

L1 de base : ces requêtes sont des questions générales fréquentes et portent sur des sujets comme « Quelle est votre politique de

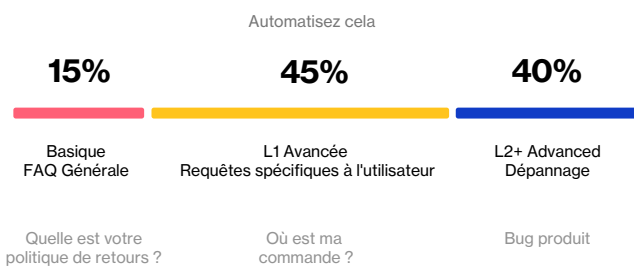


remboursement ? » ou « Comment faire pour annuler ma commande ? ». Elles représentent globalement 15 % de vos requêtes.

L1 avancé : ces requêtes concernent spécifiquement l'utilisateur : « Où en est mon remboursement ? » ou « Où se trouve ma commande ? ». Elles représentent globalement 45 % de vos requêtes.

L2+ : ces requêtes impliquent une résolution des problèmes avancée concernant des problèmes plus techniques comme un bug du produit. Elles représentent globalement 40 % de vos requêtes.

L'essentiel des requêtes des clients sont généralement des requêtes de catégorie L1 avancé ou des questions spécifiques à l'utilisateur. Toutefois, la plupart des entreprises automatisent uniquement les requêtes L1 de base, ce qui rend l'automatisation moins efficace qu'elle ne pourrait l'être.



Vous devez analyser et classer le type de requêtes les plus fréquentes et celles qui occupent la majorité du temps de vos agents. Lorsque vous aurez identifié les obstacles de votre processus, concentrez-vous sur la manière dont l'IA et l'application de l'automatisation peuvent vous aider à les résoudre.

Pour l'application de paiement mobile ayant la plus forte croissance d'Inde, il a suffi d'intégrer des bots pour traiter les requêtes L1 avancé, ce qui a réduit la charge de travail des agents.

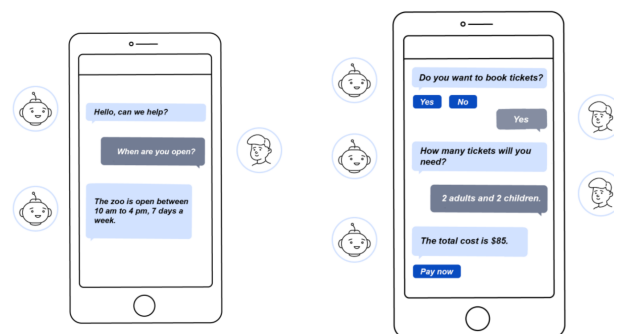
[Lire la suite ->](#)

Témoignage d'un client : "60 % de nos tickets ou conversations sont entièrement automatisés. Cela signifie qu'ils sont traités sans qu'aucun être humain n'intervienne."
- Vishal Gupta, chef de produit, PhonePe

3 Choisir entre construire et acheter

L'IA peut être facile. Vous n'avez pas besoin de bots en langage naturel, complexes et onéreux pour gérer des conversations simples. La plupart du temps, plus c'est simple, mieux c'est. Pensez aux flux de travail IVRS, mais sur un chat.

Les chatbots dotés d'IA peuvent être un bot à faible code facile à construire pouvant se lancer sur votre site Internet en quelques minutes. Ces chatbots peuvent utiliser des flux de travail déclenchés afin de non seulement répondre à la requête d'un client, mais aussi identifier l'intention et réaliser une vente sans que le client n'ait à quitter la fenêtre de conversation. Avec les bots à faible code, vous pouvez également itérer et améliorer le bot sans avoir à faire appel à des tiers ni à des développeurs.



Pour Cred, un fournisseur de services financiers, les bots ne se contentent pas de fournir des réponses intelligentes automatisées, mais ils agissent également comme des instances décisionnelles et actives, réduisant de 50 % le besoin en agents !

4 Mettre en place un transfert efficace vers les agents

Malgré leur efficacité, les bots ne parleront jamais aussi bien qu'un être humain et ne pourront jamais avoir réponse à tout. Vos clients ne manqueront pas de tester les limites d'un bot, que ce soit de manière intentionnelle ou pas. Il est donc important de disposer d'un processus pour passer au plan B.



Lorsque votre bot n'a pas la réponse, laissez-le céder sa place et transférer la conversation à un agent humain, notamment lorsqu'un client s'énerve ou s'impatiente. Les chatbots dotés d'IA peuvent détecter la frustration et transférer intelligemment les conversations à un agent. Cela signifie que lorsqu'un client en colère dit : « Je ne veux pas parler à un robot. Passez-moi quelqu'un. », le bot transférera automatiquement la conversation à un agent.

Les librairies Tree of Life utilisaient des bots pour recueillir des informations initiales auprès des clients, ce qui faisait gagner 3 à 5 minutes aux agents pour chaque interaction et leur permettait de disposer de toutes les informations nécessaires lors du transfert.

[Lire la suite ->](#)

5

Simplifier les procédés internes pour économiser du temps et des efforts

L'IA et l'automatisation sont indéniablement utiles pour la relation avec les clients, mais elles peuvent également être très utiles pour renforcer l'efficacité des procédés internes. Chaque jour, vos agents répètent un certain nombre de tâches obligatoires. Le fait de les automatiser peut rendre le travail plus intéressant pour vos équipes. Voici quelques exemples de la manière dont l'automatisation et l'IA peuvent améliorer la productivité :

- Lorsqu'un ticket arrive, le responsable de l'équipe doit orienter le ticket vers le bon agent. Cette tâche requiert généralement un processus manuel chronophage qui peut être automatisé à l'aide de quelques règles d'automatisation rapides et de l'IA.

- Les agents doivent trier, classer et ajouter un tag sur tous leurs tickets. C'est autant de temps qu'ils ne passent pas à résoudre les requêtes des clients. L'IA peut se charger entièrement de cette tâche en identifiant des mots clés dans la ligne d'objet et dans le message pour classer et ajouter un tag automatiquement à chaque ticket.
- Les agents doivent connaître tous vos produits, chaque type de client et chaque marque de requête afin de pouvoir comprendre et résoudre efficacement les problèmes des clients. L'IA peut simplifier cette tâche titanesque en suggérant les articles de solution les mieux adaptés, ce qui évite à votre agent de devoir consulter manuellement une liste interminable dans la base de connaissances.

Bonus



donner un bot personnel à vos agents

Les bots assistants peuvent aider vos agents à localiser rapidement une information, leur indiquer la meilleure démarche à suivre pour résoudre les tickets et même accélérer l'intégration des nouvelles recrues. Vos super-héros ont besoin d'un acolyte puissant capable de leur fournir la bonne information au bon moment et d'améliorer la performance de l'équipe !

Vous souhaitez intégrer l'IA dans vos opérations de service client ?

[Planifiez une démo personnalisée maintenant ->](#)

