

L'expérience client émotionnelle et immersive



Véronique Godart
Managing Partner –
Activeo

Dans un contexte incertain et concurrentiel, la relation client est un véritable levier pour doper la performance de la marque et le centre de relation client, la tour de contrôle pour parfaire l'anticipation des besoins et la connaissance client. On note l'évolution des comportements avec un client plus acteur de sa relation avec la marque, en quête de valeur refuge, d'un accompagnement attentionné, vrai et personnalisé. L'évolution des tendances nourrit et enrichit notre offre et notre capacité à délivrer la valeur ajoutée attendue.

Des maturités CX inégales, des solutions qui s'adaptent

Le marché reste très inégal et rares sont les marques dont les parcours clients sont fluides et performants de bout en bout. Aujourd'hui, trébucher dans l'interminable parcours est chose courante et largement vécu par le client dans sa relation à distance avec la marque. Cependant, les technologies et les pratiques métier permettent plus aisément :

- De s'adapter à un client plus exigeant et engagé, en exploitant l'écoute et la data pour mieux anticiper ses attentes et aller vers de nouvelles logiques de suggestion
- D'intégrer des approches plus frugales et plus durables, en s'appuyant sur des technologies agiles et évolutives et une culture de l'innovation.
- D'offrir une expérience humaine et personnalisée, en automatisant le répétitif par exemple tout en valorisant l'humain.

Chez Activeo, nous accompagnons la transformation relationnelle en proposant la solution multicanale la plus adaptée, en accompagnant le développement de l'usage à tous les niveaux et en innovant pour engager durablement le client et mieux le servir.

L'innovation incontournable, la place de l'IA

Transverse à tous les métiers, l'intelligence artificielle s'est durablement installée dans notre quotidien. Nous avons tous, à notre niveau, expérimenté une forme de compagnonnage avec elle — parfois avec brio, parfois avec tâtonnement, mais toujours dans une logique d'apprentissage.

L'IA a trouvé une véritable légitimité dans la relation client, non pas pour remplacer l'humain, mais pour l'augmenter. Elle offre de nombreuses opportunités sans dénaturer la valeur de l'humain. Automatiser les tâches répétitives, mieux préparer les interactions en amont ou faciliter la clôture d'un contact est au cœur des projets que nous menons. Elle capte l'intention, enregistre, traduit, synthétise, analyse... et propose des réponses contextualisées, pertinentes et documentées. Autant de leviers qui renforcent la posture du conseiller et enrichissent son expertise. Une IA qui s'inscrit désormais jusque dans le parcours de formation avec des dispositifs plus immersifs et plus interactifs.

Sans oublier que l'expérience client et celle de l'agent tendent à se rejoindre : interface unifiée, multicanalité, monitoring, vision 360° pour favoriser le confort de l'agent et accroître l'autonomie et la satisfaction client.

Compétences combinées, projets gagnants

Notre rôle est plus que jamais stratégique et fort de la combinaison de nos 3 métiers (conseil, intégration et édition de logiciels), nous œuvrons à faire se parler et se connecter les différentes briques technologiques et fonctionnelles en association avec les outils métiers du client. Nous sommes d'ores et déjà très impliqués sur plusieurs projets innovants (agents conversationnels, analyse de la voix, transcription, ...) pour lesquels notre capacité de développement ou de conseil métier est un véritable atout. Nous mettons nos savoir-faire à disposition de nos clients et de nos partenaires pour assurer la réussite des projets de bout en bout : de la phase amont, au support en 24/7 pour assurer la maintenabilité et l'évolution des systèmes sans oublier notre capacité à former les utilisateurs.