

LE CHATBOT, NOUVEAU COMPAGNON IDÉAL DU CLIENT ET DU COLLABORATEUR !

ERIC COHEN



Il surgit en bas de la fenêtre quand vous vous connectez pour réserver un billet de train. Vous lui dites que vous voulez aller à «Trois», et il vous corrige pour vous demander quand vous souhaitez partir à « Troyes ». Lui, c'est OUIbot, le chatbot de réservation de billets de train de la SNCF.

Les chatbots, ou agents conversationnels, connaissent aujourd'hui un engouement certain, loin du buzz d'il y a quelques années. Deux raisons l'expliquent. La première est technologique. La maîtrise des algorithmes de traitement naturel du langage et le développement de l'Intelligence Artificielle, du Deep Learning, permettent de réduire les délais de mise en oeuvre et de bâtir des solutions simples et efficaces. La seconde est la prise de conscience liée à la transformation numérique des entreprises et au besoin de réactivité pour offrir une expérience utilisateur ainsi qu'une expérience collaborateur qui soient les plus réactives et fluides possible.

DES PÉPITES HEXAGONALES EN NOMBRE

De nombreuses startups françaises se sont engouffrées sur ce marché. Il est vrai qu'elles ont des arguments à faire valoir : beaucoup étaient spécialisées dans les techniques d'apprentissage de langage ou d'Intelligence Artificielle et ont emprunté ensuite le chemin du chatbot en packagant les technologies qu'elles avaient développées.

Un succès, symbolisé par l'acquisition récente de Recast.AI par le mastodonte allemand du logiciel, SAP. Autre startup, Botfuel propose un SDK (Software Development Kit, une boîte à outils technologique) permettant de construire des chatbots, embarquant des composants axés sur le traitement du langage aussi bien que sur la logique d'interaction. Particularité de quelques acteurs, la prise en compte des enjeux RGPD en proposant un environnement technologique adapté, afin de s'affranchir des plates-formes américaines. Spécialisée dans le marketing conversationnel, la gazelle iAdvize a mis au point un chatbot pour les marques et a réalisé une levée de fonds de 32 millions d'euros en octobre dernier. Julie Desk, Do You Dream up, The Chatbot Factory, Jam... autant de startups en pleine croissance : le site maddyness.com a dénombré une soixantaine de jeunes entreprises actives autour du chatbot, allant des fournisseurs de technologies aux agences de création en passant par les prestataires de services. En effet, la technologie ne suffit pas : l'optimisation de l'expérience conversationnelle est au moins aussi importante.

C'est un vrai métier, pour lequel les enjeux de conception de ces mécanismes d'interaction sont cruciaux : À quel moment le chatbot peut-il employer un ton plus familier ? Comment générer de l'émotion dans l'interaction ? Le Design Thinking apporte ici des réponses intéressantes dans la conception de ces expériences conversationnelles.

UN PARCOURS CLIENT FLUIDE

Cela représente de nombreux enjeux techniques et de design à surmonter certes, mais avec à la clé un marché en croissance et diversifié. La première application est bien sûr la relation client. Attention, l'idée n'est pas de supprimer les centres d'appels, mais d'offrir une expérience sans couture : le chatbot pour un premier niveau d'information 24/7 et le contact avec un opérateur pendant les heures d'ouverture du support téléphonique. L'enjeu est d'être sur différents canaux et de donner une réponse qui corresponde aux attentes du client. Un client qu'il faut accompagner aussi une fois l'achat effectué. Le secteur du tourisme et des voyages investit sur cette démarche. KLM, un cas d'école en la matière, a mis en place un chatbot qui commence en fin de réservation des billets d'avion et accompagne le voyageur dans tout son parcours : à J-1 pour l'envoi de la carte d'embarquement, le jour J à l'aéroport pour lui indiquer l'heure et la porte d'embarquement, à la fin du voyage pour le feedback. Tous les gros opérateurs se lancent, Amadeus en tête, afin d'accompagner le client dans son parcours d'utilisation des services commercialisés.

LES RESSOURCES HUMAINES EN DEMANDE

Le client avant tout certes, mais il faut porter autant d'effort dans la transformation digitale au service de ses collaborateurs. Dans une logique centrée sur l'entreprise en elle-même, les chatbots RH, dédiés aux salariés, proposent des approches innovantes au travers de plates-formes de services personnalisés.

L'objectif est de répondre rapidement à des questions génériques, mais aussi personnelles (soldes de jours de congés, par exemple), évitant au collaborateur de perdre du temps dans les méandres de l'intranet de l'entreprise. Un cas d'usage intéressant est le chatbot au service de la formation pour accompagner le collaborateur avant, pendant et surtout après son cursus : Qu'en a-t-il pensé ? Comment retrouver les personnes qui ont suivi la formation avec lui ? Comment peut-il aller plus loin ?... Toujours au niveau de l'entreprise, mais à des fins de communication avec les partenaires, l'agent conversationnel permet d'ouvrir un service disponible le soir ou le weekend. Par exemple, dans le secteur industriel, des entreprises travaillent avec des artisans au niveau de bases de connaissances et d'expertises accessibles en permanence, gérées par un chatbot, partant du principe que quand un artisan se pose des questions, c'est souvent le soir quand il a fini sa journée.

Cette révolution conversationnelle touche désormais de nombreux secteurs d'activité et son développement ne cesse de s'amplifier. Mais il n'est plus possible de réduire cette dernière au seul chatbot textuel. La startup AskR.ai¹ propose déjà pour exemple une interface, basée sur une technologie d'Intelligence Artificielle, très innovante et performante en langage naturel pour répondre à des questions de Business Intelligence. Gageons ici que l'arrivée de l'interaction vocale sera très certainement un accélérateur fort pour ces compagnons robotisés du quotidien !

¹<https://askr.ai/>