NEWS RELEASE

Interactions Homme-Machine : une étape essentielle à l'amélioration de l'Expérience Client

1/1/2001

L'enquête initiée par Mitel auprès de 2 500 décideurs IT met en lumière l'importance que les organisations accordent à l'amélioration de l'Expérience Client et la valeur perçue des nouvelles technologies – IoT, intelligence artificielle, machine learning.

- La France est le pays européen au sein duquel les décideurs IT sont les plus convaincus (88 %) de l'impact des nouvelles technologies sur l'amélioration de l'expérience client.
- 75 % des DSI français mènent, ou vont mener dans les deux prochaines années, un projet permettant aux machines d'interagir avec l'homme.
- Près de 38 % d'entre eux attendent une corrélation entre amélioration de l'expérience client et augmentation du chiffre d'affaires.

La nouvelle étude de Mitel® (Nasdaq : MITL) (TSX : MNW), l'un des leaders mondiaux dans le domaine des communications d'entreprise, révèle que la grande majorité des décideurs informatiques s'accorde sur le potentiel des interactions entre les machines et les individus pour améliorer l'expérience client.

Sur la question de l'impact positif que cela pourrait avoir sur l'expérience client, la France ressort d'ailleurs en tête des pays européens avec 88% des décideurs IT convaincus, contre 80 % au Royaume-Uni et 81% en Allemagne. Ils sont également plus de 75 % à déclarer avoir prévu d'interconnecter les technologies émergentes avec les outils de

communications et de collaboration unifiées (UCC) dans les deux ans à venir ; en d'autres termes, donner la parole aux machines – Give Machines a Voice. Ce faisant, 38 % d'entre eux s'attendent à une augmentation du chiffre d'affaires.

Parmi les autres enseignements majeurs, on note :

- Environ 75% des DSI français considèrent les interactions homme-machine comme essentielles pour améliorer la réactivité auprès de leur clientèle et la résolution des problèmes. Les équipements et les machines peuvent ainsi contacter directement le personnel désigné, acheminer les informations vers le bon destinataire au sein de l'entreprise ou bien entrer directement en contact avec un client.
Les entreprises cherchant à améliorer l'expérience client, en tirant pleinement parti des technologies, auraient intérêt à envisager une migration vers le cloud afin de suivre le rythme d'évolution des attentes de leur clientèle et de combiner leurs applications de centre de contacts avec des technologies émergentes telles que les chatbots, l'Internet des Objets (IoT) et les communications omni-canales.

- Pour 46 % des DSI en France, l'expérience client est étroitement liée à l'accélération des workflows, perçue comme très importante. C'est particulièrement vrai dans les secteurs de la finance (55 %), du commerce (53 %) et de l'industrie (52 %). Les entreprises de ces secteurs d'activités soumis à une forte concurrence doivent se focaliser sur l'automatisation des processus métier et mettre à profit des outils de collaboration et de productivité pour réduire les temps de latence dans les communications. Un avantage compétitif qui leur permettra de mieux gérer les workflows et d'offrir une expérience client différenciante grâce à un support en temps réel.

- Les entreprises françaises sont légèrement en avance dans l'implémentation de nouvelles technologies destinées à améliorer leur service client. 55 % des DSI français interrogés indiquent avoir réalisé plus de la moitié du parcours visant à améliorer l'expérience client dans le cadre d'une stratégie de transformation digitale, même si des obstacles demeurent. Les infrastructures et systèmes existants sont vus comme le frein principal lorsqu'il s'agit de mettre la transformation digitale au service de l'expérience client (41 %). Le décalage entre les besoins métiers et l'IT s'avère être le deuxième obstacle le plus fréquent (39 %), soulignant la nécessité de briser les silos au sein des organisations et de trouver le moyen de moderniser les infrastructures existantes.

« L'expérience client suscite un débat stratégique dans les différents secteurs, à mesure que les organisations cherchent à s'appuyer sur les nouvelles technologies liées à l'Internet des Objets, l'intelligence artificielle et le machine learning », commente Jean-Denis Garo, directeur marketing Europe du sud de Mitel. « Donner la parole aux machines pour interagir avec l'homme, peut constituer un puissant facteur de différenciation, à l'heure où la relation entre les organisations et les consommateurs évolue du stade transactionnel au stade expérientiel – et où l'expérience client devient tout aussi importante que le produit ou le service fourni par une entreprise. »

« Chaque jour, de nouveaux modes de communication digitale sont lancés – depuis les réseaux sociaux aux bots, en passant par la réalité augmentée - et les consommateurs les adoptent dans leur vie quotidienne. L'époque où l'excellence de l'expérience client reposait uniquement sur des interactions en face à face ou des échanges vocaux est révolue depuis bien longtemps », déclare Kate Jalie, associée chez Opinium Research. « Dorénavant, un service client exceptionnel est omni-canal, réunissant la voix, la vidéo, le mobile et le online pour offrir une expérience sans couture et hautement personnalisée. Les entreprises qui mettent en œuvre avec succès de nouvelles technologies pour transformer l'expérience client d'aujourd'hui seront les grandes gagnantes de demain. »

Ces résultats sont le fruit d'une enquête réalisée par Opinium Research en août 2017 auprès de plus de 2 500 décideurs informatiques en France, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Amérique du Nord et en Australie. Ces derniers font partie d'entreprises allant de 250 à plus de 10 000 salariés et œuvrant dans de nombreux secteurs d'activités, notamment la finance, l'hôtellerie, la santé, les services professionnels, l'administration, l'éducation, le commerce et l'industrie.

Pour en savoir plus sur les résultats de cette étude, le livre blanc est disponible via ce **lien**.

Faits marquants

Mitel a été reconnu parmi les Leaders dans l'étude **Gartner Magic Quadrant consacrée aux communications unifiées** pendant quatre années consécutives.

Plus d'un million d'abonnés à travers le monde font confiance aux solutions cloud hébergées par Mitel.

Documents associés

Téléchargez l'e-book « L'expérience client pour les nuls »

Téléchargez l'e-book « La transformation numérique pour les nuls »

Réseaux sociaux

Interactions Homme-Machine : une étape essentielle à l'amélioration de l'Expérience Client selon une enquête de #Mitel #ExpClient #TransfoNum

About Mitel

Mitel fait partie des leaders mondiaux dans le domaine des communications d'entreprise en rendant possibles plus de 2 milliards de connexions chaque jour, Mitel (NASDAQ : MITL ; TSX : MNW). Mitel permet aux entreprises de se connecter, de collaborer et, aux opérateurs, de proposer des services innovants à leurs clients. Nos innovations et nos experts sont au service de plus de 60 millions d'utilisateurs professionnels dans plus d'une centaine de pays. Pour en savoir plus, rendez-vous sur **www.mitel.fr** ou suivez-nous sur **Twitter**.

Mitel est une marque déposée de Mitel Networks Corporation.

Toutes les autres marques sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.

MITL-C

Contact Information
Media
Sandrine Quinton
+33 (0)130-964-301
sandrine.quinton@mitel.com