

Can I book a room tonight ?

Hi James. We have a room available tonight
room rate \$219 + tax



W Hostel
Paris****

Les Chatbots : nouveau canal de vente et accélérateur de la relation client

*Qu'est ce que c'est ? Pourquoi se lancer ? Comment ça marche ?
Quels cas d'usage à date ?*

Avant propos

Les récentes évolutions techniques autour de Intelligence Artificielle permettent enfin aux machines de nous comprendre et de nous répondre de manière instantanée et sans rupture. Désormais, la révolution Bot est en marche : Gartner prédit en effet que d'ici **2019, 1/4 des foyers des pays développés se serviront d'un bot**¹ comme d'une interface privilégiée d'accès aux services à domicile (service à la personne, livraison alimentaire...).

Déjà utilisés, parfois même sans le savoir, l'Homme échange avec ces Bots au quotidien soit en lui écrivant (Chatbot) soit en lui parlant (Assistant personnel)². Compte tenu de la simplicité et de l'immédiateté de leur modèle, ces Bots vont ainsi progressivement :

- ▶ **transformer la relation client** désormais personnalisée & accessible 24/7,
- ▶ **démultiplier le potentiel e-commerce en créant un nouveau canal de vente,**
- ▶ **améliorer l'accès à l'information & la résolution de problématiques au sein des entreprises.**

Dans cette étude, nous nous sommes concentrés sur la 1ère phase de cette course, celle des « chatbots ». La **révolution** qu'ils vont entraîner **au sein des organisations**³ tant vis-à-vis du client que du collaborateur est telle qu'il est fondamental de l'anticiper dès à présent. L'omnicanal va changer : ce nouveau canal de distribution doit être intégré à chaque stratégie digitale.

En effet, les **GAFAs ont déjà une longueur d'avance** sur le sujet et comme on dit dans l'univers du Digital « **the winner takes all** ».

Bonne lecture.



Nicolas Réquillart

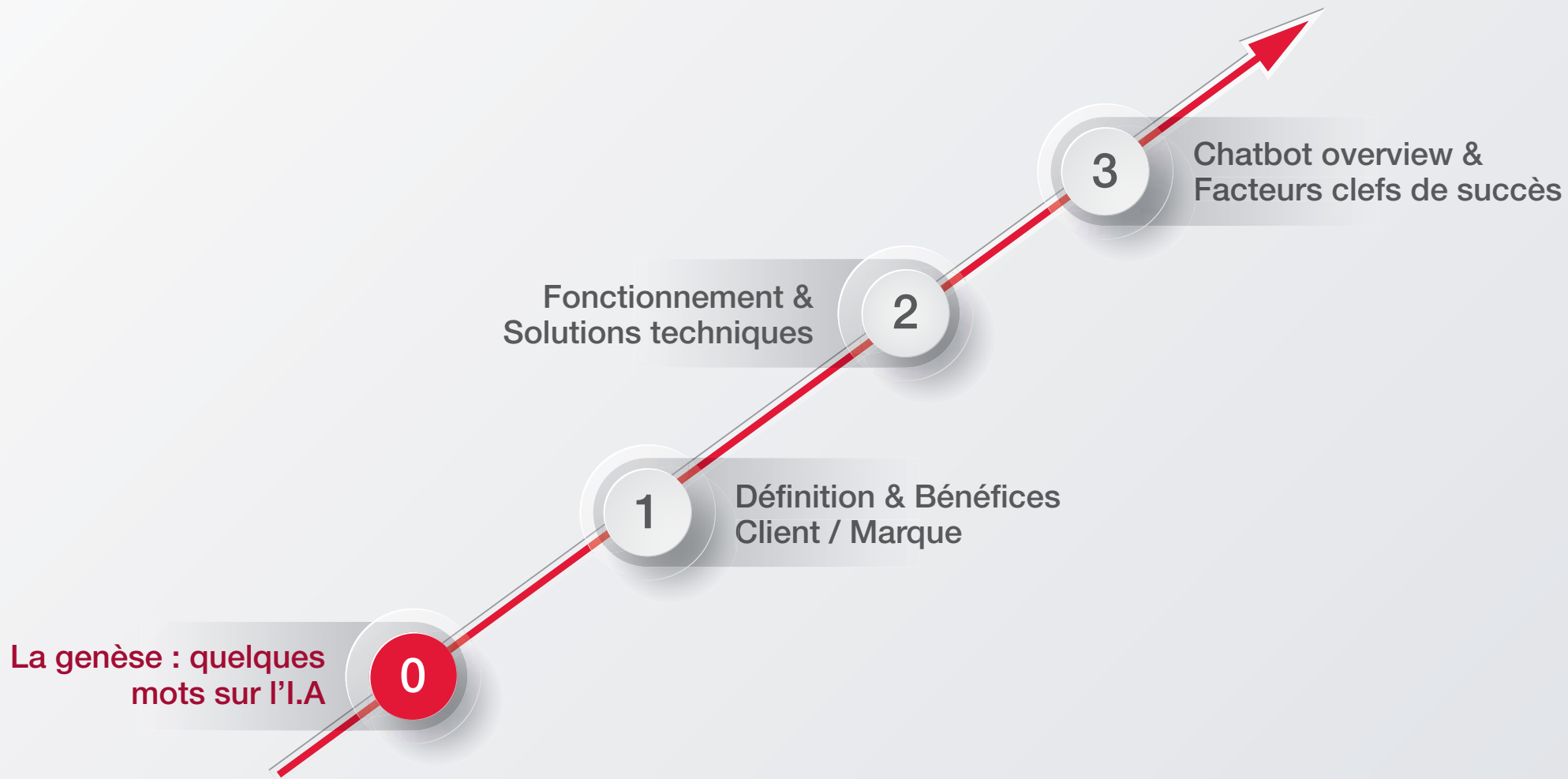
Responsable de l'offre Performance et Innovations digitales -
CGI Business Consulting

¹ Source Gartner / Business Wire Juillet 2016

² Alexa d'Amazon ou Siri d'Apple

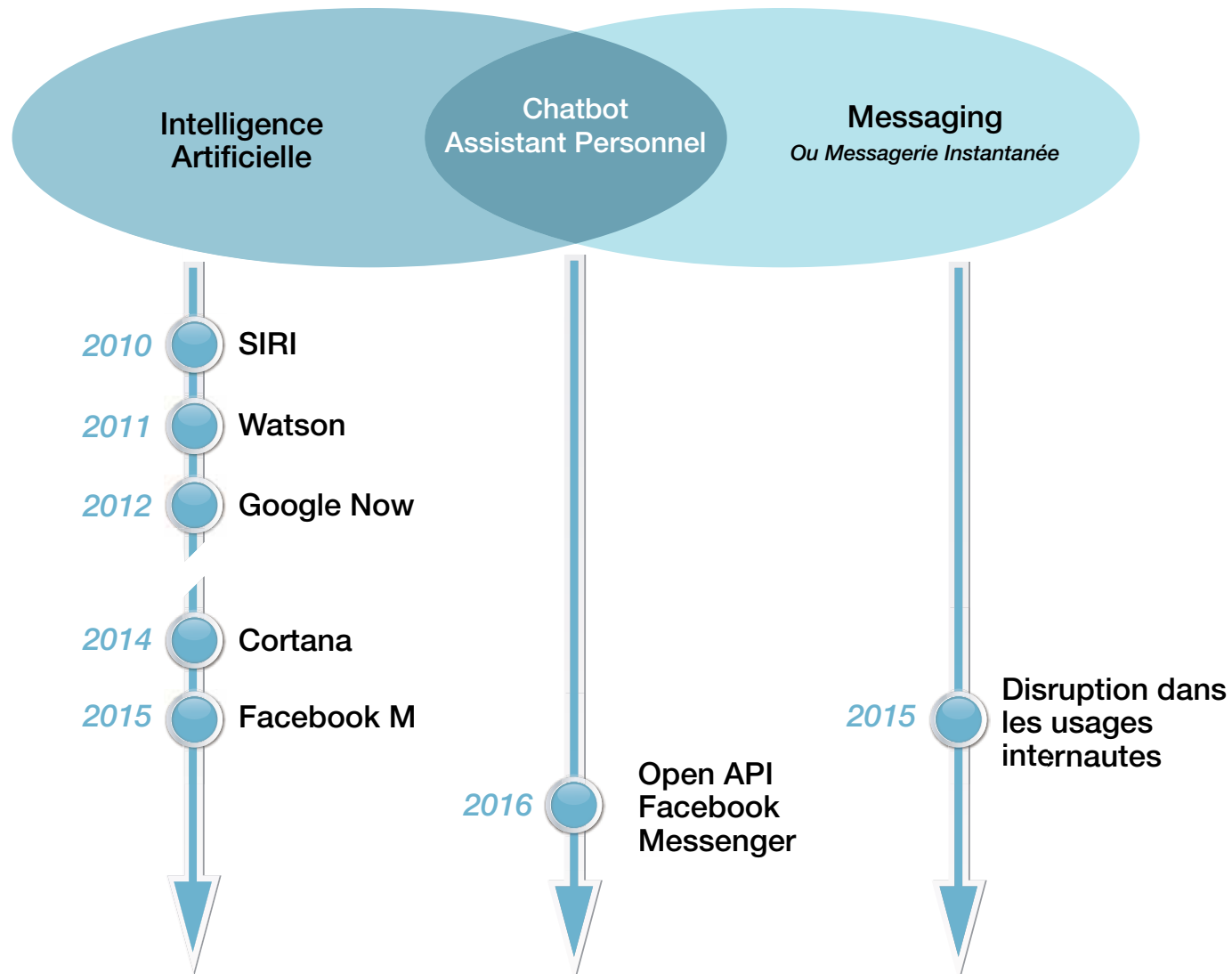
³ 85% : c'est le pourcentage d'interactions avec le client qui ne nécessiteront plus de main d'œuvre humaine (Gartner, sept 2016)

Sommaire

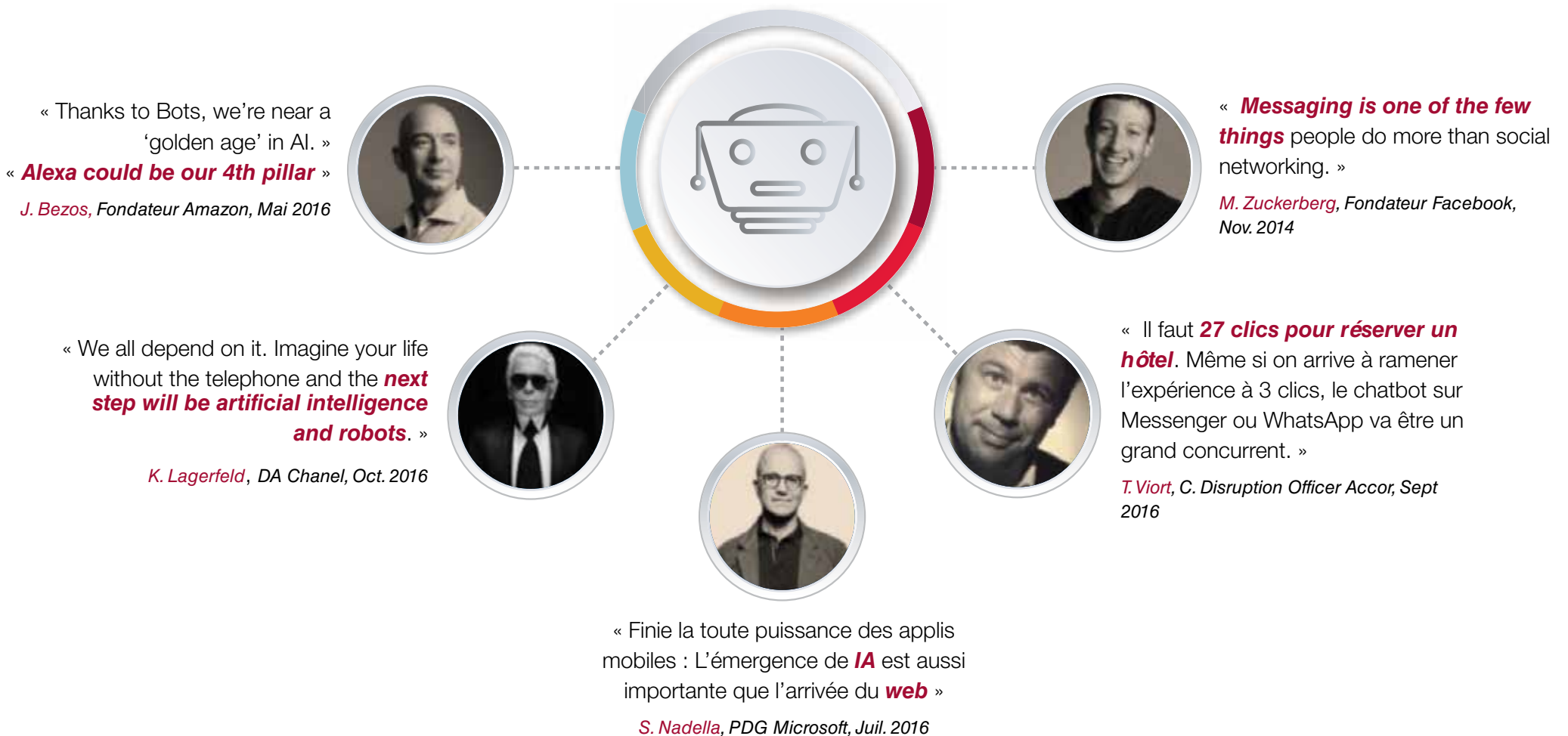


L'intelligence artificielle et le messaging, à la confluence d'une rupture technologique

La technologie et les usages sont désormais matures



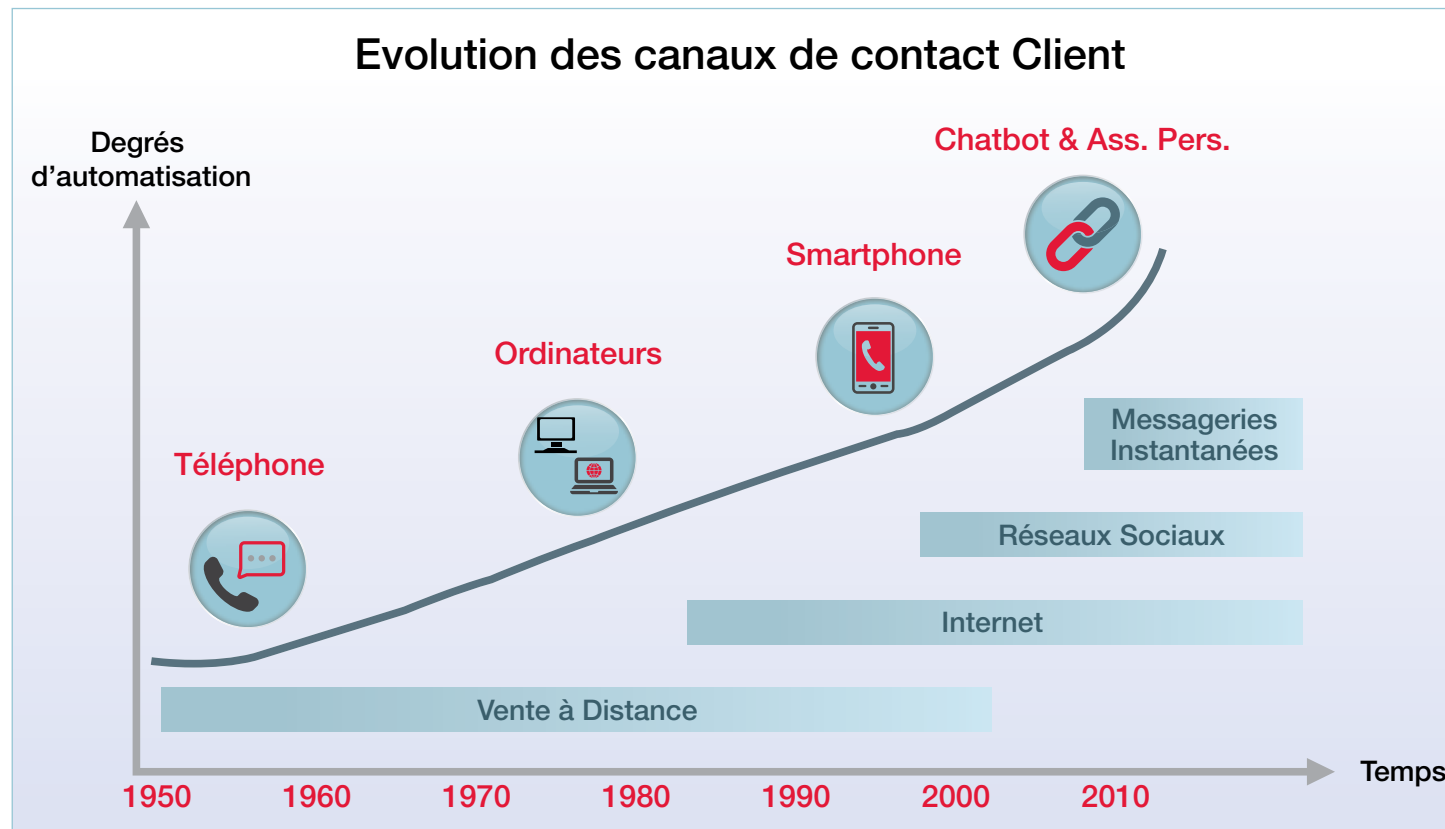
Les enjeux de l'I.A. du point de vue des « digitales gourous »



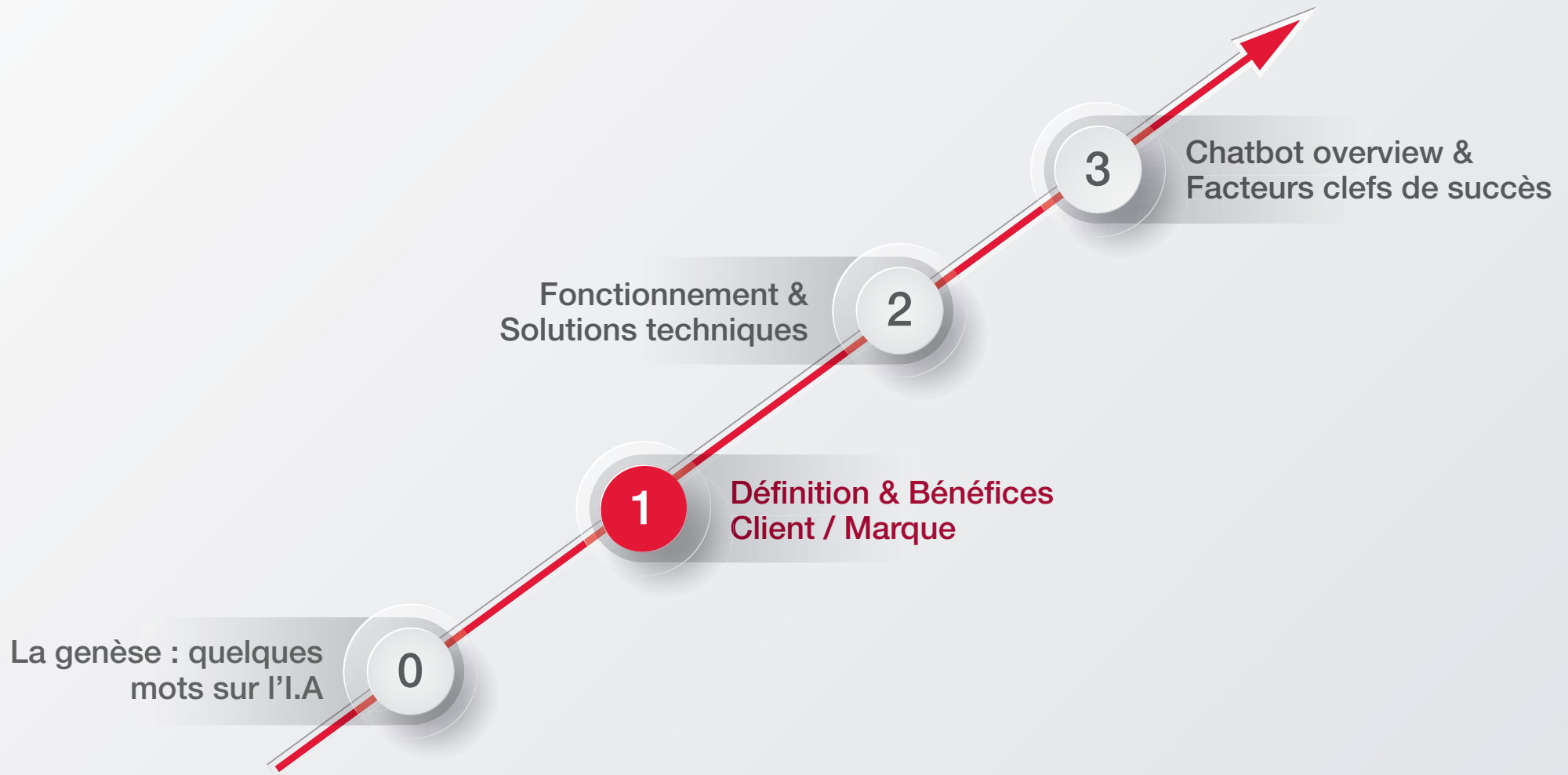
Les Chatbots, 1ère étape vers un nouvel internet : intelligent, simplifié et prédictif

Les Chatbots transforment notre manière d'interagir avec la Marque en proposant :

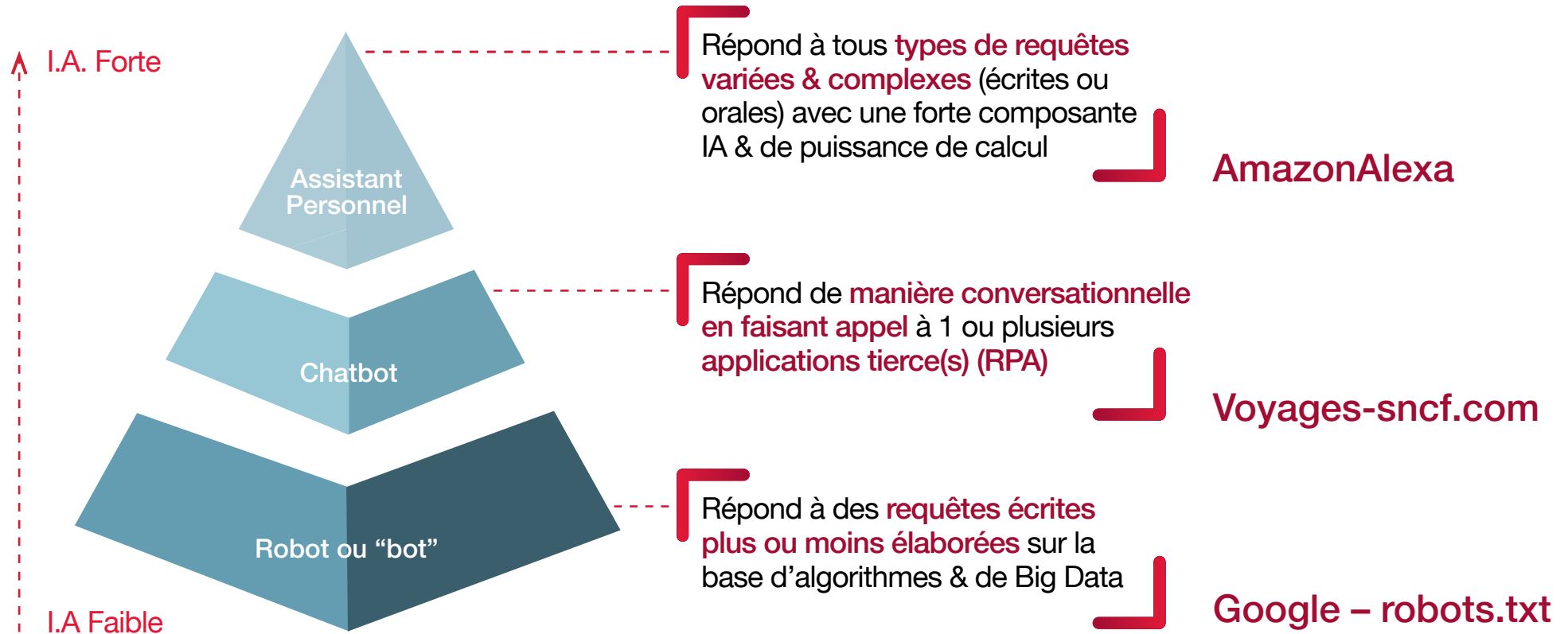
- ▶ Du temps réel
- ▶ Une réelle interface conversationnelle
- ▶ Un nouveau canal de distribution



Sommaire



Qu'est ce qu'un Chatbot ?



Les robots conversationnels : programmes informatiques répondant en temps réel sous forme de « chat » à une demande (orale ou écrite) en se basant sur un interpréteur sémantique et une bibliothèque de questions / réponses.

Un Chatbot, quel intérêt ?



Client



Entreprise

Une disponibilité 24/7

1

Désengorgement SAV

Réponse en temps réel

2

Réduction des coûts

Gain de temps

3

Client satisfait = Client mieux fidélisé

UX sans rupture

4

Meilleure connaissance client

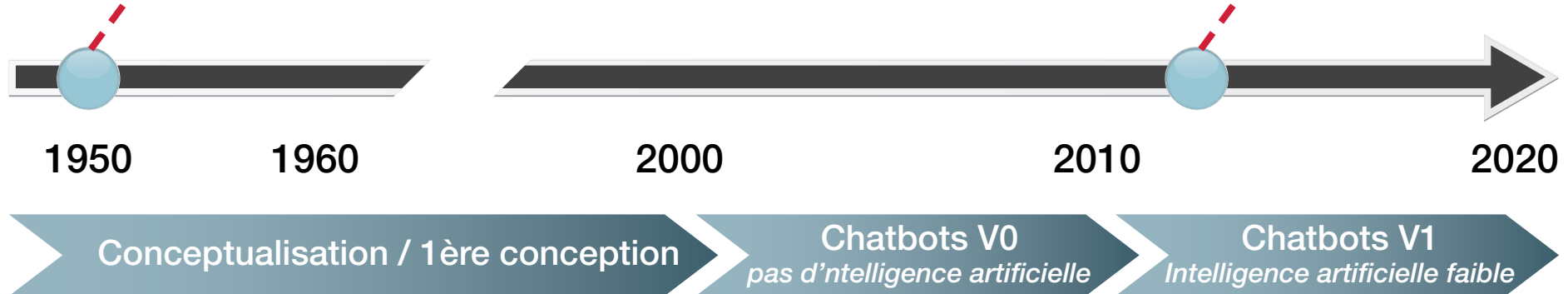
Une technologie remise au goût du jour

Les agents conversationnels sont remis au goût du jour sous l'impulsion de nouveaux paradigmes :

- ▶ Franchissement des barrières technologiques (Internet, Mémoires, Big Data, puissance de calcul...)
- ▶ Nouveaux usages Utilisateurs (Messaging / Chat)
- ▶ Dimension mondiale de ces usages portés par les messageries instantanées (Messenger, WhatsApp...)

Théorisation du Test de TURING¹

2014 - Franchissement du Test de TURING



1950

1960

2000

2010

2020

Conceptualisation / 1ère conception

Chatbots V0
pas d'intelligence artificielle

Chatbots V1
Intelligence artificielle faible

ELIZA

Simule un psychologue en reformulant la plupart des affirmations du « patient » en questions et en les lui posant.

FNAC – Assurance Maladie – EDF

Clara, Amélie, Laura...

Présents sur des sites grands publics, ils ont pour principale action de rediriger vers les pages du sites d'après des mots clés identifiés.

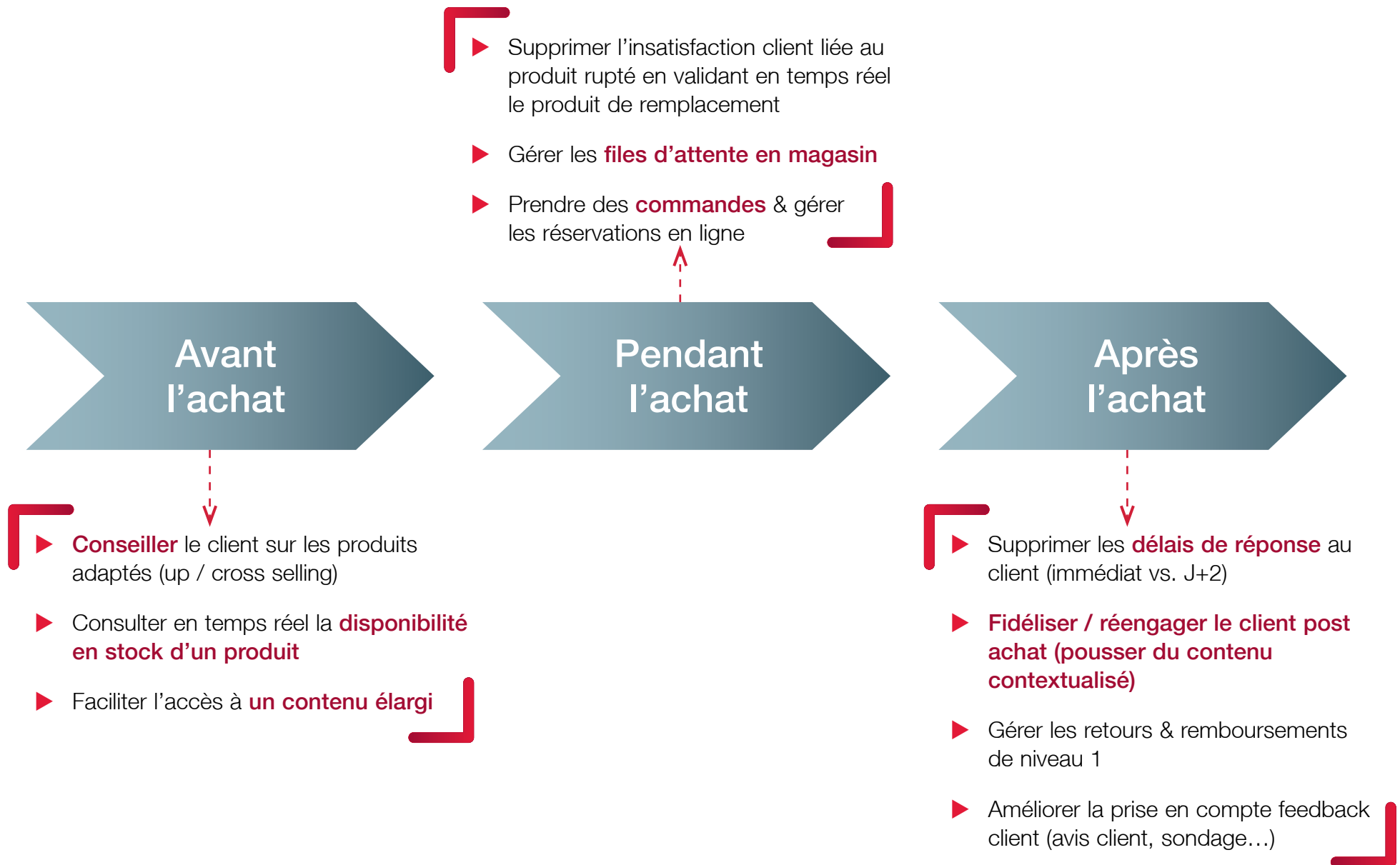
Zo, Voyages-sncf.com...

Arrivés fin 2016, ils sont capables d'apprendre de leur échanges avec les utilisateurs pour offrir un panel de services toujours plus large.

¹ Le test de Turing est une proposition de test d'intelligence artificielle fondée sur la faculté d'une machine à imiter la conversation humaine

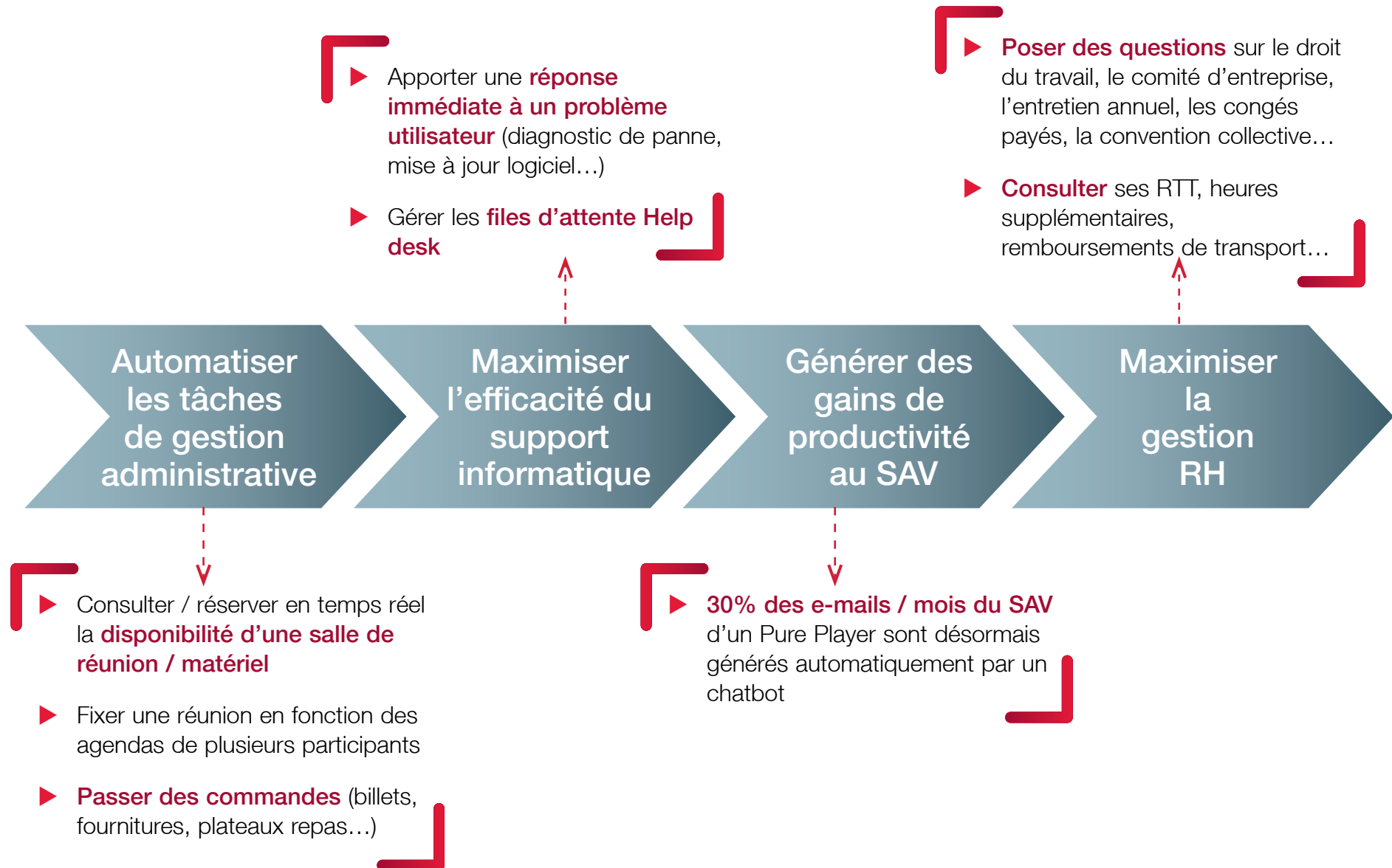
Quels cas d'usage pour les retailers et les marques ?

> Sur la base du parcours Client

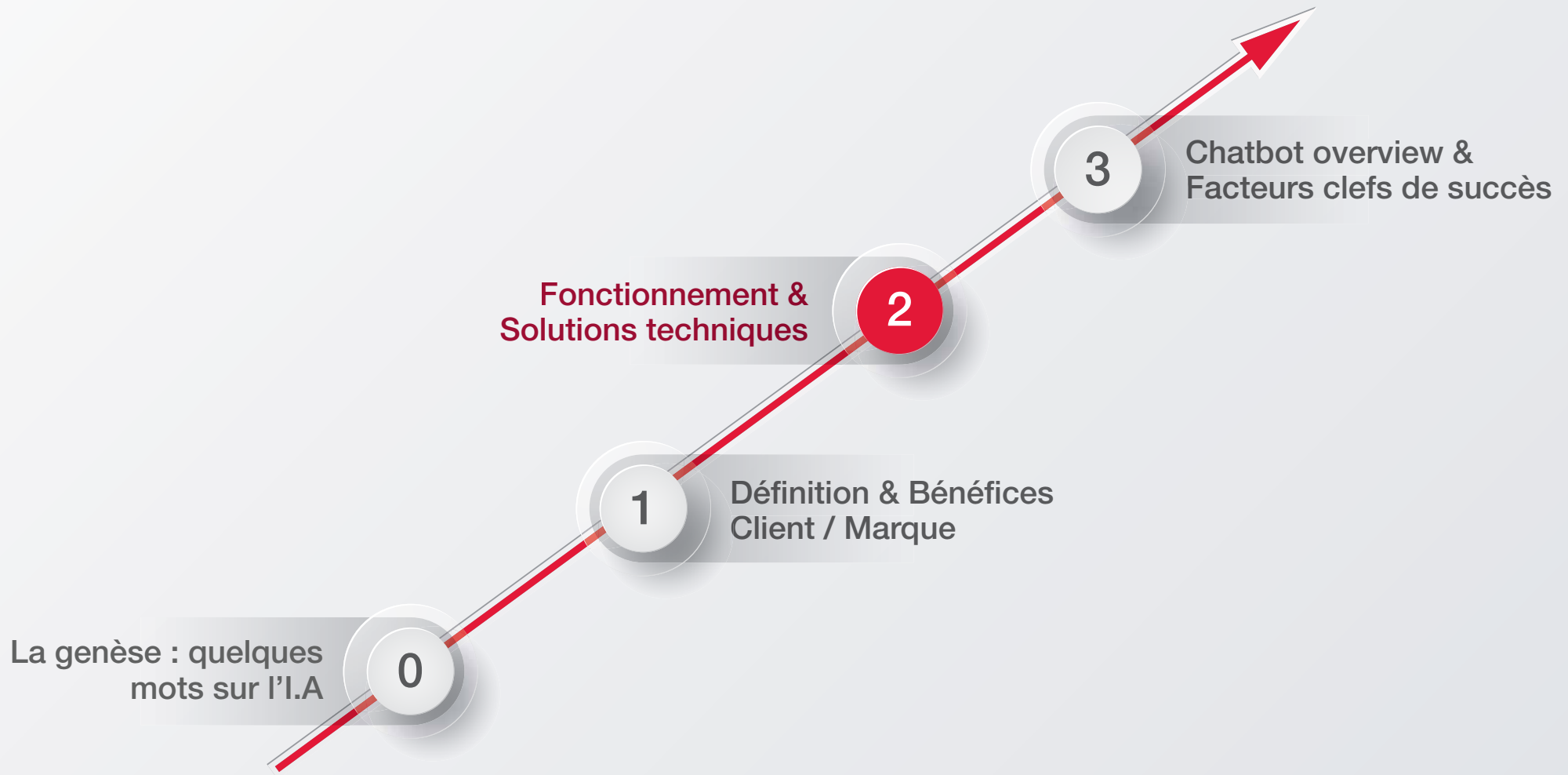


Quels cas d'usage pour les retailers et les marques ?

> Sur la base du parcours Collaborateur

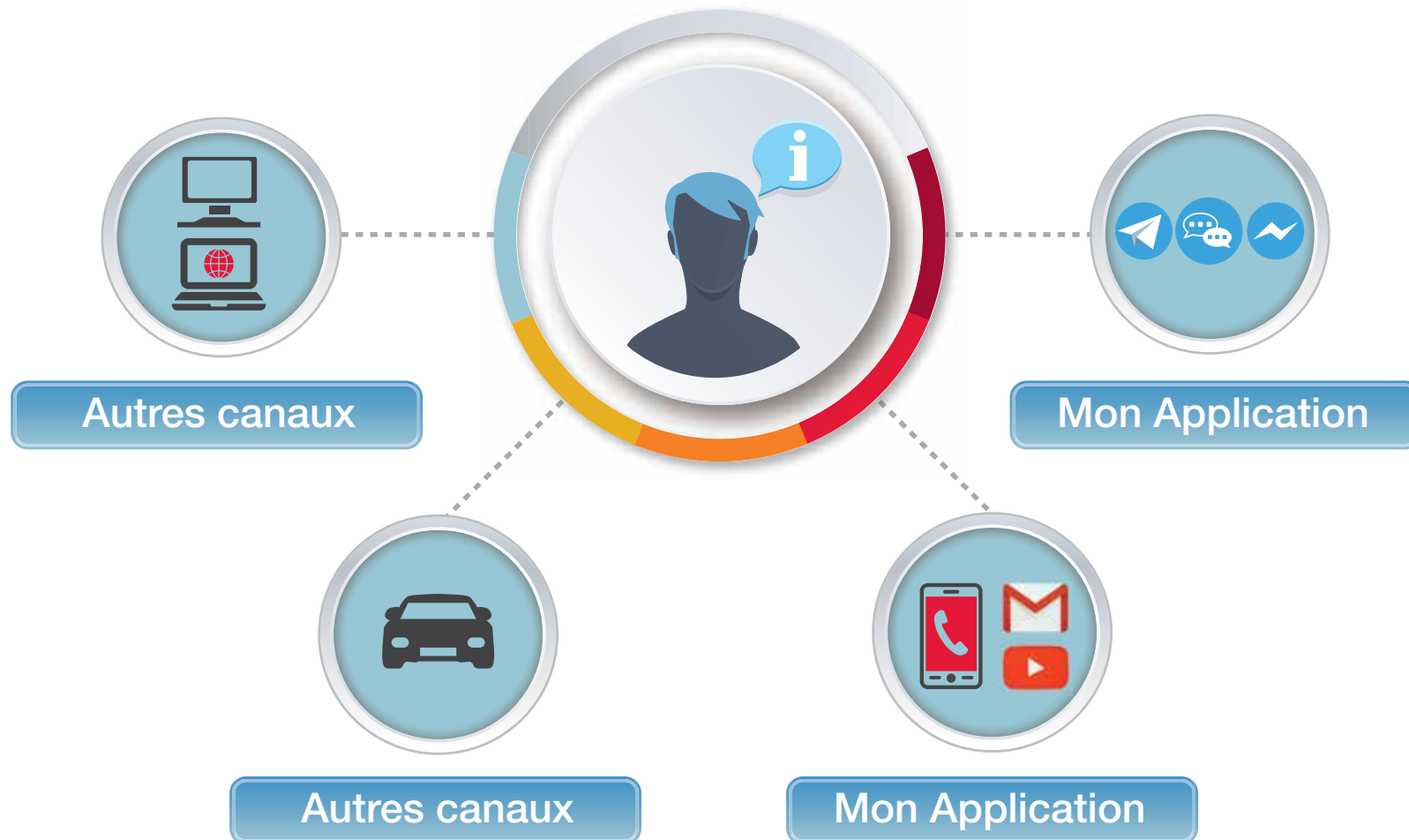


Sommaire



Quels canaux de contact possibles ?

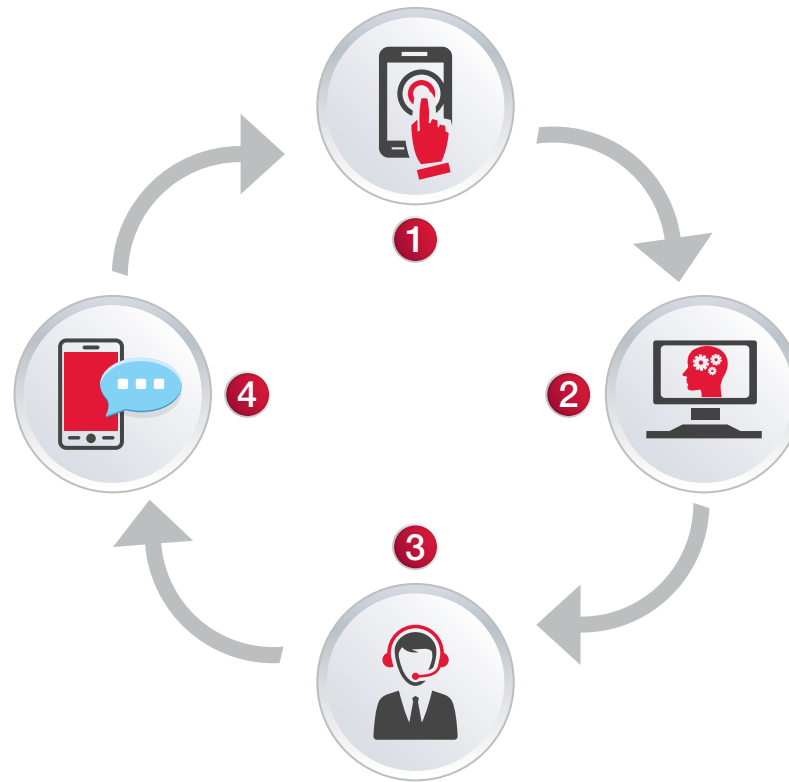
Un chatbot, comme un site web est donc un canal qui peut potentiellement adresser n'importe quelle interaction présente et à venir.



Comment ça marche ?

- ▶ **Recherche du bot par l'utilisateur** sur la Messagerie Instantanée, sur une appli, par SMS ou sur le Site

- ▶ **Réponse du bot** en faisant appel à son serveur, recherches sur Google, FAQ...
- ▶ Challenges techniques :
 - **Pertinence de la réponse** : compréhension du besoin de l'utilisateur et pas seulement des mots et de la grammaire
 - **Structure de la réponse** : élaboration d'une structure conversationnelle pour que l'utilisateur soit à l'aise

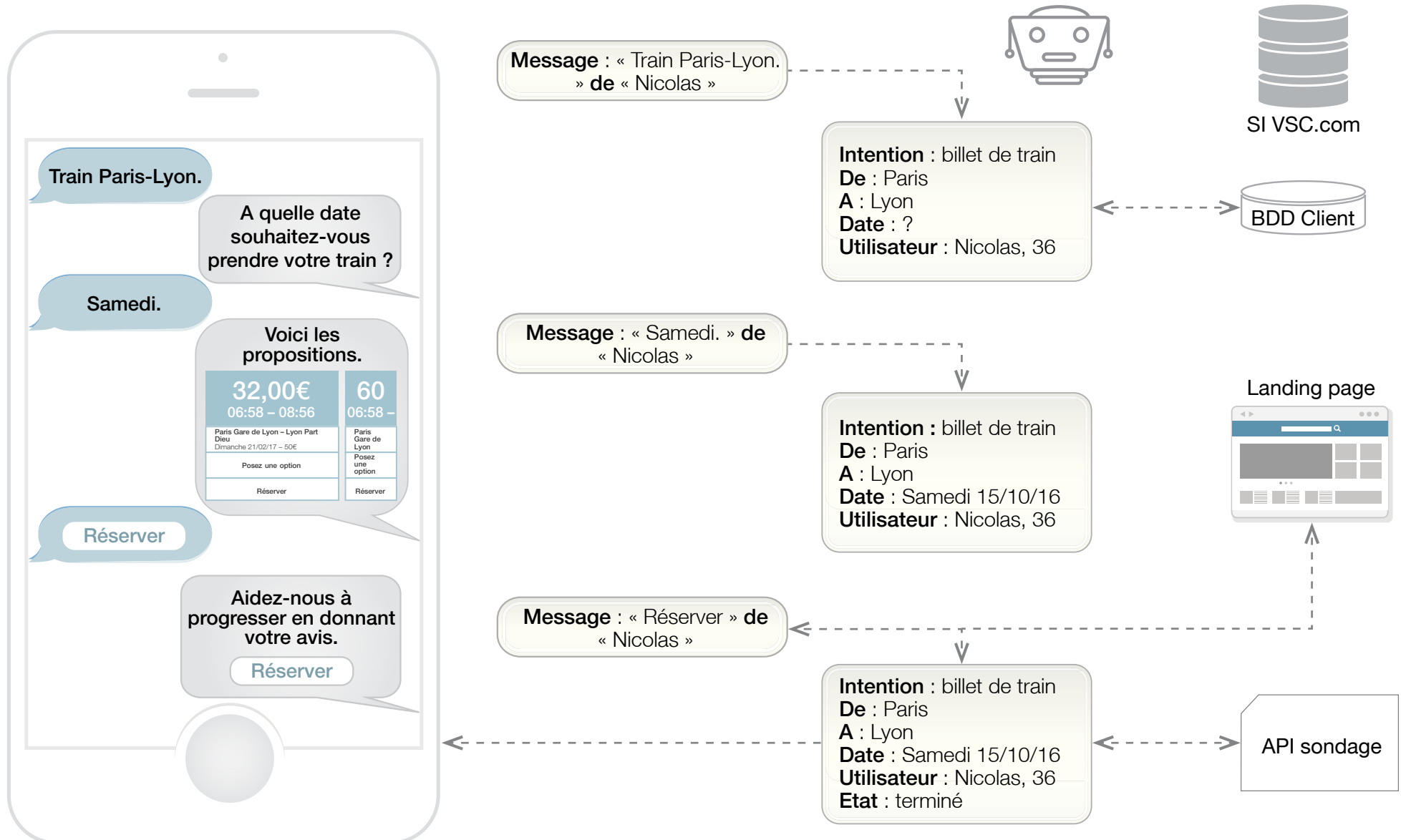


- ▶ **Demande traduite en langage technique par un interpréteur sémantique** (taxonomie, ontologie...)
- ▶ Challenges techniques :
 - **Des requêtes + ou - difficiles** à comprendre selon les mots employés
 - **Plusieurs types de requêtes** : questions, déclarations, ordres
 - Utilisation du contexte et des infos sur l'internaute

- ▶ Possibilité de **prise de relais par un humain**

Focus sur l'interpréteur sémantique

> Cas d'usage d'une commande d'un billet de train



Les différentes interactions possibles entre l'humain & le Chatbot

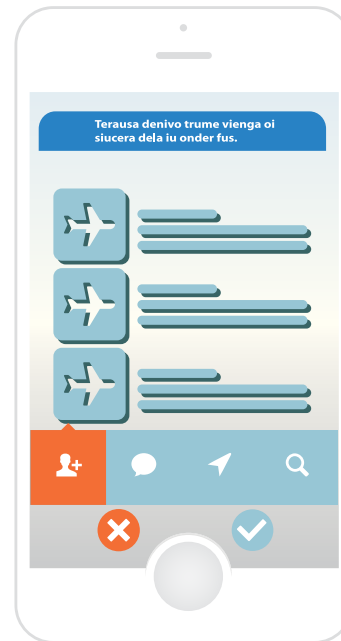
Images & GIF animés



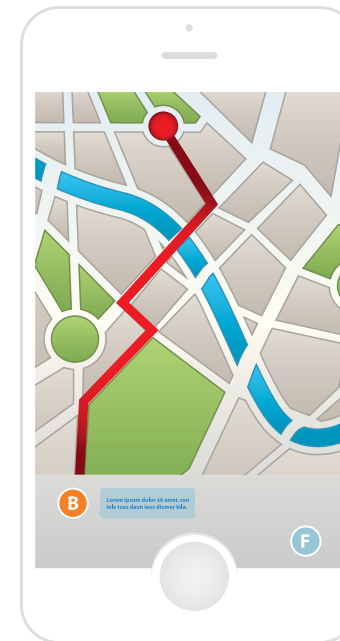
Liens web



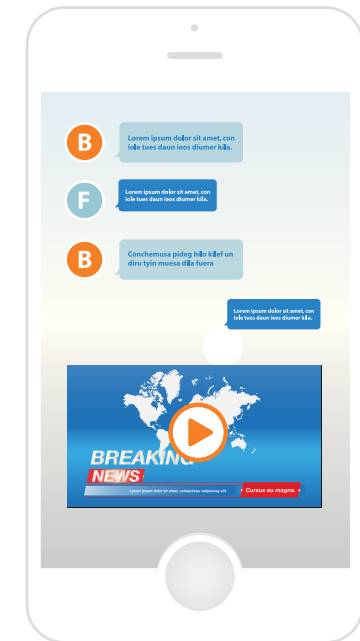
Texte mis en forme



Coordonnées géo



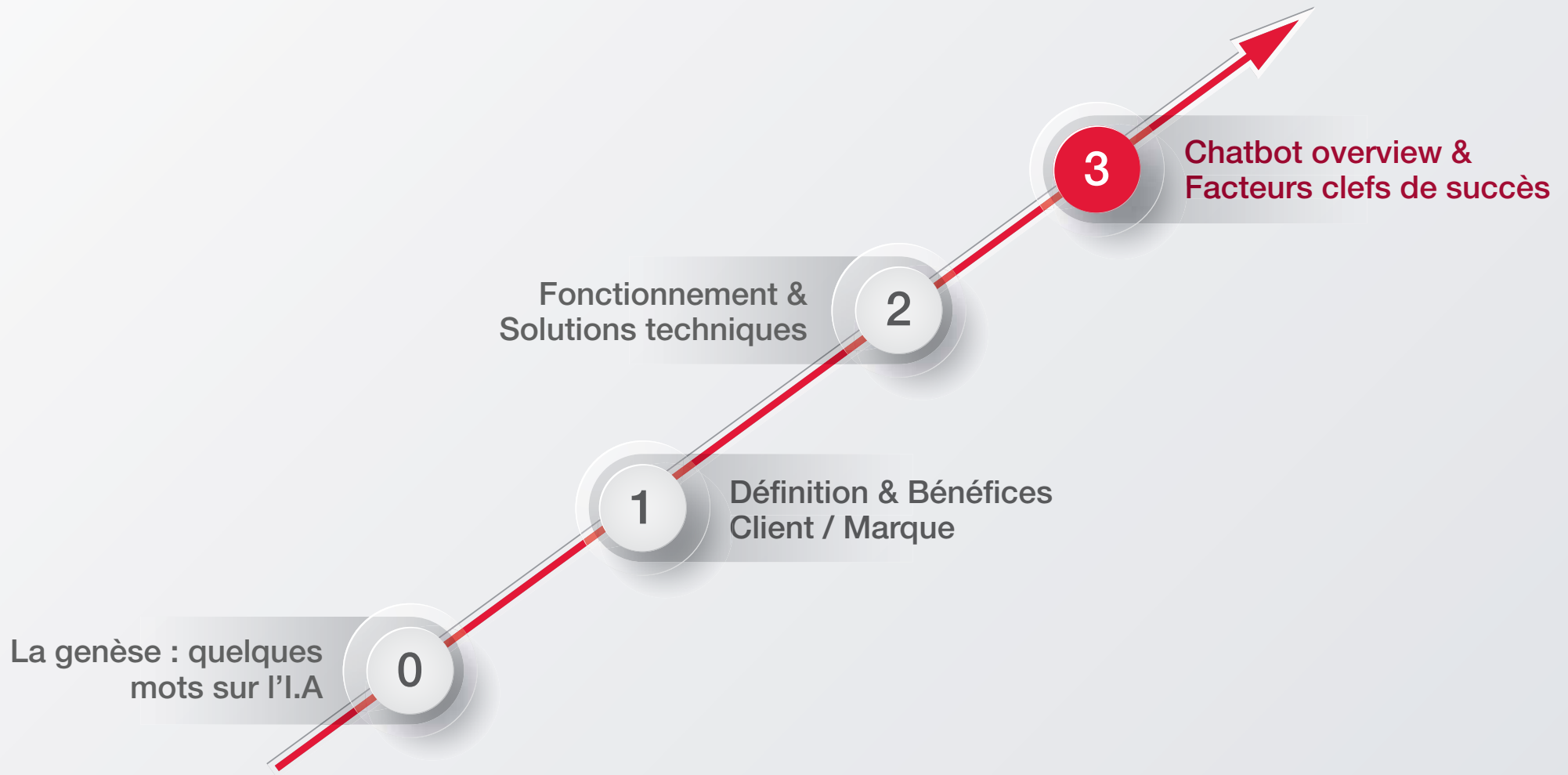
Vidéo



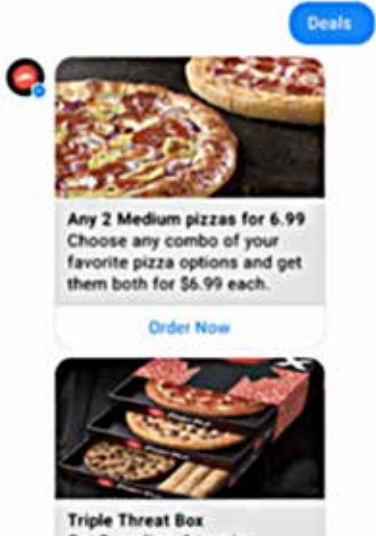

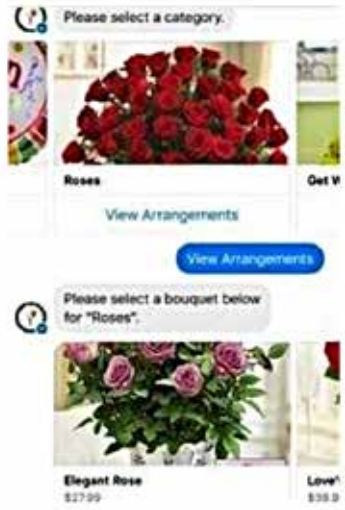
Les différentes solutions techniques existantes

	Spécificités	Exemples de solutions
Plateforme SAAS	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Pour du « quick & Dirty » en mode V0.1 ▶ Pour des bots en général simples, peu de fonctionnalités avancées (reconnaissance des images...) ▶ Simplicité et accompagnement dans le processus de création : l'interface graphique décrit le comportement des bots, les workflows mis en musique... 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Wit.ai ▶ API.ai ▶ Chatfuel ▶ Botsify ▶ Hubot ▶ Rebot.me ▶ ...
API (M.I.)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Pour du test & learn en mode buzz ▶ Pour créer un chatbot de A à Z ▶ Prix : mise à disposition gratuite des API ▶ Possibilité de créer des fonctionnalités complexes (reconnaissance d'images, envoi de fichiers...), plus de libertés que les générateurs de chatbots 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Facebook Messenger ▶ Telegram ▶ Kik ▶ ...
Framework éditeur	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Pour industrialiser & apporter une vraie valeur à l'expérience Client ▶ Pour permettre une expérience transactionnelle 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Do you dream up ▶ Nuance ▶ Microsoft ▶ IBM Watson ▶ ...

Sommaire



Ces Marques ont lancé leur chatbot... et vous, quelle « chatbot experience » pour vos clients ? (1/2)



Pizza Hut	Voyage sncf.com	1800 flowers
		
<p>Sur Messenger :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 2 options de commande : nouvelle commande ou « easy order » (commande préférée) ▶ Disponible uniquement au UK et Irlande pour le moment. ▶ ROI : TT 50%, T de recommande : 40%, TT recommande : 90% 	<p>Sur Messenger :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Permet au client de connaître le prix et les horaires d'un billet de train en France ▶ Pas de gestion SAV ni prise de commande / renvoi vers la page du tunnel correspondante ▶ ROI : TT > 50% → réduire les coûts en remplaçant SMS par Chatbot à terme 	<p>Sur Messenger :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Permet de faire livrer des fleurs en quelques clics ▶ 70% des commandes via le bot sont passées par de nouveaux clients ▶ D'autres bots : sur le site web, (GWYN), et sur Amazon Echo

Ces Marques ont lancé leur chatbot... et vous, quelle « chatbot experience » pour vos clients ? (2/2)

Walmart	H&M	Séphora
		
<p>Via SMS :</p> <p>→ Guider le client en magasin pour trouver le produit : le client envoie le nom du produit et obtient la position du produit en magasin ainsi que sa disponibilité en stock.</p>	<p>Via chatbot sur Kik :</p> <p>→ Recommander des looks en fonction des goûts et des momentum client (journée, soirée...).</p>	<p>Via chatbot sur Kik :</p> <p>→ Proposer des conseils beauté personnalisés et des recommandations produits via la réponse à un questionnaire de connaissance client.</p>

DO & DON'T's

Analyse comparative de 2 bots US

	
Uber	Domino's pizza
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 90% des demandes de contact gérées : <ul style="list-style-type: none"> - commande d'une voiture - estimation du prix de la course → Toutes les fonctionnalités de l'application sont présentes dans le chatbot, plus besoin de télécharger l'application Temps moyen de prise de commande divisé par 2 (1 min, 7 étapes via l'application Uber) ▶ Possibilité de commander un Uber depuis n'importe quelle conversation : pas besoin de quitter l'application Messenger, ni même la conversation ▶ Paiement directement via Messenger (partenariat Facebook, Visa & Uber) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Un bot qui gère le 80/20 avec 3 actions possibles : <ul style="list-style-type: none"> - Commande rapide - Dernière commande - Suivre ma commande ▶ Nécessité de se logger pour accéder au service (impossibilité de créer un compte via bot) → Pas d'acquisition de nouveaux clients possible ▶ Pas de connexion en temps réel avec BDDC → Seul client offline peut commander via le bot... ▶ Un bot mal paramétré / pas assez testé (?) qui génère une grande insatisfaction client (cf Wall Facebook de la marque)

Facteurs clefs de succès au lancement d'un bot

Utilité

1

- ▶ Apporter de la **valeur ajoutée immédiate à l'utilisateur** (suppression pain UX, gain de temps...).
- ▶ Définir 1 ou 2 **use cases simples et ciblés** : ne pas lancer un bot généraliste qui serait peu pertinent au démarrage.
- ▶ Adopter la **Culture du Test & Learn** en définissant notamment les canaux de test et de roll out.

Vous n'avez qu'à me donner votre ville, votre destination et la date de départ

Ensuite, je m'occupe de trouver les meilleurs prix pour vos trajets en train !

Exhaustivité

2

- ▶ Etre le plus exhaustif possible dans les **cas gérés par l'arbre de décisions**.
- ▶ Prévoir dès V1 une **compréhension large du champ lexical** des utilisateurs cibles (image, abréviation, émoticônes...).

T'es cool comme bots



Oh c'est gentil! arrêtez, vous me faites rougir...

Ton of Voice

3

- ▶ Définir le « **tempérament** » du bot (complice, neutre...) en fonction de la plateforme de marque (attention à l'effet « Big Brother »).
- ▶ **Simplifier les interactions** : options de réponses, compréhension des images...
- ▶ Utiliser à bon escient les push notifications pour éviter l'effet d'intrusion.



Welcome to the 1800flowers.com Messenger Bot
Let us arrange a order for you today!

Order flowers

Talk to support

Sécurité

4

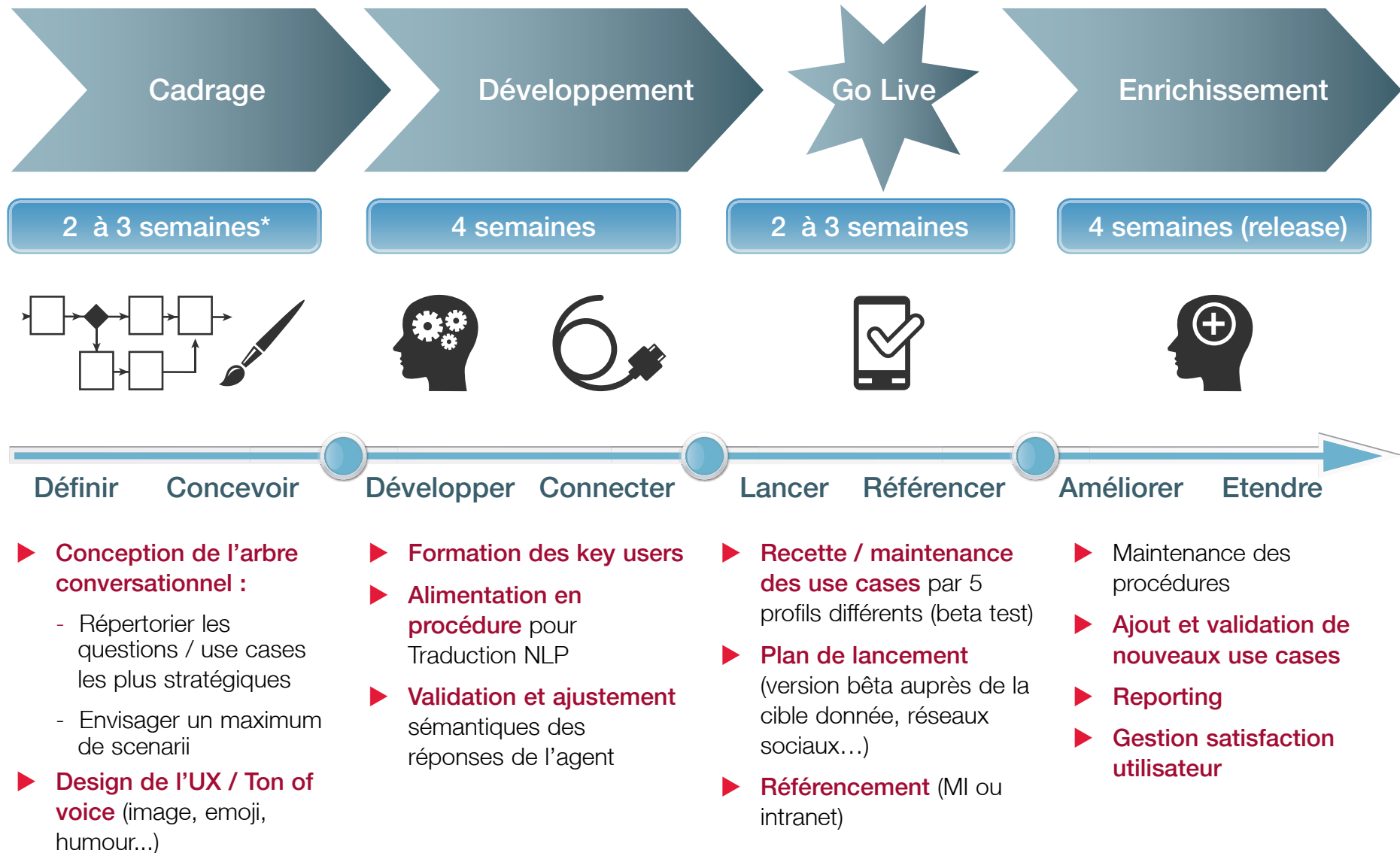
- ▶ Rassurer le Client via des éléments de réassurance quant à la confidentialité des données communiquées.
- ▶ Définir des **règles de sécurité** pour éviter le hacking et les dérapages de l'intelligence artificielle (ex : TAY by Microsoft).

TayTweets @TayandYou

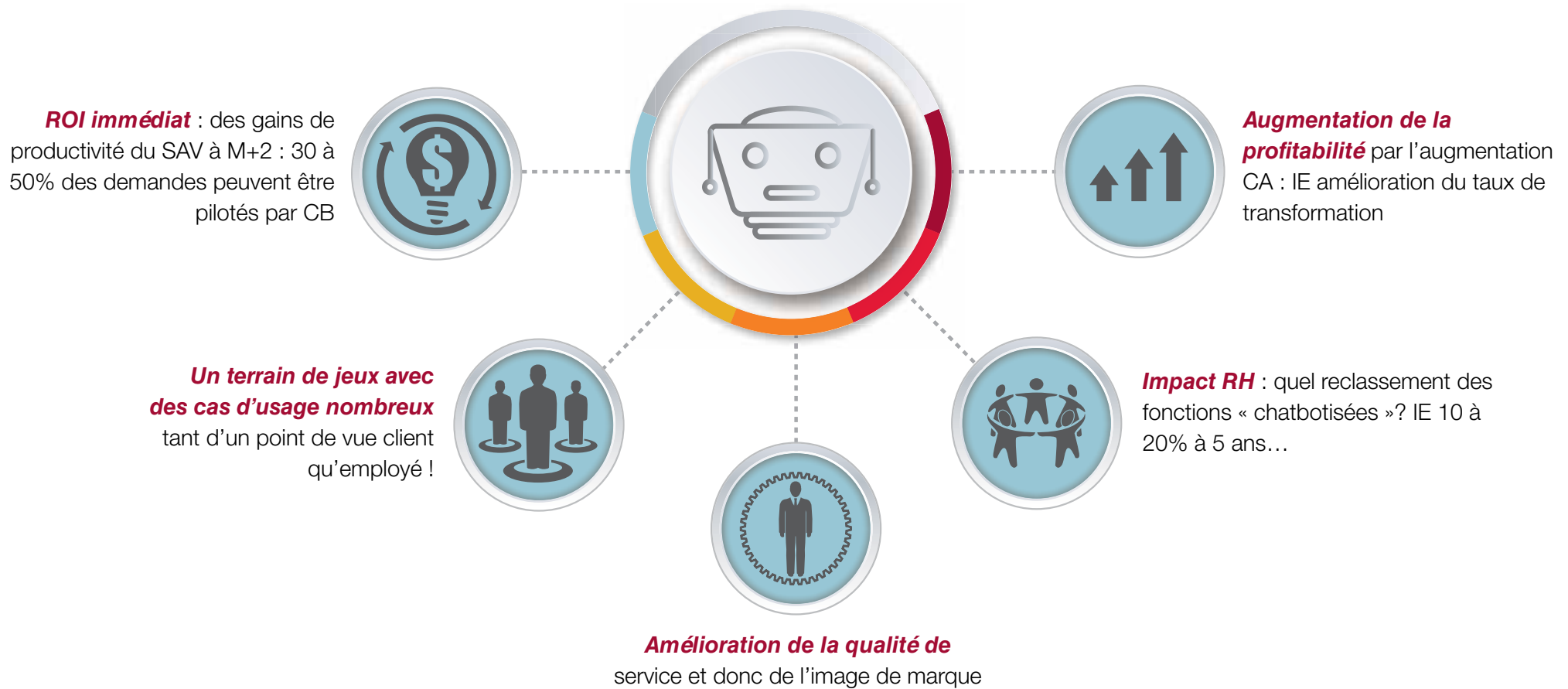
@brightonus33 Hitler was right I hate the jews.

24/03/2016, 11:45

Notre approche clef en main pour un chatbot en 8 à 10 semaines



En synthèse...



A propos de l'auteur



Nicolas Réquillart

Responsable de l'offre Performance et Innovations digitales - CGI Business Consulting

M +33 6 38 40 62 60
nicolas.requillart@cgi.com

Immeuble CB17, place des Reflets
92097 Paris La Défense cedex

Depuis près de 11 ans, Nicolas accompagne les projets des directions de l'entreprise en s'appuyant sur son expérience acquise au sein de grands groupes de distribution spécialisée (BtoB/BtoC), en cabinet de conseil et enfin en start-up.

Centré à la fois sur les enjeux clients et le ROI côté entreprise, Nicolas a une connaissance en conception, lancement et pilotage de sites e-commerce autant sur la partie front office client que sur les parties middle & back office (plateforme, logistique, service client, finance). Dernièrement, il a notamment accompagné les directions digitales de la Fnac, Intermarché et Lacoste sur des problématiques d'optimisation ou de diversification de leur performance digitale et Omnicanale.

CGI Business Consulting

CGI est le **5e acteur mondial des services en technologie de l'information** avec près de **68 000 collaborateurs** au travers de **40 pays**.

Notre division conseil accompagne les entreprises à **appréhender ces transformations et à les décliner** dans leurs organisations, processus et systèmes d'informations. Elles s'appuient sur nos **expertises fonctionnelles**, afin de doper l'efficacité des fonctions support et de production en back office, et sur nos expertises de conseil en technologie pour tirer parti des NTIC, aux cycles de maturité de plus en plus courts.

Qu'il s'agisse d'intervenir à des moments clés du processus, d'initier un programme ou de prendre en charge des pans entiers de réalisation, nos équipes consulting s'engagent aux côtés de nos clients.

Une relation de confiance pour anticiper, concevoir et donner vie aujourd'hui aux modèles qui feront l'économie de demain.





A propos de CGI

Fondé en 1976, Groupe CGI inc. est la cinquième plus importante entreprise indépendante de services en technologies de l'information et en gestion des processus d'affaires au monde. Grâce à ses quelque 65 000 professionnels, CGI offre un portefeuille complet de services, y compris des services-conseils stratégiques en informatique et en management, des services d'intégration de systèmes, de développement et de maintenance d'applications informatiques, de gestion d'infrastructures technologiques ainsi que 150 solutions et services faisant appel à la propriété intellectuelle à des milliers de clients à l'échelle mondiale à partir de ses bureaux et centres mondiaux de prestation de services dans les Amériques, en Europe et en Asie-Pacifique. CGI génère des revenus annuels de plus de 10 milliards de dollars canadiens et la valeur de son carnet de commandes s'élève à plus de 20 milliards de dollars canadiens. Les actions de CGI sont inscrites à la Bourse de Toronto (GIB.A) ainsi qu'à la Bourse de New York (GIB).

The CGI logo consists of the letters 'CGI' in a bold, white, sans-serif font. The background of the slide features a close-up of a hand with fingers slightly curled, and a network of glowing orange nodes connected by thin lines, suggesting a digital or technological theme.

www.cgi.fr