

Conception de conversations pour les assistants virtuels

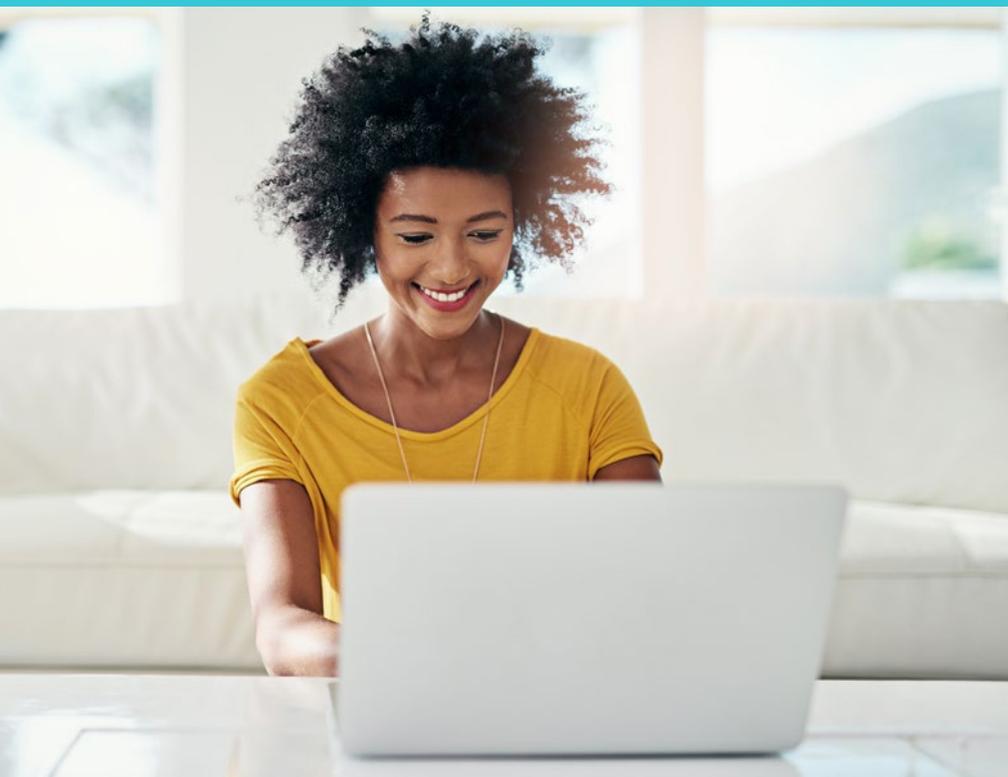
Principes clés d'interactions
client intelligentes.



Sommaire

- 4 La conversation, une pratique séculaire
- 5 Donner la juste quantité d'informations
- 6 S'assurer que les informations données sont vraies
- 7 Réponses pertinentes
- 8 Réponses claires
- 9 Des conversations conçues pour l'avenir
- 10 Cas concret : leaders de la conception de conversations
- 12 Innovation Nuance dans le domaine de l'IA
- 12 Étapes suivantes

À mesure que l'utilisation des assistants virtuels se développe, leur qualité dépend davantage de la qualité des conversations qu'ils produisent que de la technologie qu'ils utilisent. C'est pourquoi la conception de conversations devient un élément crucial pour réussir les interactions client.



Ce livre blanc explore les principes clés de conversations réussies et explique comment les utiliser pour créer des interactions plus intelligentes avec les assistants virtuels et les chatbots.

En 2018, Opus Research a constaté une croissance de

75%

des entreprises utilisant un assistant virtuel pour le service client.¹

Se prévient que los asistentes virtuales ahorren a las empresas hasta

11 Mrd\$

millones de USD

par an d'ici 2020.²

1 Decision Makers' Guide to Enterprise Intelligent Assistants 2018 Edition. Opus Research.

2 Juniper Research. [Chatbots to Deliver \\$11BN Annual Cost Savings for Retail, Banking & Healthcare Sectors by 2023](#). 3 juillet 2018.

La conversation, une pratique séculaire

La conception de conversations n'est pas un concept nouveau. Elle s'est développée bien avant l'apparition des premiers assistants virtuels.

Paul Grice, un philosophe du langage britannique, a eu un impact considérable sur l'étude des conversations et son oeuvre peut aujourd'hui encore être utilisée dans le domaine de la conception de conversations.



En 1975, Grice a défini quatre principes clés³ que chaque individu (ou assistant virtuel dans le cas présent) doit suivre pour se faire comprendre de son interlocuteur :

- Donnez la juste quantité d'informations
- Assurez-vous que les informations données sont vraies
- Soyez pertinent dans vos réponses
- Soyez clair dans vos réponses

Dans le contexte du service client, ces principes peuvent être utilisés pour améliorer la conception de conversations pour les assistants virtuels et créer des interactions plus humaines.

Examinons ces principes plus en détail et voyons comment ils fonctionnent dans le contexte du service client.

MAXIMES DE QUANTITÉ, DE QUALITÉ, DE RELATION ET DE MANIÈRE DE GRICE

Juste assez (Maxime de quantité de Grice)	<ul style="list-style-type: none">— Que votre contribution soit aussi informative que nécessaire— Que votre contribution ne soit pas plus informative que nécessaire
Assurez-vous que ce vous dites est vrai (Maxime de qualité de Grice)	<ul style="list-style-type: none">— Dites la vérité— Ne dites pas ce que vous croyez être faux— Ne dites pas ce que vous n'avez pas de raisons suffisantes de considérer comme vrai
Pertinence (Maxime de relation de Grice)	<ul style="list-style-type: none">— Soyez pertinent
Allez droit au but et dites les choses simplement (Maxime de manière de Grice)	<ul style="list-style-type: none">— Évitez de vous exprimer de manière obscure— Évitez l'ambiguïté— Soyez bref (évitez toute prolixité inutile)— Soyez ordonné

³ HP Grice. Logic and Conversation, Syntax and Semantics 3: Speech Arts. 1975.

1. Donner la juste quantité d'informations (maxime de quantité de Grice)

Face à un problème, la première réaction d'un client est bien souvent de chercher des réponses dans un moteur de recherche. Il obtient généralement des milliers de résultats et doit déployer beaucoup d'efforts pour trouver ce qu'il cherche. Quand un client interagit avec votre chatbot, il veut une réponse concise pour résoudre son problème avec un minimum d'effort.

À partir du contexte, le chatbot doit être capable de comprendre le problème et de le résoudre en posant un minimum de questions. Plus le chatbot répond rapidement à la question, plus le client est satisfait.

Voici un exemple d'interaction efficace entre un client et un détaillant :



L'article que j'ai commandé ne correspond pas à ce que je cherche. Je veux le retourner.

Désolé d'apprendre que vous avez un problème avec un article.

Pour nous le retourner, allez simplement dans [mes commandes](#) et sélectionnez l'article à renvoyer.

Après avoir téléchargé l'étiquette d'expédition et renvoyé l'article gratuitement, comptez un délai de 2 à 3 jours ouvrés pour recevoir votre remboursement.

En cas de problème, n'hésitez pas à nous appeler au numéro suivant : 555-555-1212.

Le chatbot a donné la réponse adaptée à la question sans submerger le client d'informations superflues. De plus, grâce aux liens, le client résout son problème sans faire de démarche supplémentaire.

2. S'assurer que les informations données sont vraies (maxime de qualité de Grice)

Quand un client interagit avec votre chatbot, ce dernier doit impérativement fournir des informations exactes pour que le client soit satisfait et ait une bonne image de votre marque.

Cela peut sembler plus facile à dire qu'à faire. Les questions des clients peuvent porter sur de nombreux sujets et varient d'une entreprise à l'autre ; ainsi, fournir la bonne réponse à chaque fois est quasiment impossible.

C'est pourquoi, pour trouver la bonne solution, votre chatbot doit être intégré à d'autres systèmes. Par exemple, si le chatbot identifie plusieurs échecs de connexion successifs, il peut expliquer précisément au client la raison pour laquelle l'accès à son compte est bloqué.

Si cette méthode ne peut pas être utilisée, un moyen de contourner le problème est de formuler la réponse sous forme de « possibilité ». Cela permettra au chatbot de suggérer plusieurs options sans garantir que la solution sera la bonne, par exemple...

Il est possible que votre compte ait été bloqué suite à plusieurs échecs de connexion. Vous pouvez réinitialiser votre mot de passe [ici](#).

Ce type de réponse, soigneusement formulée, est particulièrement utile pour les entreprises comme les banques et les administrations qui gèrent des questions sensibles. Elles limitent les risques de violation du cadre légal et de mécontentement face à des réponses inadaptées.

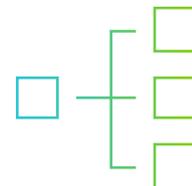


3. Réponses pertinentes (maxime de relation de Grice)

La qualité d'un chatbot dépend de la pertinence de ses réponses. Mais les chatbots actuels sont rarement à la hauteur. Un rapport de 2018 a montré que certains chatbots restent incapables de répondre précisément aux questions techniques.⁴ Résultat : des clients mécontents qui mettent fin à l'interaction.

Toutefois, le défi n'est pas technologique. Il relève de la conception des conversations. Le secret est de trouver le juste équilibre entre le nombre de questions posées par le chatbot et la capacité à fournir une réponse adaptée.

Pour relever plus facilement ce défi, vous devez personnaliser les interactions avec votre chatbot et l'optimiser continuellement pour qu'il anticipe les besoins de vos clients. En exploitant les données des conversations précédentes, votre chatbot apprend et s'améliore au fil du temps.



Que dois-je faire pour ajouter mon conjoint à mon compte ?

Pour ajouter votre conjoint à votre compte, le moyen le plus simple et le plus rapide est de vous connecter à votre compte sur mytelco.com, de choisir accueil – mon compte – détails, puis de sélectionner « ajouter un contact »

Vous pourrez alors ajouter les informations de votre conjoint et envoyer votre demande. Votre conjoint apparaîtra dans les détails de votre compte sous 48 h.

Remarque : le numéro de sécurité sociale complet de votre conjoint est nécessaire pour cette opération. La procédure en ligne est sécurisée, mais si vous préférez nous appeler au 1-800-... nous traiterons votre demande par téléphone.

Voici un exemple, dans le secteur des télécommunications, de réponse précise qui reste pertinente par rapport à la question initiale du client.

4 Chatbot Report 2018. Octane AI.

4. Réponses claires (maxime de manière de Grice)

Les clients veulent que votre chatbot leur donne une réponse simple expliquant clairement la solution à leur problème. Trop souvent malheureusement, les chatbots utilisent un jargon incompréhensible et des réponses déroutantes.

Voici un exemple de chatbot performant dans le secteur de la santé qui suit ces principes :

Je veux prendre rendez-vous en ligne, mais je ne sais pas comment faire.

Si je comprends bien, vous avez des difficultés pour prendre un rendez-vous.

Pour prendre rendez-vous en ligne, utilisez notre système de réservation. Sélectionnez simplement accueil – mon compte – prendre rendez-vous avec mon généraliste.

Vous accéderez à la liste des rendez-vous disponibles.

En cas de problème pour accéder au système, n'hésitez pas à nous appeler au numéro suivant : XXX.

La clé pour vous assurer que votre chatbot est simple à comprendre est de concevoir intelligemment les conversations en appliquant les principes suivants :

Évitez d'être obscur

N'utilisez pas de jargon et utilisez le moins possible d'acronymes

Évitez l'ambiguïté

Entraînez votre chatbot à poser des questions permettant de cibler l'intention du client

Soyez bref

Répondez aux questions de vos clients de manière rapide et directe

Soyez ordonné

Utilisez une structure simple qui communique clairement l'information



Des conversations conçues pour l'avenir

Aujourd'hui, les chatbots et assistants virtuels sont bien plus qu'un simple intermédiaire entre les clients et le centre d'appels. Ils sont devenus un canal d'interaction client privilégié dont le succès repose non plus sur la technologie qu'ils utilisent mais sur la qualité des conversations qu'ils produisent. Pour concevoir des plateformes de chat qui répondent intelligemment aux questions des clients, les entreprises doivent concentrer leurs efforts sur la conception des conversations.

En suivant les principes de Grice, vous avez la possibilité de concevoir un chatbot qui fournit des conseils pertinents, précis et utiles, et ainsi d'améliorer globalement l'expérience de vos clients en préservant la bonne réputation de votre marque.



Pour savoir comment améliorer votre service client grâce aux canaux digitaux, téléchargez le document [ROI de l'engagement client digital](#).

Cas concrets : leaders de la conception de conversations

Voici quelques exemples d'entreprises leaders dans la conception et l'optimisation d'expériences de service client par téléphone et sur les canaux digitaux.

esurance®

Assureur pour les particuliers (notamment assurances auto et habitation), Esurance reconnaît l'importance d'offrir à ses clients une assistance de qualité. Aujourd'hui, les clients veulent pouvoir obtenir de l'aide 24 h/24 et résoudre rapidement leur problème.

Au vu de l'affluence croissante sur les canaux digitaux, Esurance était confronté à la nécessité de s'adapter aux nouvelles attentes des clients en leur offrant des expériences exceptionnelles.

L'assureur souhaitait concevoir des expériences digitales combinant de manière simple interactions automatisées et interactions assistées. Avec la solution Nuance Live Chat, associée à un assistant virtuel en arrière-plan, Esurance est désormais mieux équipé pour faire face à l'augmentation des demandes sur les canaux digitaux.

Les clients d'Esurance peuvent désormais obtenir rapidement des réponses grâce à l'assistant virtuel ou être orientés vers un chat avec un téléconseiller expérimenté. Grâce aux capacités de co-navigation, les conseillers voient en temps réel ce que voit le client, via un partage d'écran, et peuvent proposer une expérience plus personnalisée.

Mais l'assureur est allé plus loin. En analysant les données de l'application et des interactions, Esurance optimise en continu ses services digitaux en fonction du comportement de ses clients pour continuer à garantir un service client haute qualité.



NYC311 est la plus importante plateforme de service aux usagers, et la plus complète au monde, avec en moyenne 20 millions d'appels par an.

Les habitants de la ville de New York composent le 311 pour de multiples raisons (problèmes de voisinage, réclamations de taxis ou autres questions non urgentes).

Le SVI du 311, qui traite des milliers d'appels chaque jour, joue un rôle essentiel dans le fonctionnement du service. Jusqu'à une date

récente, le SVI utilisait encore un système à touches offrant un nombre très limité d'options.

NYC311 cherchait un moyen à la fois d'améliorer l'expérience client, de réduire les dépenses et de renforcer l'efficacité du service.

En étroite collaboration avec Nuance, NYC311 a conçu et lancé une nouvelle plateforme de SVI basée sur la technologie de compréhension du langage naturel (NLU) de Nuance. Le SVI comprend désormais l'intention des clients en dialoguant avec eux, ce qui permet de ne plus utiliser l'ancien système à touches.

Selon la question du client, le système fournit l'information demandée ou dirige l'appelant vers l'agence, le service ou le téléconseiller adéquat, tout ceci à travers une interaction simple et conversationnelle entre l'utilisateur et le système.

« Nuance s'est engagé à concevoir un système répondant aux besoins de l'ensemble de nos usagers et à nos attentes élevées en matière de qualité du service. »

— Andre Williams –
Informaticien du NYC311
et gestionnaire du SVI



Queensland Government

Le ministère des Transports et des Routes principales du Queensland reçoit des appels de particuliers répartis dans trois services : demandes de permis et immatriculations de véhicules, évaluation des véhicules et des conducteurs et informations sur le trafic.

Le service utilisait un ancien SVI qui dirigeait fréquemment les clients vers le mauvais service, obligeant les agents à transférer les appels manuellement.

D'une part, les agents perdaient un temps précieux, d'autre part, les clients étaient confrontés à de longs délais d'attente. Le ministère souhaitait optimiser son SVI pour fournir la meilleure expérience possible aux usagers.

En étroite collaboration avec Nuance, le ministère a évalué son SVI sous un angle plus humain et conçu des expériences conversationnelles basées sur la technologie NLU (Natural Language Understanding) de Nuance.

Aujourd'hui, les usagers formulent leur demande en langage naturel, conversationnel et le SVI les dirige vers le conseiller compétent. Les délais d'attente sont réduits et les appelants sont dirigés vers le bon service dans 90 % des cas. Les conseillers ont plus de temps pour répondre aux questions des usagers.

« Nous sommes très satisfaits de la solution déployée et, plus important, nos clients nous disent que la communication avec nos services s'est considérablement améliorée. »

— Greg Bubke – Directeur du service client, ministère des Transports et des Routes principales du Queensland



Grande entreprise de télécommunication

Pour les entreprises de télécommunication qui veulent offrir un service client performant, la qualité des expériences de live chat est cruciale. Les clients veulent être mis en relation avec le bon conseiller et obtenir rapidement la réponse à leur question.

Une grande entreprise de télécommunication cherchait à optimiser son live chat sans augmenter les coûts du service. Elle a collaboré avec Nuance pour augmenter les taux de conversion, améliorer les interactions client sur les appareils mobiles et augmenter ses ventes croisées et additionnelles.

En travaillant étroitement avec Nuance, l'entreprise a intégré plusieurs améliorations, notamment des données plus détaillées. Celles-ci ont favorisé des chats plus personnalisés grâce à l'apport de données comportementales, qui ont permis de mieux cibler le travail des agents, les offres sous forme de bannières et les informations accessibles en ligne.

Mieux encore, les agents et leurs superviseurs bénéficient désormais de recommandations en continu qui les aident à mieux comprendre le comportement des clients et à améliorer la performance.

Afin d'optimiser encore son service de chat, l'entreprise travaille à présent avec Nuance à la conception et à la mise en place d'un assistant virtuel.

Innovation Nuance dans le domaine de l'IA

Depuis plus de 20 ans, nous aidons des entreprises ambitieuses à transformer la manière dont elles assurent la relation client, à réduire les coûts et à générer de la croissance en utilisant des systèmes intelligents d'engagement client basés sur l'IA. De la reconnaissance vocale automatique à la compréhension du langage naturel, en passant par la conversion de texte en voix, la biométrie vocale et d'autres technologies, nous sommes à l'avant-garde de l'innovation dans le domaine de l'intelligence artificielle.

Aujourd'hui, de grandes entreprises du monde entier utilisent nos solutions d'engagement client omnicanal basées sur l'IA pour offrir des expériences cohérentes et personnalisées à leurs clients sur tous les canaux : SVI, Web, applis mobiles, IdO et messagerie.

Étapes suivantes

Opportunités d'engagement client

Pour en savoir plus sur les opportunités et enjeux futurs dans le domaine de l'engagement client, bénéficiez du point de vue de spécialistes, Ian Jacobs, analyste en chef chez Forrester et Marina Kalika de Nuance.

[Regarder le webinaire](#)

Expérience client optimisée grâce à l'IA

Pour découvrir comment Nuance peut vous aider à créer des expériences conversationnelles exceptionnelles basées sur l'IA, explorez la gamme complète de nos produits et solutions.

[Explorer la gamme Nuance](#)

Lancez-vous

Pour discuter avec l'un de nos spécialistes de vos objectifs en termes d'interactions client, contactez-nous par e-mail.

[Contacter Nuance](#)



A propos de Nuance Communications, Inc.

[Nuance Communications](#) (Nuance) est un pionnier de la technologie et leader sur le marché de l'IA conversationnelle et de l'intelligence ambiante. Offrant un panel complet de services, Nuance est le partenaire de confiance de 77% des hôpitaux américains et 85% des entreprises Fortune 100 à travers le monde. Nous créons des solutions intuitives qui amplifient la capacité des gens à aider les autres.