

A Genesys eBook

Cinq tendances technologiques qui révolutionnent l'expérience client

 GENESYS™





Cinq tendances technologiques qui révolutionnent l'expérience client

Le parcours de l'information évolue. Aujourd'hui, les consommateurs s'imprègnent de contenus à travers de multiples canaux et modes de communication, et ce en toute fluidité. Ils recherchent, regardent, écoutent, lisent, tapent et parlent pour trouver rapidement les réponses à leurs questions. Quant au partage d'informations, non seulement il n'a jamais été aussi utile, mais il se développe aussi à une vitesse phénoménale. Découvrez ici les cinq tendances technologiques qui façonnent actuellement la manière dont les clients accèdent à l'information et interagissent avec leurs clients.

#1 Multimodalité



73 % des internautes adultes déclarent que le meilleur service est celui qui leur fait gagner du temps.

Il faut redéfinir l'expérience client pour l'adapter à la nouvelle mentalité multimodale. Vitesse et choix sont les maîtres mots de cette nouvelle vision, sans oublier le fameux côté « tendance », difficile à mesurer en soi. En d'autres termes, il ne suffit pas d'ajouter un énième canal pour satisfaire vos clients. Selon le rapport Forrester Research intitulé Tendances 2016 : l'avenir du service client (en anglais), aux États-Unis, 73 % des internautes adultes déclarent que le meilleur service est celui qui leur fait gagner du temps.

D'autre part, il faut repenser les modes de captation et de partage de l'information. Autrement dit, nous devons développer de nouveaux contenus multimodaux facilement transférables du canal texte vers les canaux photo, audio, vidéo, et plus encore. Ce type de communication fluide entre les clients et les agents accélérera la résolution de leurs requêtes.

#2 Internet des objets

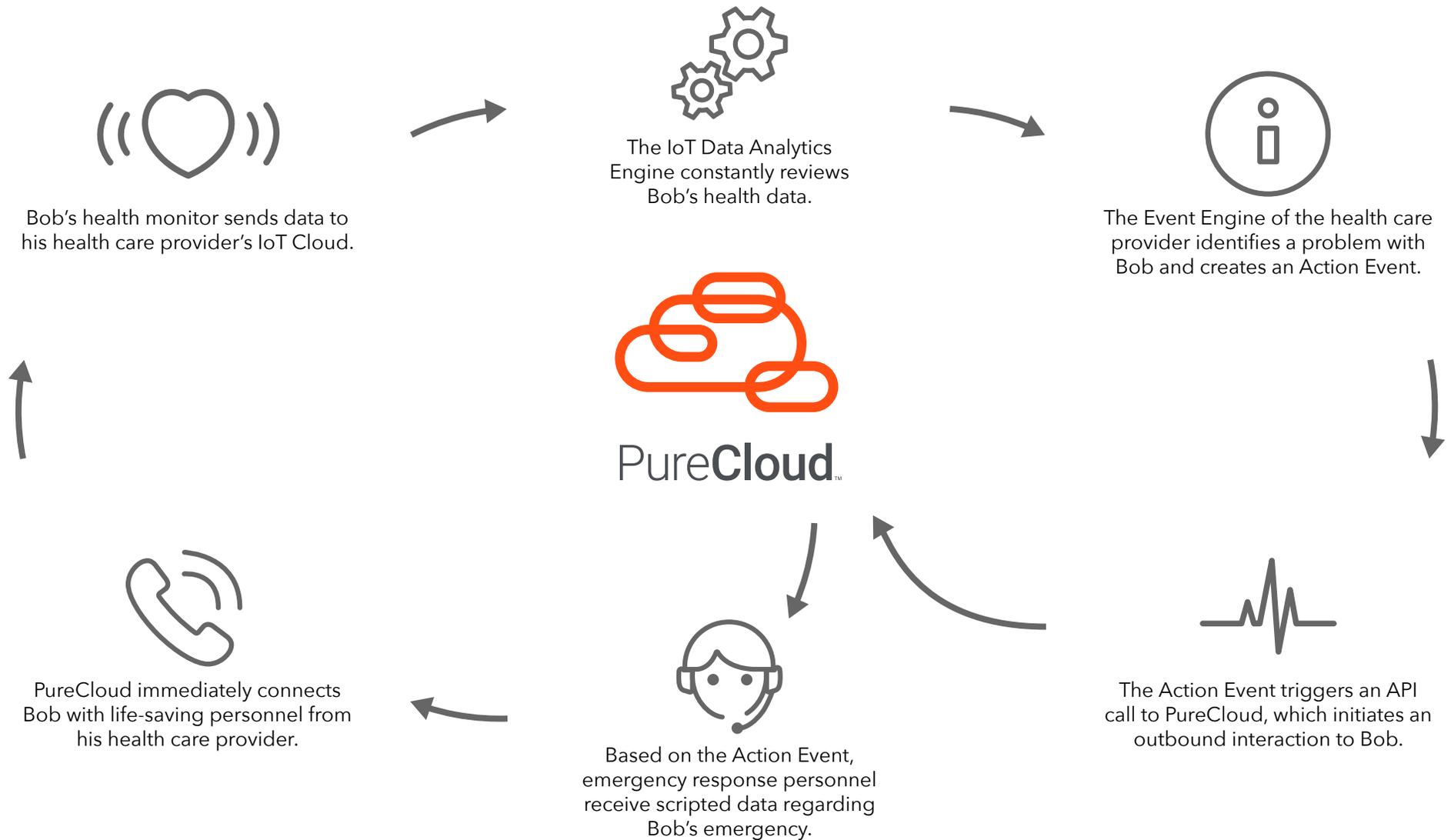


Le nombre d'objets connectés devrait connaître une hausse exponentielle, pour dépasser les 25 milliards d'ici à 2020.

Certes, un « objet » n'est pas vraiment un canal de communication au même titre que la voix, le chat, la messagerie électronique, etc. L'objet connecté désigne un appareil comme on en trouve partout (à la maison, sur votre poignet ou dans votre voiture). Or, ces objets génèrent une quantité astronomique d'interactions automatiques en temps réel. Il semble donc logique de considérer l'Internet des objets (IoT) comme le nouveau canal de communication incontournable. D'autant plus que le nombre d'objets connectés devrait connaître une hausse exponentielle, pour dépasser les 25 milliards d'ici à 2020, selon le rapport Gartner, Inc. intitulé **Prévisions 2016 : support et service client CRM** (en anglais).

L'engagement client d'aujourd'hui passe par l'anticipation et la proactivité, de même que par des réponses rapides et cohérentes qui font réellement la différence. L'automatisation et l'analyse prédictive vous permettent de jouer la carte de la prévention. Et même lorsque des problèmes surviennent, pour pouvez les régler avant qu'ils n'impactent vos clients, ou du moins prendre des mesures immédiates pour rétablir la situation, voire sauver des vies.

PureCloud: Healthcare Example



#3 Science des données

74 % des responsables analytiques prévoient d'utiliser le Big Data pour l'analyse de leur service client.

Seule une capacité à transformer l'analyse de données en actions concrètes permet de survivre dans l'ère du digital. À ce jeu-là, les entreprises capables d'exploiter la puissance du Big Data et des modèles mathématiques sauront offrir un service client plus proactif, rapide et contextuel. Ainsi, selon les **Cinq grandes questions sur le Big Data posées** par Forrester, 74 % des responsables analytiques prévoient d'utiliser le Big Data pour l'analyse de leur service client.

Libérez tout le potentiel de la science des données pour offrir des expériences clients ultra-personnalisées, facteur de différenciation de votre entreprise. Établissez des partenariats avec des fournisseurs cloud spécialisés dans l'analytique de données et équipés des technologies adaptées. Stockez des quantités infinies d'informations opérationnelles et comportementales. Enfin, misez sur le machine learning pour détecter les tendances et comportements récurrents qui formeront la base de votre offre d'expérience client.



#4 Bots

L'automatisation des processus métiers à l'aide de bots devrait générer des opportunités importantes pour la quasi-totalité des entreprises. Selon un article du site CIO.com consacré aux bots et à l'automatisation en entreprise, les analystes prévoient un impact mondial à hauteur de plus de 9 000 milliards de dollars, avec pas moins de 230 millions de travailleurs concernés.

Un bot est un logiciel qui exécute une tâche automatique via Internet. Auparavant, les bots effectuaient des tâches répétitives et ordinaires. Mais avec les progrès spectaculaires de l'intelligence artificielle et du machine learning, ils se sont métamorphosés en créatures de génie du digital.

Imaginez un monde où les bots, les managers et agents des centres de contacts uniraient leurs forces pour mieux servir les clients. Au-delà des gains de productivité générés par le développement des interactions digitales, les bots peuvent puiser dans les données des connaissances qui promettent de bouleverser la vie de vos clients – dans le bon sens du terme. À vous de laisser libre cours à votre créativité.

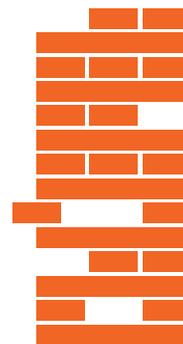


#5 Microservices

Les applications cloud les plus anciennes reposent pour la plupart sur une plateforme monolithique. Autrement dit, elles offrent une fiabilité, une évolutivité et des capacités d'innovation limitées. Un seul problème peut entraîner une contagion à d'autres niveaux, au point même de provoquer des interruptions de service pour de nombreux clients.

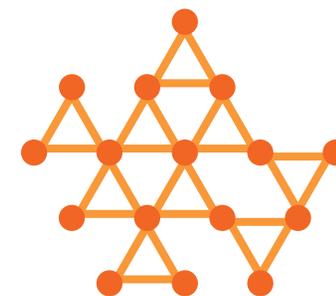
Pour y remédier, investissez dans une architecture cloud de nouvelle génération, divisant les applications en centaines de microservices indépendants. Par exemple, un microservice peut gérer les appels sortants, tandis qu'un autre achemine les appels entrants des clients. Ainsi, la défaillance de l'un n'a aucune incidence sur les autres. Ce système offre donc des niveaux de fiabilité sans précédent.

En outre, les montées en capacités s'opèrent au niveau de chaque microservice pour assigner les ressources de façon plus granulaire et ciblée. Les fournisseurs cloud qui créent des applications sur ce type d'architecture innove rapidement grâce à l'ajout constant de nouveaux microservices. Il est primordial que votre parc applicatif suive l'évolution rapide de votre entreprise. Car c'est sur lui que repose l'atteinte de vos objectifs.



Architecture monolithique

Si une application tombe en panne, toutes les autres s'arrêtent



Microservices

Si une application tombe en panne, une autre prend le relais

Franchissez un nouveau cap dans votre expérience client

Pour laisser à vos clients le choix de leur point de contact, misez sur PureCloud by Genesys. Cette plate-forme centralisée vous permettra d'atteindre des niveaux d'engagement client qui dépasseront leurs attentes actuelles tout en s'adaptant rapidement à l'évolution de leurs préférences.

[En savoir plus](#)

[Demandez une démo](#)

[Achetez PureCloud](#)



Genesys®, c'est un leadership mondial de plus de 25 milliards d'expériences clients par an. Chaque jour, nous aidons vos collaborateurs à dialoguer avec vos clients sur tous les canaux. Plus de 10 000 entreprises dans plus de 100 pays misent sur notre plateforme d'expérience client n° 1 du marché. Sur site ou dans le cloud, les solutions Genesys misent sur le meilleur des technologies et de l'intelligence humaine pour promouvoir une communication fluide, instinctive et productive, à votre image.

**Contactez-nous par
téléphone au 01 41 10 17 17**

**Site web :
genesys.com/fr**

Copyright ©2017 Genesys. All Rights reserved.
Genesys and the Genesys logo are registered trademarks of Genesys. All other company names and logos may be registered trademarks or trademarks of their respective companies.

Connect with Genesys via genesys.com, social media, and the **Genesys blog**.

