

Définir l'ère de l'humain

Une réflexion sur le service client en 2030

VERINT®

Les dernières études menées dans 18 pays révèlent plus de 36 000 perceptions de consommateurs sur

la technologie sur le lieu de travail

En général les gens se félicitent de l'utilisation de la technologie sur le lieu de travail

70 %



ont indiqué une augmentation de la technologie d'automatisation remplaçant les tâches et les processus sur leur lieu de travail

67 %

s'attendent à ce que les lieux de travail soient plus flexibles pour répondre aux préférences des collaborateurs au fil des avancées technologiques

62 %

pensent que la technologie leur permet déjà de travailler plus aisément à domicile ou d'avoir des horaires de travail plus flexibles

49 %

déclarent que les technologies d'automatisation telles que l'intelligence artificielle, les algorithmes et les robots les aident à travailler plus efficacement

Mais certaines préoccupations persistent

43 %

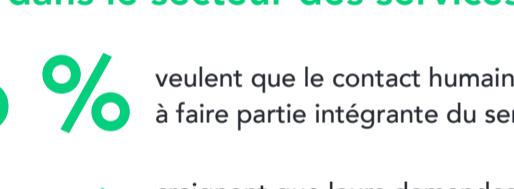


crainquent que les robots ou l'intelligence artificielle ne les remplacent au cours des 10 prochaines années



L'intelligence artificielle et l'automatisation rendent les utilisateurs de CRM plus efficaces. Elles libèrent le personnel de première ligne des tâches répétitives et lui permettent de se concentrer sur la relation client. Les entreprises qui maîtrisent l'interaction entre l'intelligence artificielle, l'automatisation et les relations humaines domineront leurs secteurs d'activité.

Forrester : Principales tendances qui influencent le CRM en 2018
24 janvier 2018



Un robot collaboratif (« un Cobot »), pas un robot. La technologie va enrichir les humains, et non les remplacer – plus particulièrement dans le secteur des services

76 %

veulent que le contact humain continue à faire partie intégrante du service à la clientèle

68 %

craignent que leurs demandes ne soit perdues ou mal comprises par des services entièrement automatisés

63 %

acceptent d'être servis par un service de conversations automatisées (« chatbot »), s'il existe la possibilité de faire remonter la conversation vers un interlocuteur humain

Collaboration entre un interlocuteur humain et un robot

Trois facteurs clés :

1

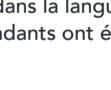
Les êtres humains et les robots doivent coexister sur le lieu de travail pour créer une expérience de bout en bout qui soit connectée et fluide pour les clients

2

La technologie existe pour enrichir et non pour remplacer le travail des êtres humains, en réduisant les tâches routinières et ancillaires, et en libérant du temps, ce qui permettra au personnel de se consacrer davantage à l'engagement client de haut niveau et aux tâches qui sont sources d'enrichissement et de satisfaction personnelle

3

Lors de l'implémentation de la robotique, de l'intelligence artificielle et de l'apprentissage automatique par la machine, impliquez vos collaborateurs et montrez leur comment cela aide leur travail. Soulignez l'importance continue de l'interaction humaine, de l'intelligence et de l'émotion



À propos de l'enquête

L'enquête a été commanditée par Verint et réalisée du 27 décembre 2017 au 8 janvier 2018 en association avec Opinium Research LLP. Des entretiens ont été menés auprès de 36 014 consommateurs dans les pays suivants : Australie, Belgique, Brésil, Canada, Danemark, France, Allemagne, Hong Kong, Inde, Japon, Mexique, Pays-Bas, Singapour, Afrique du Sud, Espagne, Suède, Royaume-Uni et États-Unis. L'enquête a été menée en ligne, dans la langue locale de chaque pays, et les répondants ont été incités à participer.

info@verint.com

Americas: 1-800-4VERINT

APAC: +(852) 2797 5678

EMEA: +44(0) 1932 839500

verint.com/defining-the-human-age

VERINT®
The Customer Engagement Company™

© 2018 Verint Systems Inc. Tous droits réservés mondialement. Toute utilisation, duplication ou modification non autorisée de cette infographie, en totalité ou en partie, sans le consentement écrit de Verint Systems Inc. est strictement interdite. Toutes les marques citées dans ce document qui sont suivies du symbole ® ou TM sont des marques déposées ou des marques commerciales de Verint Systems Inc. ou de ses filiales. Toutes les autres marques sont des marques commerciales de leurs propriétaires respectifs.

Twitter icon

Facebook icon

LinkedIn icon

YouTube icon