

Révolutionner la Relation Client avec l'Intelligence Artificielle Générative

Le 4 juillet dernier, l'Association Française de la Relation Client (AFRC) a restitué le livre blanc « **Transformer votre Relation Client avec l'IA Générative** » co-réalisée par la société Accenture et un groupe de travail de professionnels de l'expérience client

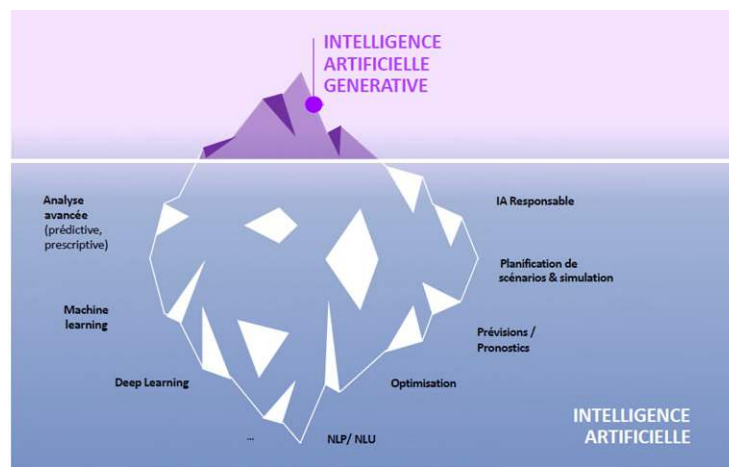
Lors de cet événement, plus de 250 professionnels de la Relation Client se sont réunis pour découvrir les apports de l'Intelligence Artificielle Générative à l'expérience client et ainsi, échanger les uns avec les autres sur ses différentes plus-values.

« *En effet quel secteur, quel métier ne sera pas affecté, augmenté, transformé par l'Intelligence artificielle générative, cette IA qui s'appuie sur ces grands modèles de deep learning préformés sur de grandes quantités de données et qui ne cessent de se développer.* » selon Eric Dadian.

Le Président de l'AFRC a donné sa vision sur l'évolution des technologies et des applications d'IA et d'IA Générative à saisir dans tous les domaines et surtout dans la relation client : « speed, speed, speed, la vitesse des progrès de l'IA Générative est impressionnante et dans les 10 prochaines années tous les métiers se transformeront; les entreprises auront de nombreux défis à relever autour de la DATA, la sécurité, l'éthique et l'environnement, la montée en compétences des collaborateurs, les organisations...; elles doivent profiter aujourd'hui des progrès technologiques si elle ne veulent pas être disruptées.

L'IA Générative et la transformation de la relation client

L'IA Générative constitue l'avancée technologique la plus significative de ces dernières années dans l'analyse de données. Il s'agit d'une technologie avancée qui permet de générer du contenu original, tel que des textes, des images, de la musique et des vidéos avec une qualité exceptionnelle, souvent presque indiscernable de celle produite par l'homme.



Sources: "A new era of Generative AI for Everyone", Accenture; "The art of AI maturity", Accenture

Source Accenture, tous droits réservés

L'IA générative change en continu et fondamentalement la manière dont les entreprises engagent et fidélisent leurs clients

- Grâce à l'analyse de sentiment, qui permet d'analyser les retours clients à une granularité très fine, et de manière qualitative, il devient possible de comprendre les clients et de personnaliser les interactions à un niveau inédit, en générant des réponses et des contenus adaptés spécifiquement aux besoins de chaque client.
- Elle assure également une cohérence dans toutes les interactions du client avec la marque, quel que soit le canal (e-commerce, point de vente, etc.), en s'appuyant sur les mêmes bases de connaissance. Cela permet de maintenir des éléments de langage de qualité proche de celle de l'humain et de garantir une cohésion dans l'ensemble des messages de la marque à travers les différents points de contact.

« L'IA Générative appliquée au domaine de la relation client donne les moyens de passer à l'échelle sur les 2 grands piliers fondamentaux que sont l'agent, maintenant réellement augmenté, et le client, enfin autonome. Elle permet de mieux adresser les volumes de contact en filtrant et dissuadant intelligemment les cas simples en self-care pour que l'escalade vers un conseiller puisse être optimale, dans la justification comme dans le traitement, sur tous les canaux et dans toutes les langues. » souligne Marc Bussienne, Head of operation excellence chez ManoMano

La relation client devient ainsi le secteur clé où l'IA générative exerce son potentiel transformationnel, rendant cette technologie hautement stratégique pour les entreprises aujourd'hui.

L'IA Générative, l'avancée technologique la plus significative de ces dernières années

Ses capacités d'analyse de données se développent de manière exponentielle ...



... grâce à des modèles de données plus poussés.



Sources: "A new era of Generative AI for Everyone", Accenture; "The art of AI maturity", Accenture

Source Accenture, tous droits réservés

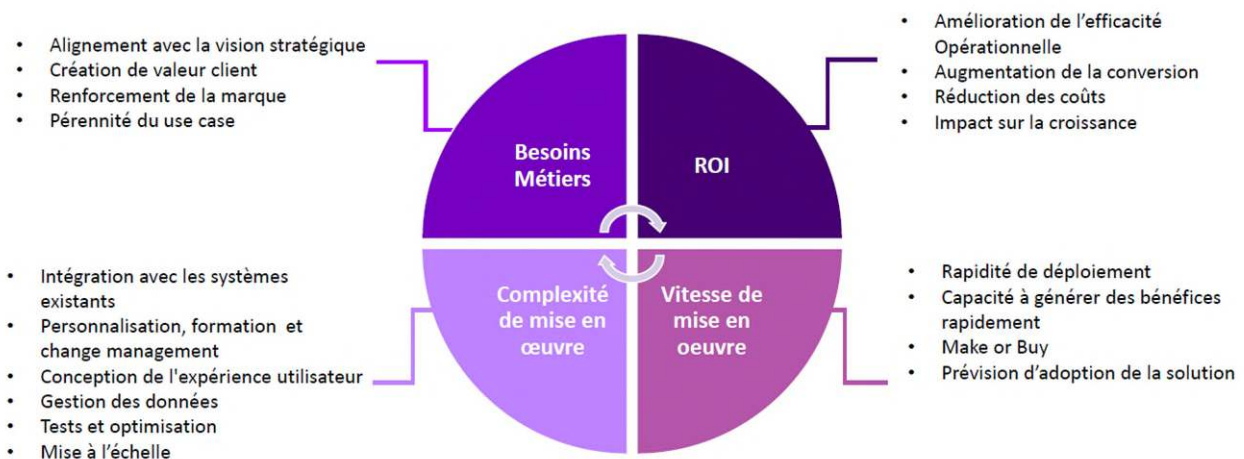
L'IA générative permet d'optimiser toutes les étapes de la relation client, d'accroître l'efficacité des processus en interne, et de contribuer à la formation des agents de manière exponentielle. Elle permet notamment de :

- Transformer les interactions client en permettant une analyse détaillée des sentiments, aussi bien textuels que vocaux. Elle génère des contenus hautement personnalisés,
- Améliorer les processus internes en automatisant les tâches répétitives et en gérant de nombreuses demandes clients. Cela libère du temps pour les équipes, leur permettant de se concentrer sur des activités stratégiques où l'intervention humaine est essentielle.
- Personnaliser les formations en fonction des besoins des utilisateurs, permettant une montée en compétences rapide et adaptée.

Selon Frédéric Daniel, Head of Client Services Centers central Team chez Louis Vuitton Malletier « *L'IA Générative est un outil, ni magique, ni une alternative au cœur de la relation humaine reposant sur de l'authenticité. Il faut donc partir des cas d'usage et de besoins bien qualifiés, et ne pas faire « de l'IA Générative pour de l'IA Générative ».*

La relation client devient ainsi le secteur clé où l'IA générative exerce son potentiel transformationnel, rendant cette technologie hautement stratégique pour les entreprises aujourd'hui.

Comment prioriser ses cas d'usage de la Relation Client ?



Source Accenture, tous droits réservés

Pour Laurent Pluchon, Directeur de la Relation Client chez Chronopost « *L'IA générative va accélérer le recentrage du conseiller sur ce qui fait sa force et sa valeur : son humanité. Les cas d'usage les plus crédibles serviront à mon sens plutôt nos organisations et donc l'efficacité de*



l'agent et sa posture relationnelle. Ce que certains pourraient concevoir comme étant une « fin » du métier de contact « traditionnel » est à voir comme une réelle opportunité d'évolution du métier de conseiller. »

Pour les entreprises souhaitant se lancer sur un projet d'IA Générative appliquée à la relation client sa réussite repose sur quelques fondements :

- Impliquer activement les équipes fonctionnelles à toutes les étapes du projet, de l'expression des besoins initiaux au suivi post-déploiement, en centralisant les retours.
- Choisir des solutions flexibles et évolutives compatibles avec l'écosystème technique actuel et futur.
- Créer une base technologique commune pour standardiser les approches, éviter les redondances et maximiser les apprentissages passés.
- Établir dès le début des normes élevées de conformité et d'éthique, incluant la protection des données dès la conception et impliquer les DPO pour garantir la sécurité des données.
- Adopter une approche pluridisciplinaire en constituant une équipe aux compétences variées (UX designers, experts techniques, spécialistes métiers, copywriters).
- Favoriser une culture d'apprentissage et d'adaptabilité pour évoluer avec la solution et profiter des innovations.
- Planifier des déploiements progressifs et prévoir la possibilité de revenir en arrière rapidement en cas de comportement imprévu de l'IA.

"Pour mener à bien ces initiatives, il est primordial de les envisager en tant que projets informatiques classiques, en appliquant les bonnes pratiques qui ont fait leurs preuves : définir clairement les objectifs, gérer rigoureusement le projet, les intégrer au système d'information et réaliser des tests approfondis. Toutefois, il est important de garder à l'esprit que cette innovation introduit une part d'incertitude, que ce soit en termes de succès, de délais de mise en œuvre ou encore de qualité de service. Il est donc recommandé de rester ouvert et flexible quant aux choix technologiques, afin de pouvoir sélectionner les solutions les plus performantes et de pouvoir facilement changer de fournisseur si besoin." selon Simon Giraudy, Directeur Stratégie, Outils et Innovation Relation Client chez Bouygues Telecom.

L'étude se conclut par un panorama des éditeurs de solution de relation client utilisant l'IA Générative, d'un panorama des éditeurs en fonction des cas d'usage ainsi qu'un zoom sur une sélection de 15 éditeurs interviewés qui présentent leurs solutions embarquant de l'IA générative, afin de proposer aux lecteurs un aperçu un peu plus détaillé des offres qui existent sur le marché.



A propos de l'AFRC

Créée en 1998, l'Association Française de la Relation Client est une communauté de professionnels qui rythme la transformation des entreprises et de l'économie par l'Expérience Client et Collaborateur. Elle compte plus de 3500 membres et 310 entreprises issues de 23 secteurs d'activité.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur afrc.org

A propos d'Accenture

Accenture is a leading global professional services company that helps the world's leading businesses, governments and other organizations build their digital core, optimize their operations, accelerate revenue growth and enhance citizen services—creating tangible value at speed and scale. We are a talent- and innovation-led company with approximately 750,000 people serving clients in more than 120 countries. Technology is at the core of change today, and we are one of the world's leaders in helping drive that change, with strong ecosystem relationships. We combine our strength in technology and leadership in cloud, data and AI with unmatched industry experience, functional expertise and global delivery capability. We are uniquely able to deliver tangible outcomes because of our broad range of services, solutions and assets across Strategy & Consulting, Technology, Operations, Industry X and Song. These capabilities, together with our culture of shared success and commitment to creating 360° value, enable us to help our clients reinvent and build trusted, lasting relationships. We measure our success by the 360° value we create for our clients, each other, our shareholders, partners and communities.

Visit us at www.accenture.com.

A propos du Groupe de travail d'experts

Ce groupe de réflexion composé de l'AFRC, de consultants et d'experts Accenture et des membres professionnels et ayant l'expérience de projets d'IA générative se sont réunis pendant 6 mois pour élaborer le livre blanc. Les membres AFRC professionnels de l'expérience client sont :

- Simon Giraudy, Directeur Stratégie, Outils et Innovation Relation Client chez Bouygues Telecom.
- Laurent Pluchon, Directeur de la Relation Client chez Chronopost
- Marc Bussienne, Head of operation excellence chez ManoMano
- Frédéric Daniel, Head of Client Services Centers central Team chez Louis Vuitton Malletier
- Alexander Micklewright , Co-Founder and Director of Open Innovation chez Illuin Technologies

Contact presse : Rafaela Pereira – rpereira.ext@afrc.org