

# Adopter une approche moderne de l'expérience client : habiliter les employés et les agents de première ligne

Résumé du rapport pour l'Europe

# Table des matières



**EDEN ZOLLER**

Analyste distingué  
et analyste principal,  
Services aux  
consommateurs et  
commerce, Ovum



**KEN LANDOLINE**

Analyste principal,  
engagement client

Résumé .....	03
En bref .....	03
Messages clés .....	03

Les agents sont confrontés à une complexité croissante sur plusieurs fronts .....	04
Europe : résolution dès le premier contact, pour le meilleur ou pour le pire .....	04

Les agents doivent être mieux équipés pour réussir .....	05
La formation en Europe n'est pas à la hauteur .....	05
Le Royaume-Uni connaît la meilleure croissance des outils de bases de connaissances .....	06

L'IA peut transformer l'engagement client, mais l'impact commence à peine à se faire sentir .....	06
Le Royaume-Uni se distingue en matière de stratégie d'IA .....	06

Recommandations .....	07
-----------------------	----

Annexe .....	08
--------------	----

# Récapitulatif

## EN BREF

Ovum a mené une double enquête pour LogMeIn auprès de 341 responsables de l'expérience client et 484 employés en contact avec la clientèle dans sept pays. Cette version condensée du rapport correspondant est axée sur les principales conclusions pour les marchés européens de l'étude : le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne. Le rapport complet examine le rôle des équipes d'assistance et son évolution, les principales

difficultés et frustrations auxquelles elles sont confrontées, la façon dont elles gèrent l'engagement client et utilisent la technologie. Le rapport analyse également en profondeur l'état des stratégies et déploiements de l'intelligence artificielle (IA) dans le cadre de l'engagement client ainsi que les plans de mise en œuvre.

## MESSAGES CLÉS

- **Le Royaume-Uni est l'un des marchés les plus avancés dans de nombreux domaines.** Le Royaume-Uni se distingue des autres marchés européens inclus dans l'étude, en progressant mieux que la France et l'Allemagne dans les domaines de la stratégie, de la mise en œuvre et de la formation en matière d'IA. Les employés britanniques en contact direct avec les clients connaissent la plus forte augmentation de l'utilisation d'outils de base de connaissances de l'étude, et ces agents sont plus à même de résoudre les problèmes des clients dès le premier contact que leurs homologues français ou allemands.
- **Mais les choses sont loin d'être parfaites pour les employés britanniques en contact direct avec les clients.** La formation des employés en contact direct avec les clients est médiocre sur tous les marchés étudiés, et tout particulièrement au Royaume-Uni. La formation a un effet important sur la capacité des agents à bien faire leur travail, ce qui affecte tant la satisfaction des agents que des clients. L'incapacité à répondre aux attentes des clients est une source courante de frustration pour les employés, particulièrement au Royaume-Uni : 70 % des employés britanniques sont extrêmement ou très frustrés. Il existe une corrélation directe entre la frustration des agents et le mécontentement des clients, ce qui dégrade les ventes et la fidélisation. Une autre conséquence est le taux élevé de turnover des agents et le surcoût associé puisque les entreprises doivent recruter et former de nouveaux employés.

# Les agents sont confrontés à une complexité croissante sur plusieurs fronts

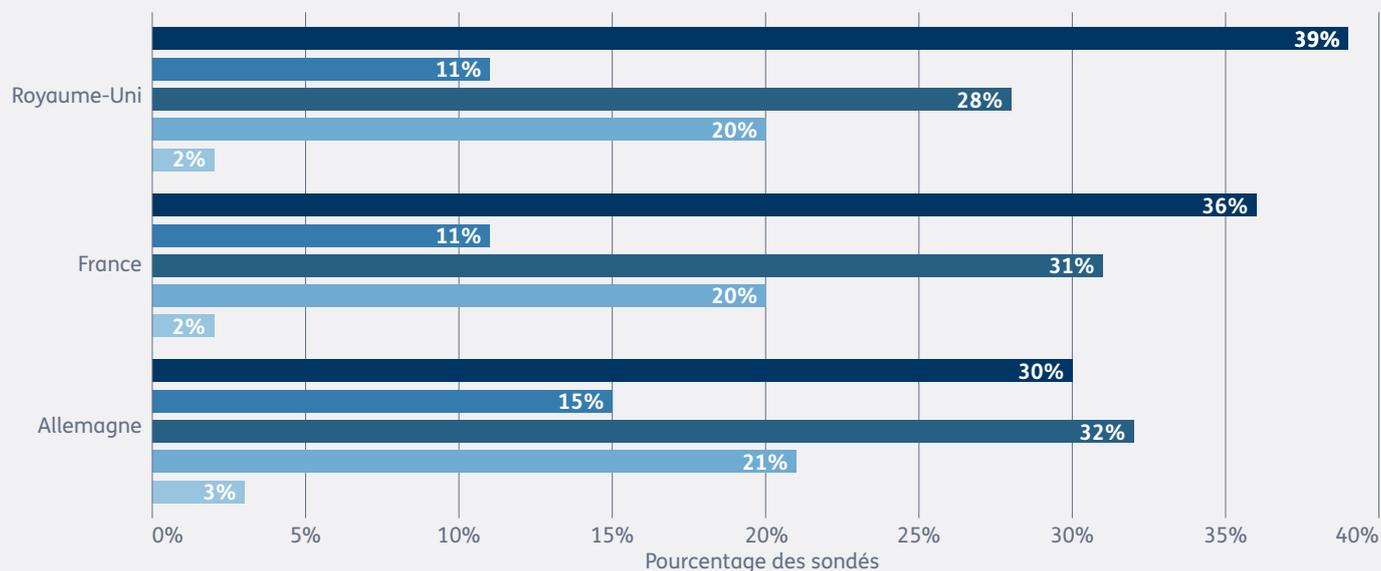
## EUROPE : RÉOLUTION DÈS LE PREMIER CONTACT (RPC), POUR LE MEILLEUR OU POUR LE PIRE 04

Les employés en contact direct avec les clients dans tous les pays de l'étude déclarent que la résolution dès le premier contact avec l'agent est le facteur qui influe le plus sur la satisfaction client, alors même que la plupart des agents n'y parviennent pas. Chez les sondés européens, on observe les meilleurs et les pires taux

de réussite de l'étude, comme le montre la figure 1. Au Royaume-Uni, environ 40 % des employés en contact direct avec les clients sont capables de résoudre les problèmes dès le premier contact, ce qui peut sembler médiocre, mais qui représente le meilleur taux de l'étude. Par exemple en Allemagne, les sondés sont les moins à même de résoudre les problèmes dès le premier contact (30 %). Le taux de RPC en Europe et sur d'autres marchés sont décevants, mais ils sont compréhensibles si l'on tient compte de l'augmentation des exigences et de la complexité à laquelle les agents sont confrontés.

FIGURE 1 : LA RPC ÉCHAPPE AUX AGENTS EN EUROPE

Selon vous, quel est le résultat des interactions avec les clients décrites ci-dessous ?  
(Résultats pour les marchés européens)



- Je résous les problèmes par moi-même lors de la première interaction avec le client
- J'escalade ou je transfère des questions pour les résoudre
- Je demande des conseils à mon responsable ou mes collègues, puis je résous ensuite moi-même le problème
- Je reviens vers le client après avoir étudié le problème par moi-même
- Je suis souvent incapable de répondre à la question du client

Sondage auprès des employés, Europe, N = 200

SOURCE : OVUM

# Les agents doivent être mieux équipés pour réussir

## LA FORMATION EN EUROPE N'EST PAS À LA HAUTEUR

Au Royaume-Uni, les employés ne sont que 39 % à estimer que leur formation est parfaite (un des taux les plus faibles de l'étude), tandis que 39 % la considèrent comme adéquate. En Allemagne, près de 20 % des sondés estiment que la formation est insuffisante, ce qui représente la proportion la plus élevée de l'étude. Ces chiffres sont décevants. On s'attendrait à ce que la majorité des employés déclarent recevoir une formation

optimale. La formation a un effet important sur la capacité des agents à bien faire leur travail, ce qui affecte tant la satisfaction des agents que des clients. Le manque d'investissement dans la formation peut expliquer les difficultés les plus importantes rencontrées par les employés : le manque de connaissances, et devoir gérer davantage de technologies et de canaux.

## LE ROYAUME-UNI CONNAÎT LA MEILLEURE CROISSANCE DES OUTILS DE BASE DE CONNAISSANCES

Les lacunes dans les connaissances et les problèmes associés sont un sujet récurrent lorsque l'on interroge les responsables et les agents, et parmi les sondés, seulement 47 % des employés en contact direct avec les clients utilisent une solution de base de connaissances. Ce taux est à peu près identique dans tous les pays, bien

que le Royaume-Uni se distingue avec 53 % d'utilisation. Les employés qui utilisent une base de connaissances les jugent très utiles. Sur l'ensemble des marchés européens, près de 50 % se déclarent extrêmement ou très satisfaits de ces outils, comme le montre la figure 2.

**FIGURE 2 : LES SOLUTIONS DE BASE DE CONNAISSANCES SONT TRÈS APPRÉCIÉES DES UTILISATEURS EUROPÉENS**

Si vous utilisez une base de connaissances, dans quelle mesure en êtes-vous satisfait ?



Sondage auprès des employés, UE, N = 96

SOURCE : OVUM

# L'IA peut transformer l'engagement client, mais l'impact commence à peine à se faire sentir

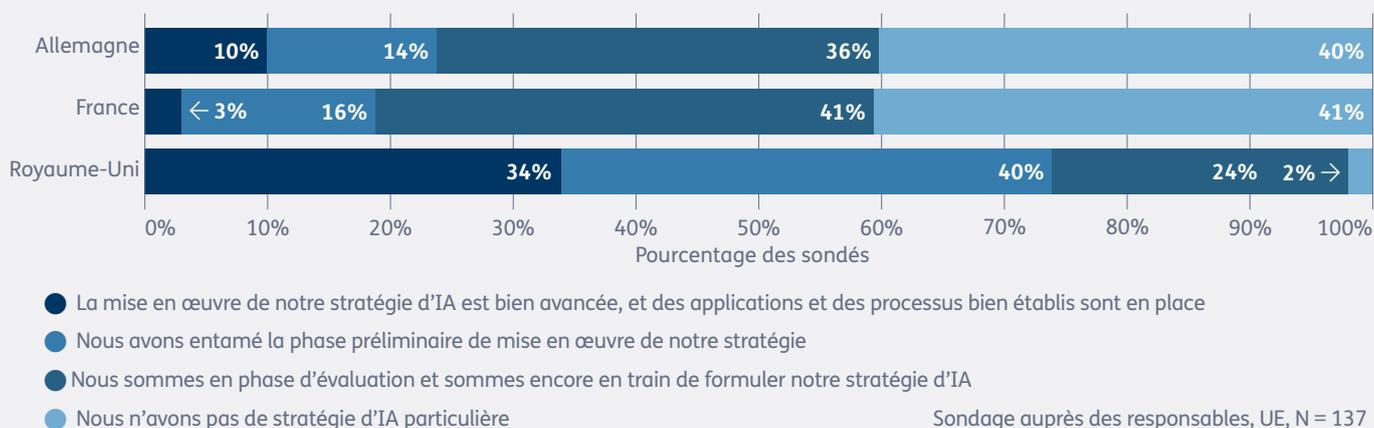
## LE ROYAUME-UNI SE DISTINGUE EN MATIÈRE DE STRATÉGIE D'IA

La majorité des entreprises n'en sont encore qu'aux premiers stades d'élaboration de leur stratégie d'IA, ce qui est compréhensible : l'élaboration d'une stratégie d'IA est un processus complexe et beaucoup d'éléments doivent être pris en compte (investissement/ROI en matière d'IA, sélection des cas d'utilisation, préparation organisationnelle, etc.). Mais le Royaume-Uni se distingue comme étant le marché le plus avancé parmi

les marchés européens étudiés, se plaçant en 2<sup>e</sup> place derrière les États-Unis. Au Royaume-Uni, plus d'un tiers des entreprises mettent en œuvre une stratégie d'IA et exploitent des applications et des processus bien définis, comme le montre la figure 3. La France et l'Allemagne sont loin derrière le Royaume-Uni, et bien d'autres pays de l'étude, en matière de mise en œuvre de stratégies d'IA. Le Royaume-Uni est également en tête en matière de formation des employés d'assistance à l'utilisation d'outils d'IA : 57 % des entreprises britanniques de l'étude en proposent, comparé à seulement 7 % des entreprises allemandes et aucune en France.

**FIGURE 3 : LES ENTREPRISES BRITANNIQUES ONT UNE LONGUEUR D'AVANCE EN EUROPE EN MATIÈRE D'IA**

Comment décririez-vous l'état de votre stratégie d'IA ? (résultats pour les pays de l'UE)



SOURCE : OVUM

# Recommandations

- **Mettre l'accent sur les outils de base de connaissances et donner la priorité à la facilité d'utilisation.** Ces outils sont très appréciés et permettent aux équipes d'assistance clientèle de combler des lacunes et de résoudre des problèmes associés, même s'il existe encore une marge de progression. Par exemple en France, 50 % des sondés estiment que les recherches dans les solutions de base de connaissances sont compliquées, tandis qu'en Allemagne, ils sont un tiers à déclarer que l'accès aux données est difficile. Une utilisation limitée des bases de connaissances se traduit par une perte de temps et de précieuses ressources.
- **Les actions suggérées aux équipes d'assistance sont « low tech » et doivent être améliorées.** L'étude montre que les agents d'assistance qui ont besoin d'aide pour prendre des décisions de gestion des clients demandent généralement des conseils à leurs collègues, une approche qui entraîne des résultats très variables. En France, 63 % des sondés s'appuient sur leurs collègues, le taux le plus élevé de l'étude. Les technologies sont actuellement sous-utilisées, alors que les solutions qui permettent d'automatiser les meilleures actions suivantes (MAS) et/ou les fenêtres contextuelles gérées par IA peuvent aider les agents à fournir des instructions et conseils plus uniformes, et augmenter ainsi la satisfaction des agents comme des clients.

---

Cet extrait est un avant-goût du rapport complet, qui contient une mine d'informations détaillées, ainsi que des recommandations complémentaires concernant les bonnes pratiques :

---

# Annexe

## AUTEURS

### Eden Zoller

Analyste distingué et analyste principal, Services aux consommateurs et commerce, Ovum  
eden.zoller@ovum.com

### Ken Landoline

Analyste principal, engagement client  
ken.landoline@ovum.com

## OVUM CONSULTING

Ovum est l'une des premières sociétés de conseil, d'études et d'analyse de données dont l'objectif est d'aider les fournisseurs de services numériques, les entreprises technologiques et les décideurs d'entreprise à prospérer à l'ère de l'économie numérique connectée.

Grâce à nos 150 analystes dans le monde entier, nous offrons une analyse pointue et une vision stratégique sur les secteurs de l'informatique, des télécoms et des médias.

Nous créons un avantage concurrentiel pour nos clients en leur fournissant des informations exploitables pour la planification commerciale, le développement de produits et les campagnes de commercialisation.

Notre combinaison unique de données de référence, d'études de marché et d'expertise verticale est conçue

pour aider nos clients à prendre des décisions éclairées, à tirer profit des nouvelles technologies et à capitaliser sur l'évolution des modèles économiques.

Ovum fait partie d'Informa Tech, une entreprise de services informatiques B2B qui dessert le secteur des nouvelles technologies, des médias et des télécoms. Le groupe Informa est coté à la bourse de Londres.

Nous espérons que cette analyse vous aidera à prendre des décisions avisées et éclairées pour votre entreprise. Si vous avez d'autres besoins, l'équipe de consultants d'Ovum peut aider votre entreprise à identifier les tendances et les opportunités qui s'offrent à elle. Vous pouvez nous contacter sur :

<https://ovum.informa.com/contact/contact-us>  
consulting@ovum.com

## BOLD360 DE LOGMEIN

Bold360 est la plate-forme d'engagement à base d'IA ultime qui aide les entreprises de toutes tailles à bâtir et entretenir des relations avec leurs clients, tout en offrant une expérience fondamentalement meilleure tant pour les clients que pour les employés qui les servent. Alliant le meilleur des technologies basées sur l'IA et les agents, la gamme de solutions Bold360 est spécialement conçue pour fournir aux entreprises tout le nécessaire pour créer des conversations captivantes en continu, dès le premier engagement et tout au long du cycle de vie du client.

Bâti à l'aide d'une technologie de pointe de traitement du langage naturel, Bold360 offre une intelligence révolutionnaire simple et prête à l'emploi qui aide les entreprises à répondre aux exigences toujours plus grandes des clients, tout en permettant aux agents de faire ce qu'ils font le mieux : être humains. Pour en savoir plus, visitez [www.bold360.com](http://www.bold360.com).

## BUREAUX D'OVUM DANS LE MONDE



### OVUM

E consulting@ovum.com  ovum

W ovum.informa.com  ovum

### BOLD360

W bold360.com

 bold360

 bold360

#### AVIS DE COPYRIGHT ET DE NON-RESPONSABILITÉ

Le contenu de ce produit est protégé par les lois internationales sur le copyright, le droit des bases de données et d'autres droits de propriété intellectuelle. Les titulaires de ces droits sont Informa Telecoms et Media Limited, nos affiliés et autres concédants. Tous les noms de produits et d'entreprises et les logos contenus dans ce produit ou qui y apparaissent sont les marques déposées, les marques de service ou les dénominations commerciales de leurs propriétaires respectifs, y compris Informa Telecoms et Media Limited. La reproduction ou la transmission du contenu de ce produit, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, est interdite sans l'autorisation écrite préalable d'Informa Telecoms et de Media Limited. Bien que des efforts raisonnables aient été effectués pour garantir que les informations et le contenu de ce produit étaient corrects à la date de la première publication, ni Informa Telecoms ni Media Limited ni aucune personne engagée ou employée par Informa Telecoms et Media Limited n'acceptent une responsabilité quelconque pour toute erreur, omission ou autre inexactitude. Les lecteurs devraient vérifier indépendamment tous les faits et les chiffres, aucune responsabilité ne pouvant être acceptée dans ce domaine. Les lecteurs assument l'entière responsabilité et l'ensemble des risques en fonction de leur utilisation de telles informations et d'un tel contenu. Tout point de vue ou opinion exprimés dans ce produit par des auteurs ou des contributeurs individuels sont les leurs et ne reflètent pas nécessairement les points de vue ou les opinions d'Informa Telecoms et de Media Limited.

