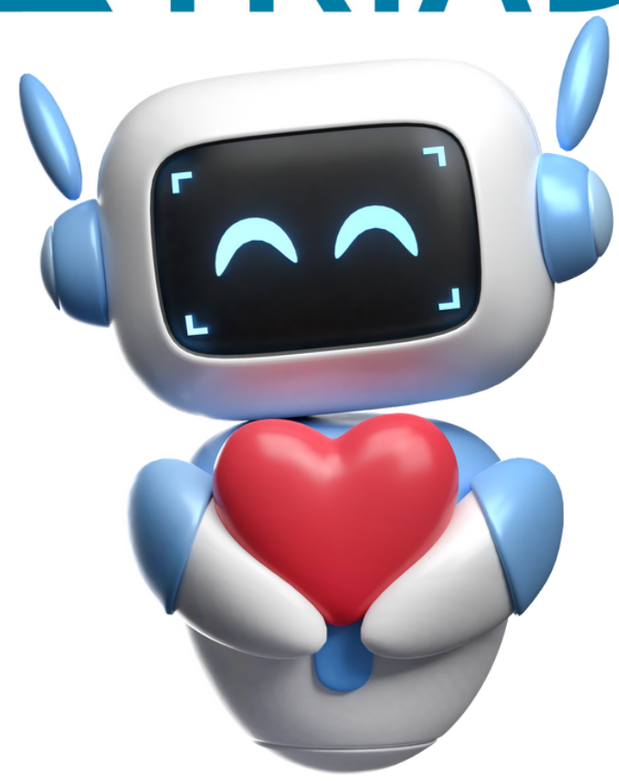
SOMMAIRE EXÉCUTIF

Étude 2023-03

RVI et clavardage et robots conversationnels



<u>Appels entièrement</u> traités par la RVI

2022	2023
10.6%	10,8%

<u>Appels partiellement</u> traités par la RVI

89.2% + 89,4%

Votre RVI utilise-t-elle la reconnaissance vocale?

Oui
13%

Non
74%

Implantation à venir
13%

indicateurs utilisés régulièrement pour évaluer le rendement de la RVI

Les 4 indicateurs les plus mesurés le sont depuis longtemps. Si vous décidez d'augmenter le nombre de transactions effectuées dans la RVI sans assistance humaine, il vous faudra ajouter les indicateurs de durée moyenne de traitement, le pourcentage en libre-service et le taux d'utilisation. Ces indicateurs sont **nécessaires pour montrer la santé et la fiabilité des services offerts**. Il ne faut pas sous-estimer l'opinion de vos clients, laquelle vous permettra d'ajuster l'expérience vécue à tout moment.

Aucune mesure	Autre	% d'opérations en libre-service sur la RVI	Satisfaction clientèle de l'utilisation de la RVI (sondage)	Taux de succès des transactions automatisées	Durée moyenne de traitement dans la RVI	Taux d'utilisation des fonctionnalités de la RVI	Disponibilité de la RVI / robustesse	Taux de transfert vers un agent	Taux d'abandon dans la RVI	Volumes reçus par la RVI
35%	9%	17%	17%	17%	22%	22%	30%	30%	48%	61%

Le temps approximatif d'attente est-il annoncé lorsque le client désire parler avec un agent?

48%
Oui

52%
Non

Avez-vous comme objectif d'augmenter le pourcentage des appels traités uniquement par la RVI?

52%
Oui

48%
Non

La moitié des répondants désirent **augmenter les appels traités en RVI.**

- Il va sans dire que si les motifs d'appels à traiter sont complexes, il faudra introduire des technologies qui aideront le client à naviguer aisément. Nous parlons, entre autres, de la reconnaissance du langage naturel et de robots conversationnels.

Il faut éviter la technologie à tonalité de base afin de permettre une expérience client acceptable.

Établissez l'importance de cette stratégie visée par l'utilisation de votre RVI.

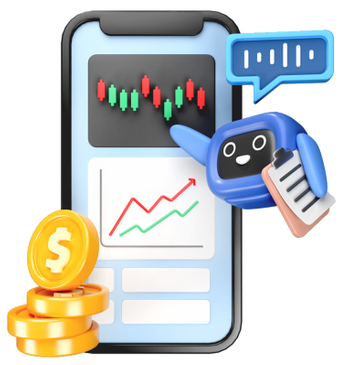
STRATÉGIE	TRÈS IMPORTANT	TRÈS ET MOYEN IMPORTANT	PEU ET PAS IMPORTANT
Forcer l'usager à utiliser la RVI pour effectuer certaines transactions.	9%	26%	22%
Utiliser la RVI comme solution de rechange en périodes d'affluence d'appels.	26%	39%	22%
Utiliser la RVI comme option de libre-service en cas de panne du Web ou des applications mobiles	22%	26%	26%
Utiliser la RVI pour le traitement de tous les appels sans option pour rejoindre un agent.	4%	17%	22%
Utiliser la RVI principalement à titre d'aiguilleur d'appels.	61%	78%	0%
Utiliser la RVI comme source d'informations après les heures d'opération du centre.	17%	35%	30%

Selon vos sondages clientèle, quelle sont les plus grandes sources de satisfaction et d'insatisfaction de la RVI?

Les plus grandes sources de satisfaction	%	Les plus grandes sources d'insatisfaction	%
• Option de parler à un agent facilement accessible	54%	• Complexité du choix de menus (non convivial)	23%
• Facilité à naviguer	31%	• Difficulté à obtenir l'assistance d'un agent	8%
• Rapidité du service • Accessibilité 24/24 365 • Convivialité • Options du menu qui couvrent tous les besoins clientèle	15%	• Lenteur du service • Opérations limitées /options manquantes • L'agent répondant ne sait pas ce que le client a effectué dans la RVI	15%
• Autre	23%	• Autre	31%

La source de satisfaction la plus élevée est l'option pour parler à un agent. On en déduit que ce n'est pas la navigation mais l'accessibilité qui est importante.

Prévoyez-vous investir sur des changements majeurs à votre RVI en 2024?

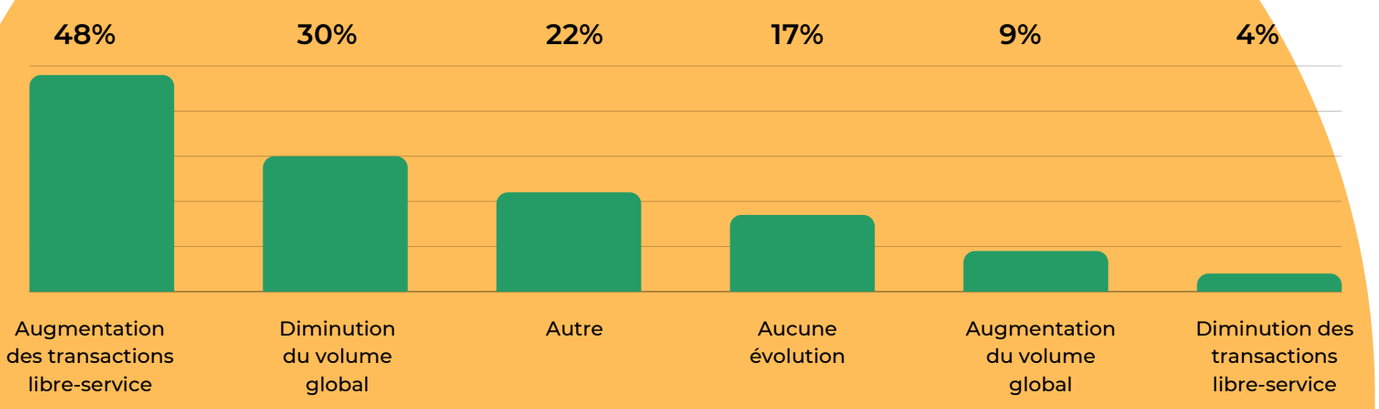


35%
Oui

22%
Je ne sais pas

43%
Non

Quelle est l'évolution de l'utilisation prévue à votre RVI pour les 3 prochaines années?

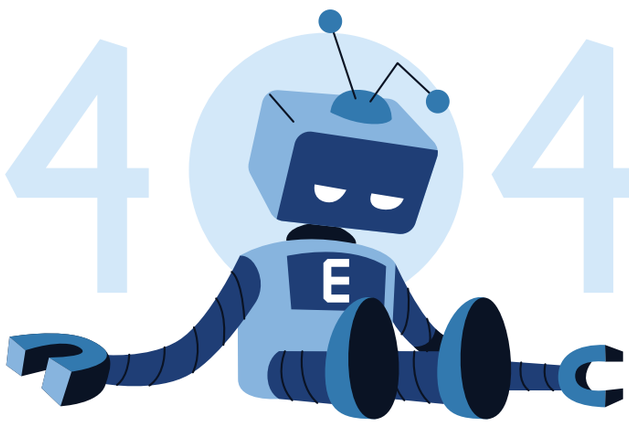


Les investissements à venir porteront sur le libre-service ou la robotisation. Comme nous prévoyons une réduction du volume traité, il est normal de voir que les investissements ne seront pas majeurs.

En 2022 et en 2023 (à ce jour) quel a été le pourcentage de vos sessions de clavardage ENTIÈREMENT traitées par votre robot (sans intervention d'un agent), PARTIELLEMENT traités par votre robot (avec intervention d'un agent) et ENTIÈREMENT traitées par un agent?

Catégorie	2022	2023	Changement
ENTIÈREMENT traitées par votre robot (sans intervention d'un agent)	52%	**64.5%**	**Hausse de 12.5%**
PARTIELLEMENT traités par votre robot (avec intervention d'un agent)	14%	13.3%	Baisse de 0.7%
ENTIÈREMENT traitées par un agent	39%	34%	**Baisse de 5%**

Quel est le taux annuel d'abandon dans votre canal de clavardage?



50% des répondants ont un taux d'abandon de près de 17%
L'autre moitié des répondants ne connaissent pas le taux d'abandon.

Votre outil de clavardage est-il relié à votre plateforme de gestion des contacts (commutateur/switch)?

50%
Non

17%
Oui

33%
Implantation à venir

Votre outil de clavardage est-il relié à votre plateforme CRM ?

17%
Non

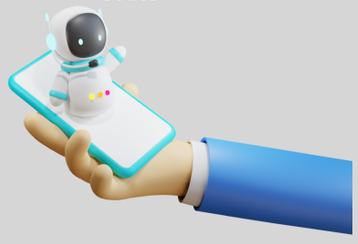
50%
Oui

33%
Implantation à venir

En début de clavardage, annoncez-vous à vos clients qu'ils discutent avec un robot conversationnel et non un humain?

17%
Non

67%
Oui

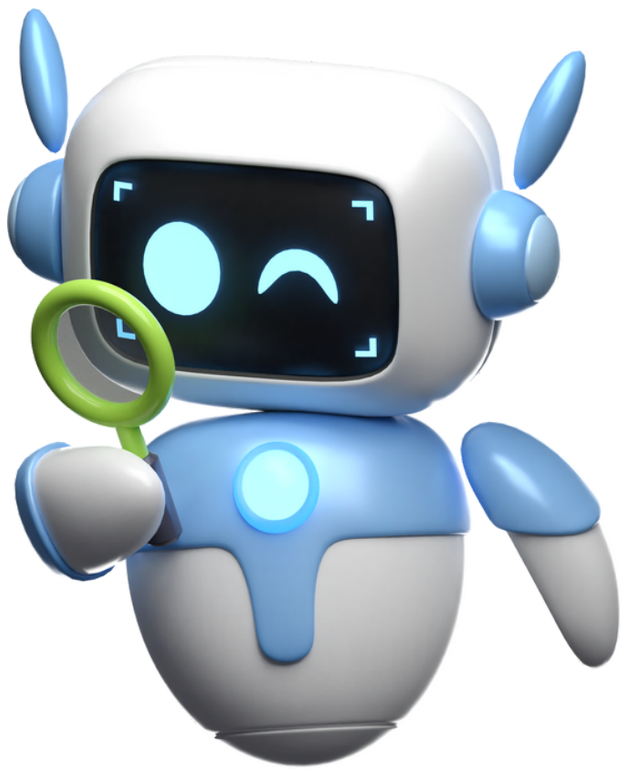


17%
Implentation à venir

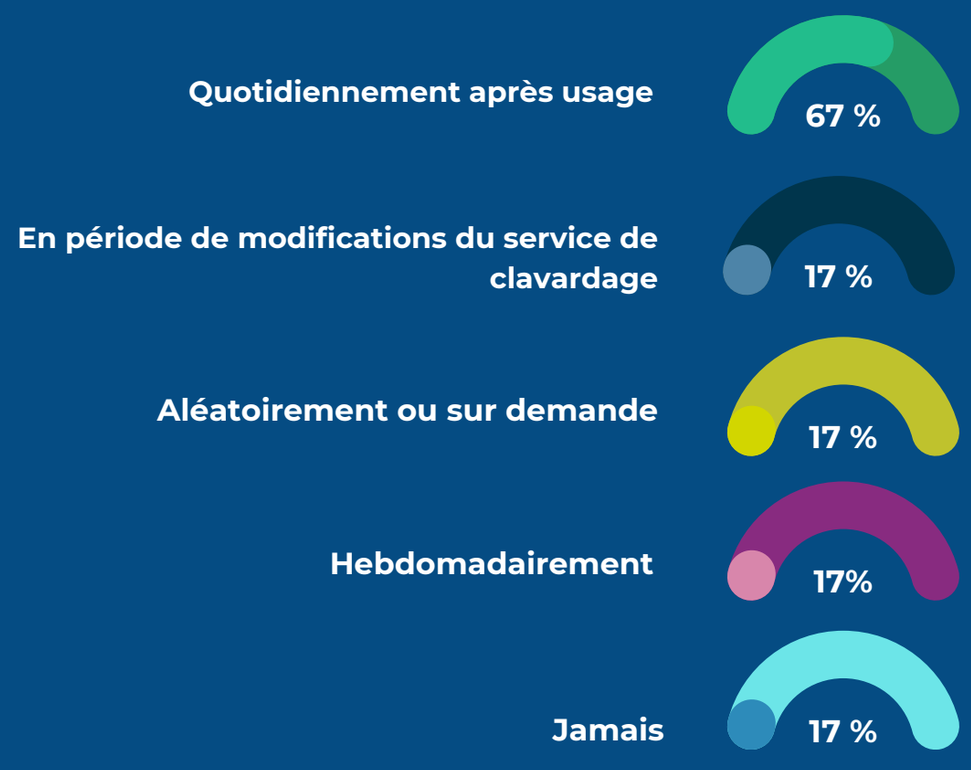
Il convient toujours d'annoncer que vous offrez le service avec un robot. Vous pouvez lui donner un nom pour le rendre plus sympathique et, sans dépasser les limites, utiliser un langage humoristique pour le rapprocher d'un comportement humain.

Selon plusieurs discussions avec les dirigeants du marché, nous prônons la transparence vis-à-vis le client.

SERVICES TRIAD INC.

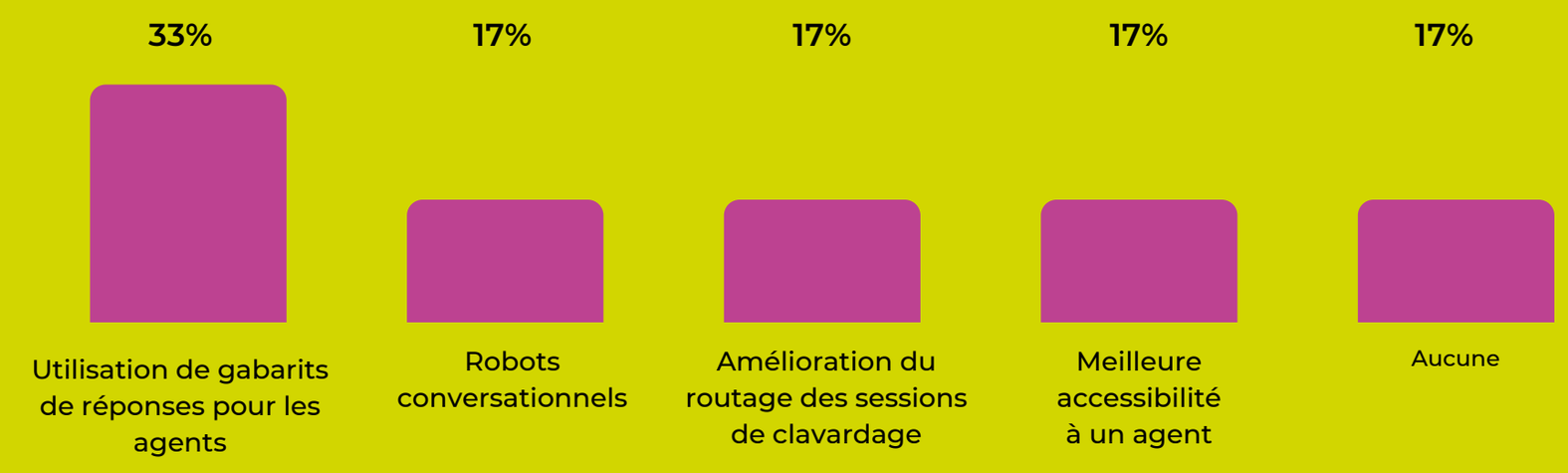


À quelle fréquence mesurez-vous la satisfaction des clients à propos de votre service de clavardage?



La satisfaction client doit être mesurée dans tous les canaux, qu'ils soient assistés ou non. Plus vos contacts seront en mode libre-service, plus il sera facile de perdre la relation avec votre client.

Quelle est la meilleure pratique mise en place récemment pour optimiser l'usage de votre service de clavardage?



Pour tous les canaux écrits, il est toujours préférable d'utiliser des gabarits et de les faire évoluer selon la maturité de l'agent qui les utilise. L'utilisation de gabarits assure une certaine uniformité et qualité des réponses. Il faut tout de même laisser aux agents la possibilité de personnaliser le message pour éviter de donner l'impression d'automatisme.

Les options pour optimiser l'expérience se situent au niveau des outils de rappels virtuels et de la prise de rendez-vous, mais sinon, limitées à des mises à jour de scripts ou de règles de routage. Nous ne voyons pas d'investissements majeurs dans la RVI, car les canaux alternatifs sont plus optimaux pour offrir des options de libre-service plus efficaces.

Si l'utilisation des robots conversationnels reste une option viable, elle doit intégrer l'intelligence artificielle générative, laquelle offre maintenant des outils de qualité très acceptable pour la transcription du français.

L'outil de clavardage est un canal apprécié des clients mais il doit être traité à toute chose près, comme le canal de traitement de la voix. La stratégie de service couvrant l'accessibilité, le type de services offerts, le niveau de service, la formation de ressources, les outils et les technologies nécessaires, doit être réfléchie selon le type de votre clientèle et des services que vous offrez.

Les robots dans l'outil de clavardage sont de plus en plus présents mais doivent être utilisés selon les règles de l'art. Il faut donc réfléchir aux points suivants :

- À qui offrir l'aide d'un robot?
- À quel moment?
- Quelle est la règle de transfert d'un robot vers un humain?
- Quel sera le plan de communication à vos clients?
- La mise en place d'indicateurs de gestion efficaces et de rapports performants
- La structure de la mise à jour et la formation des robots
- La formation de vos agents
- Les processus d'affaires
- L'expérience client et sa mesure

Merci de votre attention

Josée Bourdages