

ZENDESK INSIGHTS

# Améliorer la qualité et l'efficacité du self-service grâce à l'IA

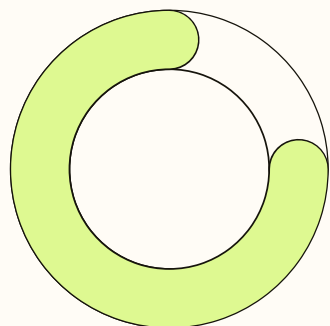
zendesk

**CX Trends** 2024



Dans son rapport CX Trends 2024, Zendesk offre un aperçu du proche avenir de la CX, en dévoilant la façon étonnante dont les données et les expériences intelligentes transformeront le parcours client. L'IA a ouvert un véritable champ d'innovations et permettra aux chatbots de se transformer en véritables agents d'IA, capables de résoudre un plus grand nombre de problèmes tout en respectant l'identité de votre marque.

Ce que les responsables de la CX disent à Zendesk est sans équivoque : ils sont optimistes quant à la capacité de l'IA de résoudre bon nombre de leurs problèmes, tels que le manque de personnel et le volume croissant des demandes clients. Ces mêmes responsables sont également convaincus que les investissements nécessaires pour mettre en œuvre efficacement l'IA à chaque étape du parcours client (et de l'expérience d'agent) seront largement récompensés.



# 65%

## des responsables de la CX déclarent que les méthodes de service client traditionnelles sont dépassées face à l'efficacité de l'IA et des bots.

Un aspect en particulier s'est imposé comme une priorité : le self-service. Près de trois quarts des responsables de la CX considèrent qu'il est possible de tirer parti de l'IA et de l'automatisation pour réduire les coûts et améliorer le service.

### Les entreprises qui gèrent activement leurs bases de connaissances enregistrent un taux d'utilisation du self-service 2,5 fois plus élevé que les autres.

Cependant, tirer pleinement profit de l'IA pour offrir des expériences de self-service de qualité ne consiste pas simplement à appuyer sur un bouton et à laisser faire l'IA. Les responsables de la CX doivent prendre les bonnes mesures en amont pour libérer toute la puissance de cette technologie.

Dans ce guide, vous découvrirez les tactiques employées par d'autres entreprises pour fournir un excellent self-service basé sur l'IA avec un vaste éventail d'applications, comprenant notamment des bots évolués (également appelés agents d'IA), des réponses automatisées ou l'analyse des sentiments. Vous y trouverez aussi des astuces pour offrir en toute circonstance des conseils précis, pour offrir des interactions fluides avec les bots et pour faire en sorte que ces derniers adoptent le bon ton ou la bonne personnalité. Ces étapes ne sont pas facultatives, elles sont cruciales pour préserver et améliorer la satisfaction de vos clients.

Zendesk défend l'emploi de l'IA dans la CX depuis des années, et notre équipe d'experts a développé cet ensemble de bonnes pratiques pour que vous puissiez optimiser l'efficacité de l'IA dans le self-service. Si vous suivez ces lignes directrices, votre entreprise sera en mesure d'offrir une expérience client plus réactive, plus intuitive et plus satisfaisante.

## BONNES PRATIQUES

- 1 Faites de votre base de connaissances un atout stratégique pour la réussite de l'IA
- 2 Veillez à ce que les conversations de vos bots soient naturelles et similaires à celles que vous auriez avec un être humain, tout en utilisant efficacement votre base de connaissances
- 3 La personnalité de votre bot doit refléter les valeurs de votre marque et montrer clairement qu'il s'agit d'un bot, pour éviter toute confusion.
- 4 Évitez d'isoler le bot et concentrez-vous sur son intégration fluide dans le reste de votre expérience de service
- 5 Intégrez des données contextuelles pour guider le client et garantir la transmission fluide de son ticket aux agents

# Faites de votre base de connaissances un atout stratégique pour la réussite de l'IA



L'efficacité du self-service dans le domaine de l'IA dépend de plusieurs facteurs, mais vous devez commencer par la base : créer et maintenir une base de connaissances robuste et bien organisée. Il ne faut pas chercher à faire des économies : pour fournir des réponses de qualité, l'IA doit disposer d'un ensemble de données dont elle peut tirer des enseignements et qu'elle peut utiliser comme source d'informations pertinentes.

Mais en quoi consiste une bonne base de connaissances ? Voici quelques éléments pour vous mettre sur la bonne voie.

## Permettez à vos agents d'identifier les lacunes en matière de connaissances

C'est là que la gestion humaine de l'IA entre en jeu. Comme indiqué précédemment, l'IA ne sera efficace dans le self-service que si la base de connaissances sur laquelle elle s'appuie contient des informations exactes et pertinentes. Les agents humains doivent être encouragés à examiner chaque interaction de service pour voir si un article existant dans la base de connaissances aurait pu répondre à la requête.

Envisagez d'utiliser des outils avancés qui offrent également des capacités de suggestion d'intention. Ces fonctions

basées sur l'IA permettent d'identifier et de catégoriser les sujets sur lesquels vos clients s'informent le plus.

## Créez un article dans la base de connaissances pour résoudre ce problème

Une fois que vous avez identifié les lacunes de votre base de connaissances, il est temps de commencer à répondre à ces besoins. Ce n'est pas le moment de faire de la poésie. Rédigez des énoncés clairs et simples, et évitez les mots à la mode ou le jargon. Ne négligez pas non plus l'organisation : le contenu doit être agencé de manière logique pour faciliter la navigation.

Cependant, les équipes de CX ont souvent du mal à mettre à jour et publier régulièrement des articles, en raison de leur charge de travail ou d'un manque de confiance. Exploiter les capacités de l'IA générative peut changer la donne dans une telle situation, en permettant aux équipes d'utiliser l'outil pour générer rapidement et efficacement des articles de base de connaissances.

### **Utilisez les workflows de bots pour guider vos clients vers les articles de la base de connaissances**

Une fois que vous avez comblé les lacunes de votre base de connaissances (et rappelez-vous que cette tâche n'est jamais terminée), l'étape suivante consiste à orienter les clients vers ces articles. Les workflows de bots automatisés peuvent être très efficaces à cet égard. Les administrateurs de CX peuvent utiliser ces outils pour diriger de manière fluide les demandes vers les bons articles, pour une équipe plus efficace et des clients plus satisfaits.

## **TÉMOIGNAGE CLIENT**

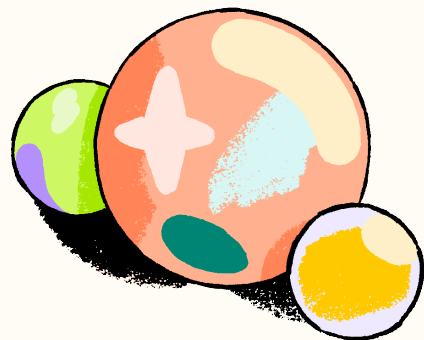
Chez Motel Rocks, l'introduction du self-service a permis à l'équipe de CX de répondre aux demandes croissantes des clients. 43 % des tickets sont maintenant pris en charge par des bots, et les clients sont ravis de pouvoir régler leurs problèmes sans intervention humaine.

**« Nous avons mis en œuvre Zendesk AI au début de l'année. L'outil était prêt à l'emploi, et nos agents l'ont rapidement apprivoisé. Zendesk AI est tellement convivial qu'aucune configuration n'était nécessaire. Un petit bouton, et les informations sautent aux yeux ».**

Lucy Hussey, responsable du service client

**M O T E L**

## **Veillez à ce que les conversations de vos bots soient naturelles et similaires à celles que vous auriez avec un être humain, tout en utilisant efficacement votre base de connaissances**



Avec une base de connaissances robuste, l'IA générative peut fournir des réponses de qualité aux clients, comme le ferait un agent humain. Dans le passé, l'IA pouvait être utilisée pour orienter les clients vers le meilleur article, en se basant sur des probabilités. Mais aujourd'hui, l'IA générative peut utiliser ce texte d'article et répondre directement aux clients sous la forme d'une conversation. Voilà qui change complètement la donne !

### **Améliorez l'expérience client grâce à des informations directes**

Fournir des informations précises et pertinentes sans avoir à rediriger les clients avec des liens améliore non seulement l'expérience de l'utilisateur, mais réduit également le temps que les clients passent à chercher des réponses. L'immédiateté de cette offre d'informations améliore la satisfaction client et la confiance des utilisateurs dans l'outil de self-service.

### **Les réponses génératives permettent d'améliorer les interactions avec les bots**

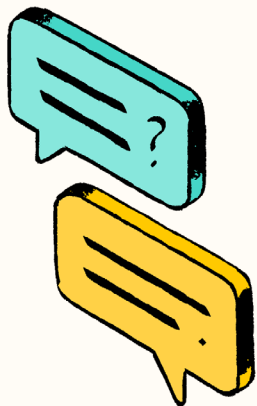
Ces réponses optimisées par l'IA s'adaptent dynamiquement aux requêtes des clients, en fournissant des réponses pertinentes et personnalisées. Des plateformes comme Zendesk proposent cette fonctionnalité. Elles offrent aux

administrateurs la possibilité de personnaliser les workflows des bots afin que certaines demandes reçoivent des réponses génératives pendant que d'autres sont acheminées vers des agents humains ou vers un article en self-service. Les demandes des clients reçoivent ainsi le type de réponse le plus approprié.

### **Ne tombez pas dans le piège de la redirection**

Le simple fait de fournir des liens peut pousser les clients à se sentir dépassés ou perdus, surtout si le contenu ne correspond pas exactement à leur demande. En intégrant le contenu de la base de connaissances directement dans les interactions, les bots peuvent offrir une réponse plus ciblée et plus pertinente, ce qui réduit la frustration des clients.

## **Veillez à ce que la personnalité de votre bot reflète les valeurs de votre marque et montrez clairement qu'il s'agit d'un bot, pour éviter toute confusion.**



Le self-service représente une occasion idéale de faire connaître la marque et les valeurs de votre entreprise. Toutefois, si le bot doit être fidèle à l'identité de votre marque, faites attention à ne pas tomber dans certains pièges. En l'absence de directives appropriées, vos bots peuvent plonger vos clients dans la confusion et nuire ultimement à votre marque.

### **Comment faire de votre bot une extension de votre marque**

Tout d'abord, assurez-vous de bien comprendre l'identité et le ton de votre entreprise. Vous pouvez dès lors façonner votre expérience de self-service en conférant à votre bot une personnalité fidèle à l'image de votre marque. Et pour humaniser votre bot, vous pouvez utiliser un outil comme l'IA avancée de Zendesk, qui permet aux équipes de sélectionner « créer des variations » pour toutes les réponses standard, ce qui rend le mode de conversation par défaut plus naturel.

### **Créez un avatar de bot qui le distingue d'un humain**

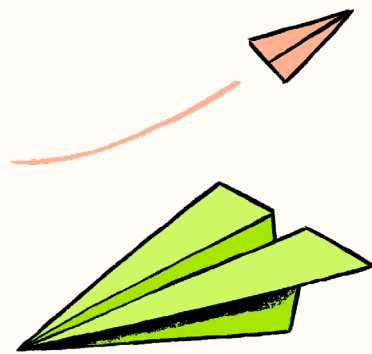
Pour de nombreux clients, le chat en ligne est le premier point de contact avec une entreprise. Si cette expérience implique un bot, les clients doivent le savoir. Veillez à lui

donner un nom et un avatar distincts de ceux des humains. Vous pouvez par exemple choisir « Bot de Joe's Coffee » ou tout simplement « Bot d'assistance ».

### **Lancez les conversations avec les bots avec des conseils sur la façon dont les clients peuvent interagir avec eux**

Expliquez directement ce que votre bot peut faire pour les clients. Exemples : « Allez-y, demandez-moi quelque chose » ou « Voici les principales questions que l'on m'a posées, est-ce que l'une d'entre elles correspond à ce que vous recherchez ? Si ce n'est pas le cas, n'hésitez pas à me poser une question. »

# Évitez d'isoler le bot et concentrez-vous sur son intégration fluide dans le reste de votre expérience de service



Il arrive que l'IA ait du mal à aider un client. Le danger est que vos clients se sentent pris au piège et frustrés, ce qui nuit inévitablement à votre marque. Voici quelques conseils pour éviter ce problème.

## Configurez des répliques pour permettre aux bots d'expliquer qu'ils n'ont pas compris l'intention du client

Si un bot ne dispose pas d'un workflow permettant de répondre à l'intention d'un client, concevez des réponses-type pour expliquer le problème, accompagnées d'une question d'éclaircissement. Par exemple : « Je ne trouve pas de réponse à cette question : est-ce que votre demande correspond à l'une de ces trois questions ? »

## Configurez des workflows de bots pour vous assurer que les clients ne tournent pas en rond

Même si les conversations avec les bots sont capables d'offrir de bonnes expériences aux clients, il arrive qu'elles durent trop longtemps et finissent par tourner en rond. Créez les workflows de bots nécessaires pour permettre à vos clients de connaître clairement la voie à suivre pour parler à un agent humain.

## Utilisez des recherches sémantiques et fédérées pour améliorer l'accès au contenu

Lorsqu'un client fait une erreur d'orthographe (« remboursement » au lieu de « remboursement », par exemple), la recherche sémantique peut lui offrir une meilleure expérience (« Il semble que vous cherchiez des informations sur les remboursements ? Est-ce exact ? »). Énumérez les options pertinentes pour le client plutôt que de lui demander de reformuler la question. Par ailleurs, la recherche fédérée s'appuie sur des sources variées, ce qui augmente les chances que votre bot fournisse des informations correctes.

# Intégrez des données contextuelles pour guider le client et assurer une transition fluide vers les agents



Les bots doivent comprendre l'intention du client. Un moyen efficace d'y arriver consiste à fournir au bot des données sur le site web que le client consultait lorsqu'il a entamé la conversation. Lorsque le self-service a atteint ses limites, ce contexte peut permettre aux agents humains de fournir l'aide appropriée.

## **Informez vos clients de manière proactive sur les options de self-service et expliquez-leur clairement ce qu'ils peuvent faire**

Votre bot doit anticiper le besoin de self-service. Par exemple, si un client se trouve sur une page de paiement et qu'il reste inactif pendant 10 secondes, le bot doit apparaître de manière proactive et lui demander s'il a besoin d'aide. Indiquez clairement quelles sont les capacités mises à la disposition des clients plutôt que d'offrir un message d'accueil générique tel que « Que puis-je faire pour vous ? ».

## **Améliorez les offres de self-service grâce à des suggestions contextuelles**

Rendez ces offres plus pertinentes pour les clients en veillant à ce que le bot tienne compte du contexte. Par exemple, un client qui interagit avec un bot sur la page de commande

d'un site web doit recevoir des questions pertinentes, des choix, des workflows et des suggestions d'articles sur l'achat, les remboursements ou les retours.

## **Utilisez le contexte et les détails du parcours client pour faire remonter facilement les informations aux agents**

Si votre équipe ne peut pas mettre en place des workflows de bout en bout, veillez au moins à transmettre les informations contextuelles sur le parcours des clients (comme leur intention ou leurs sélections) aux agents humains afin qu'ils disposent des informations nécessaires pour les servir instantanément. Cela réduit le nombre de cas où un client doit répéter les informations qu'il vient de partager avec votre bot.



# Restez à la pointe des tendances

Pour garder une longueur d'avance dans un environnement d'aujourd'hui en constante évolution, il est essentiel d'adopter l'IA, en particulier pour améliorer la qualité et l'efficacité du self-service. Grâce à la puissance de ses innovations dans le domaine de l'IA alliées à son expertise approfondie en matière de CX, Zendesk est particulièrement bien placé pour vous aider à mener cette transformation.

Par exemple, les réponses génératives de Zendesk pour les bots permettent de déployer rapidement des bots de conversation, en utilisant votre base de connaissances existante pour fournir des réponses personnalisées. De plus, les organisations peuvent stimuler la création de contenu en étoffant le texte avec un minimum de données, ce qui simplifie la gestion des connaissances. La fonction Suggestions d'articles de la base de connaissances utilise la correspondance de texte pour diriger les clients et les agents vers des ressources utiles, tandis que les Suggestions de contenu analysent et suggèrent des mises à jour pour les articles de votre base de connaissances en fonction de leur efficacité.

Nos solutions Zendesk AI ont déjà apporté une valeur considérable à nos clients, en leur faisant économiser environ 35 années de travail. De plus, 90 % des clients de Zendesk qui ont adopté des outils d'IA générative font état d'un retour sur investissement positif, et les agents qui utilisent Zendesk sont 2,7 fois plus susceptibles d'exprimer leur satisfaction à l'égard de ces outils d'IA.

L'engagement de Zendesk à faire progresser l'IA dans le domaine de l'expérience client est inébranlable, et au cours de l'année 2024, nous dévoilerons de nouvelles fonctionnalités puissantes. En choisissant Zendesk, les entreprises ne se contentent pas de suivre le rythme, elles donnent le ton en offrant des expériences de self-service exceptionnelles.

## Méthodologie

Les résultats de CX Trends présentés dans ce rapport proviennent de trois sources : une enquête mondiale auprès de 2 500 consommateurs dans 20 pays, une deuxième enquête mondiale auprès de près de 4 500 entreprises (dont 1500 entreprises et 1000 consommateurs dans la région EMEA), et les données d'utilisation des produits Zendesk Benchmark provenant de plus de 99 000 entreprises participantes.



**Pour en savoir plus sur la façon de tirer le meilleur parti du self-service avec l'IA, contactez Zendesk dès aujourd'hui.**

zendesk