

EX 2025 TRENDS

EXPÉRIENCE CLIENT 2025 LES 10 TENDANCES INCONTOURNABLES

Avis d'experts, analyses
et recommandations

NICE

Ai



Introduction: votre stratégie en matière d'expérience client

- 1 L'expérience client ne fait plus seulement partie du business, elle EST le business
- 2 L'IA améliorera 100% des fonctions liées à l'expérience client d'ici 2026
- 3 L'outbound va devenir la stratégie dominante en matière d'expérience client
- 4 L'écart entre les leaders de l'expérience client et les autres se creuse
- 5 La gestion des connaissances et la gestion de l'IA convergent
- 6 La montée en puissance des agents d'IA et du travail autonome
- 7 Les stratégies d'expérience client performantes sont prioritairement digitales mais PAS uniquement
- 8 En 2025, la valeur de l'IA ne se mesure pas en termes de promesses mais de bénéfices
- 9 Les PME prospèrent grâce à la convergence entre les UCaaS et les CCaaS
- 10 De nouveaux standards CX centrés sur l'IA verront le jour en 2025

10 tendances pour orienter vos stratégies en matière d'expérience client

Principales perspectives et priorités stratégique

Le paysage de l'expérience client (CX) connaît une profonde transformation. La convergence des technologies du cloud, du numérique et de l'IA ne se contente pas d'améliorer l'expérience, elle la redéfinit entièrement. Cette ère de changement exponentiel exige une nouvelle approche de la part des entreprises quant à leur façon d'interagir avec les clients et d'optimiser leurs opérations.

Les technologies de pointe sont souvent limitées à des applications évidentes, mais en les explorant en profondeur, de nouvelles opportunités apparaissent. Cette vision prospective permet aux entreprises d'anticiper les évolutions du marché, d'exploiter pleinement les capacités de ces forces transformatrices et de mener leurs activités en toute confiance.

Alors que vous élaborez votre stratégie d'expérience client pour 2025, ce livre numérique offre des perspectives clés et des recommandations pour naviguer dans cette période de transformation. En misant sur la puissance des technologies du cloud, du numérique et de l'IA et en alignant vos initiatives en matière d'expérience client sur les attentes changeantes de vos clients, vous assurez à votre entreprise non seulement de rester en phase, mais aussi de se positionner en tête avec des expériences d'exception.

« Les leaders se distinguent souvent par leur aptitude à adopter une vue d'ensemble. Ceux qui y parviennent progressent avec une vision stratégique, anticipent les évolutions du marché et identifient des opportunités insoupçonnées. »

Einat Weiss
CMO de NICE



1

L'expérience client ne fait plus seulement partie du business, elle EST le business

2

L'IA améliorera 100% des fonctions liées à l'expérience client d'ici 2026

3

L'outbound va devenir la stratégie dominante en matière d'expérience client

4

L'écart entre les leaders de l'expérience client et les autres se creuse

5

La gestion des connaissances et la gestion de l'IA convergent

6

La montée en puissance des agents d'IA et du travail autonome

7

Les stratégies d'expérience client performantes sont prioritairement digitales mais PAS uniquement

8

En 2025, la valeur de l'IA ne se mesure pas en termes de promesses mais de bénéfices

9

Les PME prospèrent grâce à la convergence entre les UCaaS et les CCaaS

10

De nouveaux standards CX centrés sur l'IA verront le jour en 2025

Tendance n°1 : L'expérience client ne fait plus seulement partie du business, elle EST le business

L'expérience client, qui relevait jusque-là de la compétence d'un service, est désormais au cœur de la stratégie de l'entreprise. Une étude récente réalisée par NICE1 révèle une forte corrélation positive entre les performances boursières et le ressenti des clients, ce qui témoigne de l'influence de l'expérience client sur la réussite des entreprises.

Alors que les attentes des clients ne cessent de croître, les organisations qui font de l'expérience client une priorité à tous les points de contact constatent des retours significatifs sur leurs investissements. En effet, les entreprises leader dans le domaine surpassent les retardataires, avec des rendements boursiers près de 3,5 fois supérieurs au cours de l'année passée.

« Une bonne harmonisation permet d'obtenir de meilleurs résultats. Les entreprises dont les équipes chargées du marketing, du digital et de l'expérience client sont fortement alignées enregistrent une croissance du chiffre d'affaires 1,6 fois plus rapide que leurs homologues et une fidélisation client 1,4 fois plus importante. »

- Forrester ²

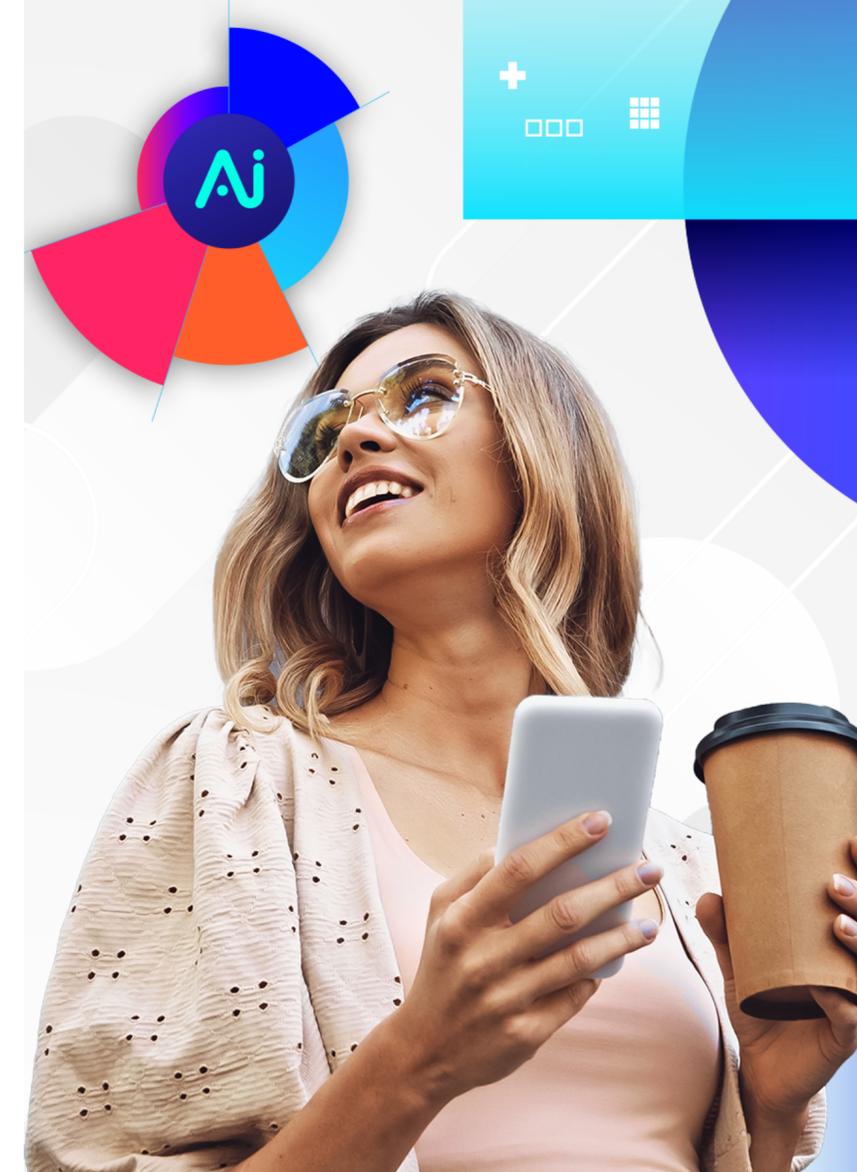
Conseil d'expert : faites de l'expérience client une priorité de la direction et alignez tous les départements

En plaçant l'expérience client au premier plan de la stratégie d'entreprise, et en veillant à ce que tous les services se mettent au diapason, les organisations adoptent une culture unifiée véritablement axée sur le client. Cette transformation renforce la cohérence dans les prises de décision, encourage l'innovation et optimise l'efficacité opérationnelle. Vous pouvez vous attendre à une augmentation des parts de marché, une fidélisation accrue des clients et une amélioration des performances financières, à mesure que l'expérience client devient la pierre angulaire de votre modèle d'affaires.

- Soyez le fer de lance d'une stratégie d'entreprise axée sur l'expérience client dans l'ensemble de l'organisation.
- Définissez des mesures, des indicateurs clés de performance et des primes transversales spécifiques à l'expérience client.
- Fédérez l'ensemble des services autour d'une plateforme d'expérience client unique.
- Encouragez la collaboration transversale afin d'améliorer l'expérience dans son ensemble.
- Impulsez un changement culturel pour donner la priorité au client dans la prise de décision.
- Drive cultural change to prioritize customer-centric decision making.

¹ State of CX: Real insights from the largest CX dataset (NICE 2024)

² Pasto, Riccardo, Cobain, Katy, Et al. (2024). Budget Planning Guide 2025: Customer Experience. Forrester.



“Les marques qui excellent dans la gestion du sentiment client surpassent leurs concurrents avec une différence impressionnante de 43 points de pourcentage dans les rendements boursiers sur cinq ans. Cet avantage concurrentiel s'accélère, avec un écart remarquable de 15 points de pourcentage apparu rien que l'année dernière.” ¹

Introduction

Votre stratégie en matière d'expérience client

1

L'expérience client ne fait plus seulement partie du business, elle EST le business

2

L'IA améliorera 100% des fonctions liées à l'expérience client d'ici 2026

3

L'outbound va devenir la stratégie dominante en matière d'expérience client

4

L'écart entre les leaders de l'expérience client et les autres se creuse

5

La gestion des connaissances et la gestion de l'IA convergent

6

La montée en puissance des agents d'IA et du travail autonome

7

Les stratégies d'expérience client performantes sont prioritairement digitales mais PAS uniquement

8

En 2025, la valeur de l'IA ne se mesure pas en termes de promesses mais de bénéfices

9

Les PME prospèrent grâce à la convergence entre les UCaaS et les CCaaS

10

De nouveaux standards CX centrés sur l'IA verront le jour en 2025

Tendance n° 2 : L'IA améliorera 100 % des fonctions liées à l'expérience client d'ici 2026

L'IA modifie fondamentalement la façon dont le travail est réalisé, en permettant aux employés à tous les niveaux de travailler de manière plus efficace et efficiente. Des agents aux superviseurs et aux responsables de l'expérience client, les copilotes alimentés par l'IA améliorent les capacités dans l'ensemble de l'écosystème de l'expérience client. Cette évolution technologique établit une nouvelle norme selon laquelle chaque professionnel de l'expérience client acquiert des capacités accrues en matière de communication, d'analyse et de résolution de problèmes.

Les copilotes d'IA ne se contentent pas d'améliorer la productivité individuelle, ils augmentent les capacités de l'ensemble de l'organisation. En renforçant l'expertise et en transformant un travail de qualité en excellence, ces assistants d'IA ouvrent la voie à des avancées sans précédent dans la qualité du service à la clientèle et dans l'efficacité opérationnelle.

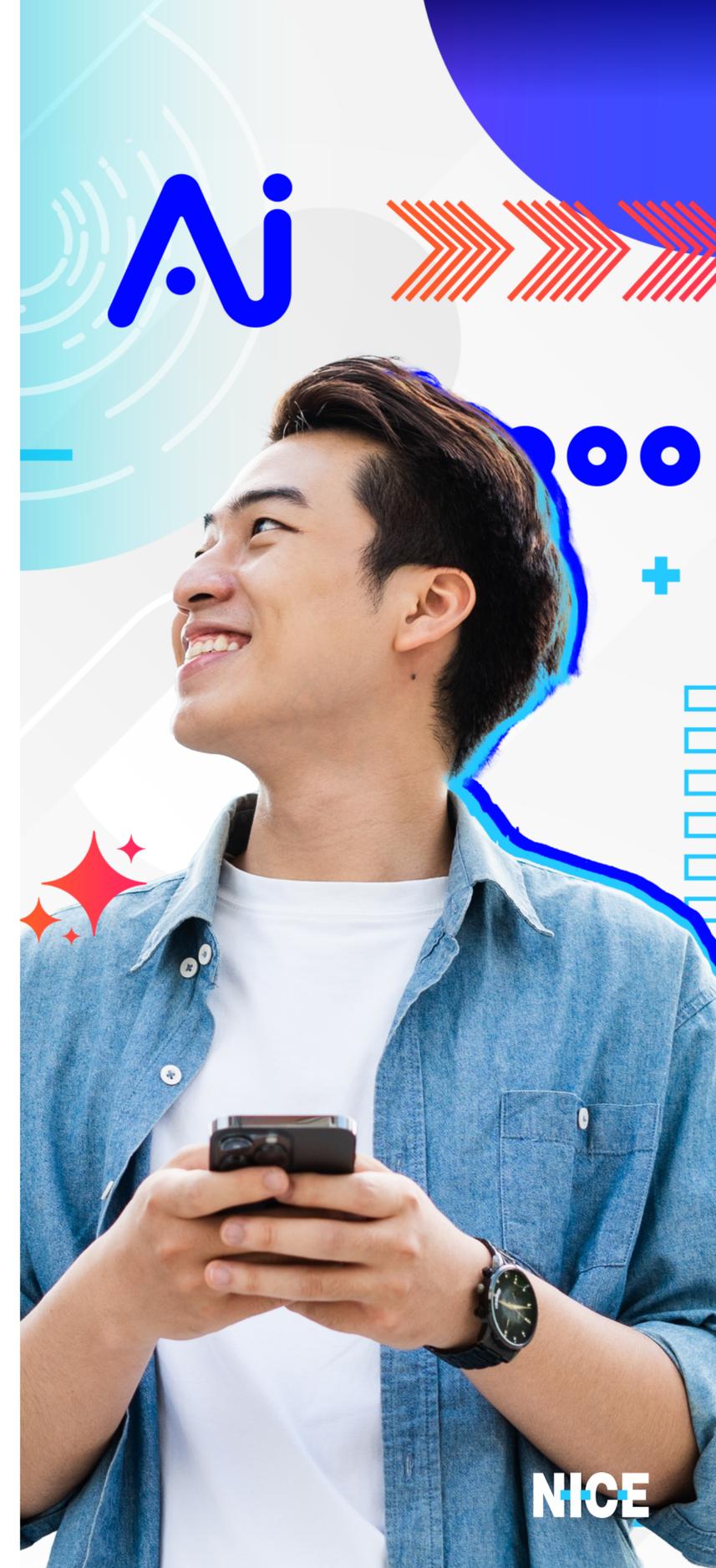
^[1] NICE Launches [Next Generation of Enlighten Copilot](#), Delivering AI-Driven Augmentation to The Entire CX Workforce

Conseil d'expert : déployez des copilotes d'IA spécialement conçus pour chaque rôle lié à l'expérience client

Alors que les interactions avec les clients sont de plus en plus complexes et chargées d'émotions, l'assistance en temps réel de l'IA devient cruciale. Investissez dans des copilotes d'IA spécialement conçus pour l'expérience client et formés à partir de données spécifiques à l'industrie plutôt qu'à partir d'Internet. Contrairement aux outils d'IA génériques en libre-service, ces copilotes spécialisés s'intègrent parfaitement dans vos applications existantes, offrant un support contextuel adapté aux rôles et fonctions de l'expérience client. En adoptant ces solutions, votre équipe sera en mesure de répondre plus efficacement aux besoins complexes des clients, ce qui se traduira par une amélioration des délais de résolution, une plus grande satisfaction des clients et une meilleure performance des employés.

“Notre étude valide l'approche de NICE avec Enlighten Copilot : les dirigeants d'entreprise considèrent qu'il est très utile d'exploiter l'IA spécifique à l'expérience client pour automatiser les fonctions manuelles et compléter le travail à valeur ajoutée des employés. Parmi ceux qui utilisent déjà l'IA pour l'expérience client, 66 % s'appuient sur elle pour gérer la qualité et 55 % pour examiner les commentaires ouverts des clients. Je ne saurais trop insister sur l'avantage concurrentiel que les entreprises tireront de l'utilisation de l'IA autant pour automatiser l'analyse des commentaires des clients et des flux de travail que pour faire évoluer le rôle des superviseurs sur un plan stratégique plutôt que tactique.”¹

Robin Gareiss
PDG et analyste principal de Metrigy



Introduction

Votre stratégie en matière d'expérience client

1

L'expérience client ne fait plus seulement partie du business, elle EST le business

2

L'IA améliorera 100% des fonctions liées à l'expérience client d'ici 2026

3

L'outbound va devenir la stratégie dominante en matière d'expérience client

4

L'écart entre les leaders de l'expérience client et les autres se creuse

5

La gestion des connaissances et la gestion de l'IA convergent

6

La montée en puissance des agents d'IA et du travail autonome

7

Les stratégies d'expérience client performantes sont prioritairement digitales mais PAS uniquement

8

En 2025, la valeur de l'IA ne se mesure pas en termes de promesses mais de bénéfices

9

Les PME prospèrent grâce à la convergence entre les UCaaS et les CCaaS

10

De nouveaux standards CX centrés sur l'IA verront le jour en 2025

Tendance n°3 : L'outbound va devenir la stratégie dominante en matière d'expérience client

Alors que les attentes des clients évoluent, la convergence du numérique, de l'IA et de la connaissance client déplace le curseur : on passe d'un service client réactif à un engagement client proactif. Les organisations vont au-delà des stratégies traditionnelles d'appels entrants, en reconnaissant l'importance de contacter les clients avant que les problèmes ne surviennent. Elles exploitent désormais l'analytique prédictive et la connaissance approfondie des clients pour anticiper les besoins, résoudre les problèmes de manière préventive et dialoguer avec les clients sur leurs canaux de prédilection.

Cette stratégie proactive permet non seulement d'accroître la satisfaction des clients, mais aussi d'optimiser l'efficacité opérationnelle en réduisant le volume d'appels entrants et en améliorant les taux de résolution au premier contact.

Conseil d'expert : unifiez l'engagement entrant et sortant sur une seule plateforme

En consolidant les interactions entrantes et sortantes au sein d'une plateforme unique, les organisations peuvent offrir une expérience client encore plus cohérente et personnalisée. En gérant toutes les interactions avec les clients sous un même toit, vous améliorez la satisfaction des clients, les taux de conversion et l'efficacité opérationnelle.

- Attirez les prospects sur leurs canaux préférés pour augmenter les taux de conversion.
- Fournissez aux agents des informations unifiées en matière de gestion de la relation client afin de personnaliser chaque interaction.
- Rationalisez les flux de travail des agents grâce à des fonctionnalités omnicanales pour une communication transparente.
- Automatisez les campagnes sortantes pour approcher les clients sur plusieurs canaux.
- Optimisez les stratégies proactives avec l'analytique et les informations en temps réel.

LIVEVOX
by NICE

“Les capacités d'analytique d'engagement des clients de NICE LiveVox ont changé la donne pour Arrivia, et la technologie a aidé à transformer les opérations de notre centre de contact, notamment en améliorant la productivité de près de 20 % pour nos opérations de vente.”

Travis Markel
Directeur de l'exploitation d'Arrivia

AI

NICE

Introduction

Votre stratégie en matière d'expérience client

1

L'expérience client ne fait plus seulement partie du business, elle EST le business

2

L'IA améliorera 100% des fonctions liées à l'expérience client d'ici 2026

3

L'outbound va devenir la stratégie dominante en matière d'expérience client

4

L'écart entre les leaders de l'expérience client et les autres se creuse

5

La gestion des connaissances et la gestion de l'IA convergent

6

La montée en puissance des agents d'IA et du travail autonome

7

Les stratégies d'expérience client performantes sont prioritairement digitales mais PAS uniquement

8

En 2025, la valeur de l'IA ne se mesure pas en termes de promesses mais de bénéfices

9

Les PME prospèrent grâce à la convergence entre les UCaaS et les CCaaS

10

De nouveaux standards CX centrés sur l'IA verront le jour en 2025

Tendance n°4 : L'écart entre les leaders de l'expérience client et les autres se creuse

Le concept de « transfert des attentes » accélère le fossé entre les leaders de l'expérience client et les retardataires. Lorsque les consommateurs font l'expérience d'un service exceptionnel auprès d'une marque, ce service devient pour eux la nouvelle norme pour l'ensemble du secteur. Ce fossé qui se creuse est dû à la capacité des entreprises leaders à répondre à ces attentes croissantes et à les dépasser, alors que les autres peinent à suivre le rythme. Le nouveau champ de bataille en matière d'expérience client ne se situe plus au sein des segments de l'industrie, mais bien face aux meilleures expériences que les consommateurs rencontrent n'importe où.

Conseil d'expert : améliorez le sentiment client avant, pendant et après chaque interaction

Transformez votre stratégie d'expérience client en donnant la priorité au sentiment tout au long du parcours client. Utilisez des informations issues de l'IA pour prédire les besoins des clients et y répondre de manière proactive, donnez aux agents les moyens de fournir une assistance en temps réel et mettez en place des boucles de rétroaction continues. Cette approche holistique garantit des expériences cohérentes et positives qui répondent aux attentes évolutives des clients et les fidélisent.

- Prédisez le sentiment sur 100 % des interactions avec les clients.
- Optimisez les associations agent-client grâce au routage par l'IA.
- Donnez aux agents les moyens d'analyser les sentiments en temps réel afin d'orienter les conversations avec succès.
- Améliorez les fonctions transversales en adoptant le sentiment comme mesure de référence.
- Réduisez la variabilité des performances en faisant du sentiment un indicateur clé de la qualité.

“Nous voulions comprendre toute l'étendue du parcours client, cela tenait à la facilité de l'outil lui-même, nous avons aussi beaucoup apprécié les comportements d'Enlighten, ça a été un facteur de différenciation pour nous : comprendre non seulement le sentiment global de l'appel, mais aussi les différentes choses que nous pourrions faire en tant qu'agent pour réellement aider à proposer une meilleure expérience client. ”

Michelle Grimm

Directrice principale de l'IA conversationnelle Fifth Third Bank



Introduction

Votre stratégie en matière d'expérience client

1

L'expérience client ne fait plus seulement partie du business, elle EST le business

2

L'IA améliorera 100% des fonctions liées à l'expérience client d'ici 2026

3

L'outbound va devenir la stratégie dominante en matière d'expérience client

4

L'écart entre les leaders de l'expérience client et les autres se creuse

5

La gestion des connaissances et la gestion de l'IA convergent

6

La montée en puissance des agents d'IA et du travail autonome

7

Les stratégies d'expérience client performantes sont prioritairement digitales mais PAS uniquement

8

En 2025, la valeur de l'IA ne se mesure pas en termes de promesses mais de bénéfices

9

Les PME prospèrent grâce à la convergence entre les UCaaS et les CCaaS

10

De nouveaux standards CX centrés sur l'IA verront le jour en 2025

Tendance n°5 : La gestion des connaissances et la gestion de l'IA convergent

Le potentiel de l'IA générative est immense, mais sans garde-fous appropriés, elle peut produire des « hallucinations », c'est-à-dire des informations inexactes ou trompeuses. Selon Forrester Research,¹ des organisations comme la ville de New York et Air Canada ont été confrontées à des problèmes majeurs en raison de réponses incorrectes fournies par des chatbots alimentés par l'IA, générant confusion et méfiance. Ce scepticisme croissant est patent, puisque seuls 28 % des adultes américains en ligne déclarent avoir confiance dans les informations fournies par l'IA.²

Pour éviter ces problèmes, la gestion des connaissances doit converger avec la gestion de l'IA. En vectorisant les bases de connaissances, les organisations peuvent limiter l'IA aux informations vérifiées, ce qui réduit considérablement les risques d'hallucination. Des technologies comme Retrieval-Augmented Generation (RAG ou génération augmentée par récupération) améliorent encore la précision en incorporant des données vérifiées en temps réel. Cette évolution est cruciale pour préserver l'intégrité des marques et la confiance des clients dans les interactions pilotées par l'IA.

¹Pasto, Riccardo, Cobain, Katy, Et al. (2024). Budget Planning Guide 2025: Customer Experience. Forrester.

²McAllister, Christina, Et al. "Generative AI Marks a New Dawn for Contact Centers." Forrester.com 25 June 2024.

Conseils d'experts : augmentez la précision des interactions en utilisant des stratégies de gestion de l'IA associées à vos bases de connaissances

Passez d'une gestion traditionnelle des connaissances à une gestion de l'IA en vectorisant votre base de connaissances, afin de garantir que les systèmes d'IA accèdent uniquement à un contenu vérifié et pertinent. Intégrez la technologie RAG pour améliorer la précision en temps réel et mettez en place une gouvernance stricte pour renforcer la confiance. Cette démarche préservera et protégera la réputation de votre marque tout en augmentant la satisfaction de vos clients.

- Vectorisez les bases de connaissances pour contrôler le périmètre d'informations de l'IA.
- Intégrez la technologie RAG pour que l'IA fournisse des réponses en temps réel précises.
- Mettez en place des garde-fous pour éviter que l'IA ne génère des informations trompeuses.
- Contrôlez en permanence les résultats de l'IA pour détecter les erreurs et les corriger. correct errors.

“Nous verrons les entreprises investir massivement dans des domaines encore sous-exploités, comme l'amélioration de la gestion des connaissances, la révolution de l'espace de travail des agents et l'acquisition par ces derniers de nouvelles compétences pour coexister avec l'IA.”

Forrester²

SONY

“Passage du taux de résolution des interactions en libre-service de zéro à 16 % en 8 mois. .”

➤ Découvrez nos autres cas clients



Introduction

Votre stratégie en matière d'expérience client

1

L'expérience client ne fait plus seulement partie du business, elle EST le business

2

L'IA améliorera 100% des fonctions liées à l'expérience client d'ici 2026

3

L'outbound va devenir la stratégie dominante en matière d'expérience client

4

L'écart entre les leaders de l'expérience client et les autres se creuse

5

La gestion des connaissances et la gestion de l'IA convergent

6

La montée en puissance des agents d'IA et du travail autonome

7

Les stratégies d'expérience client performantes sont prioritairement digitales mais PAS uniquement

8

En 2025, la valeur de l'IA ne se mesure pas en termes de promesses mais de bénéfices

9

Les PME prospèrent grâce à la convergence entre les UCaaS et les CCaaS

10

De nouveaux standards CX centrés sur l'IA verront le jour en 2025

Tendance n°6 : La montée en puissance des agents d'IA et du travail autonome

Les agents d'IA évoluent, cessant d'être de simples exécutants pour devenir des entités entièrement autonomes capables d'effectuer des travaux complexes. Ces agents combinent de grands modèles de langage avec des outils, de la mémoire et des capacités d'auto-optimisation, ce qui leur permet d'effectuer des tâches traditionnellement réservées aux travailleurs intellectuels humains.

Au fur et à mesure de leur progression, les agents d'IA collaboreront, répartiront les tâches et remodeleront des flux de travail entiers, ouvrant ainsi la voie vers une nouvelle ère d'automatisation intelligente.

“En passant de l'information à l'action (imaginez des collaborateurs virtuels capables de gérer des flux de travail complexes), la technologie annonce une nouvelle ère de productivité et d'innovation.”¹

McKinsey¹

¹ Yee, Lareina. Et al. (2024). “Why agents are the next frontier of generative AI.” McKinsey.com 24 July 2024.

Conseil d'expert : créez l'équipe optimale grâce à l'IA, opérationnelle 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7

Les agents d'IA redéfinissent les méthodes de travail en exploitant des capacités avancées telles que l'accès aux outils, les fonctions de mémoire et l'auto-optimisation. L'intégration d'agents autonomes dans vos opérations permet d'augmenter la capacité de votre personnel, de maintenir des opérations en continu et d'améliorer l'efficacité sans nécessiter d'intervention humaine..

- Dotez vos agents d'IA d'outils spécialisés leur permettant d'accomplir des tâches de manière autonome dans plusieurs systèmes.
- Exploitez la mémoire des agents d'IA pour personnaliser les interactions en mémorisant les préférences, les interactions passées et en adaptant les réponses pour un service client plus efficace.
- Déployez des agents qui envoient des notifications et collaborent avec d'autres agents, d'IA ou humains, afin d'optimiser l'exécution des tâches.
- Utilisez des agents qui s'optimisent eux-mêmes et qui améliorent continuellement leurs performances et leurs résultats avec un minimum de supervision.



“L'approche globale d'Open Network Exchange pour tirer parti des informations pilotées par l'IA a donné des résultats impressionnants, notamment une diminution de 30 % du volume d'appels, une réduction de 20 % des escalades et une augmentation de 15 % du chiffre d'affaires par appel. »”



Introduction

Votre stratégie en matière d'expérience client

1

L'expérience client ne fait plus seulement partie du business, elle EST le business

2

L'IA améliorera 100% des fonctions liées à l'expérience client d'ici 2026

3

L'outbound va devenir la stratégie dominante en matière d'expérience client

4

L'écart entre les leaders de l'expérience client et les autres se creuse

5

La gestion des connaissances et la gestion de l'IA convergent

6

La montée en puissance des agents d'IA et du travail autonome

7

Les stratégies d'expérience client performantes sont prioritairement digitales mais PAS uniquement

8

En 2025, la valeur de l'IA ne se mesure pas en termes de promesses mais de bénéfices

9

Les PME prospèrent grâce à la convergence entre les UCaaS et les CCaaS

10

De nouveaux standards CX centrés sur l'IA verront le jour en 2025

Tendance n°7 : Les stratégies d'expérience client performantes sont prioritairement digitales, mais PAS uniquement

Dans le paysage actuel de l'expérience client, qui évolue rapidement, il est indispensable d'adopter une approche axée sur le numérique. Cependant, si vous appuyez uniquement sur les canaux numériques, vous risquez de laisser des failles dans l'expérience client. Les clients apprécient la commodité des interactions digitales, mais parfois, un contact humain, une voix chaleureuse ou une approche mixte est nécessaire pour résoudre des problèmes complexes ou fournir des prestations personnalisées.

Alors que les attentes des clients ne cessent de croître, les entreprises qui réussissent allient l'efficacité du monde digital à l'empathie et à l'adaptabilité de l'interaction humaine : elles garantissent ainsi une expérience transparente et globale à travers tous les points de contact.

Conseil d'expert : gérez toutes les interactions au sein de votre entreprise via une plateforme unique

Adoptez une plateforme centrée sur les interactions qui unifie aussi bien les canaux vocaux, numériques, humains et les agents virtuels, que les formes de communication synchrones et asynchrones. En gérant tous les points de contact sur la même plateforme, vous gardez la fluidité de chaque expérience client, quel que soit le canal ou le mode d'interaction.

- Unifiez 100 % des interactions (voix, numérique, agent humain et virtuel) sur une seule plateforme.
- Assurez des transitions transparentes entre les agents virtuels et humains pour les questions complexes.
- Décloisonnez les canaux pour réduire les efforts des clients.
- Prenez en charge aussi bien les interactions synchrones qu'asynchrones pour le confort du client. N'oubliez pas la gestion du changement pour les équipes du service client qui découvrent l'IA.

“Les dirigeants reconnaissent la nécessité de remodeler leur stratégie digitale en matière d'interaction avec les clients afin d'offrir une expérience unifiée de la marque”

Forrester¹

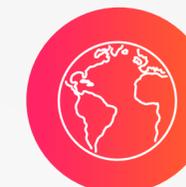
^[1] McAllister, Christina. "Introducing Forrester's Digital Customer Interaction Solutions Landscape." Forrester.com, 26 March 2024



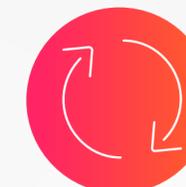
Disney Streaming réunit quatre grandes marques grâce à NICE CXone



10 000 AGENTS utilisent NICE CXone dans le monde entier



LES SOLUTIONS NICE sont déployées dans plus de 100 pays



4 GRANDES MARQUES (Disney+, HULU, ESPN+ and Star+) désormais dans un flux de travail cohérent

“Une organisation internationale doit absolument choisir NICE CXone si elle souhaite se développer rapidement.”

Ryan Schweers

Directeur du Support et des Opérations

Introduction

Votre stratégie en matière d'expérience client

1

L'expérience client ne fait plus seulement partie du business, elle EST le business

2

L'IA améliorera 100% des fonctions liées à l'expérience client d'ici 2026

3

L'outbound va devenir la stratégie dominante en matière d'expérience client

4

L'écart entre les leaders de l'expérience client et les autres se creuse

5

La gestion des connaissances et la gestion de l'IA convergent

6

La montée en puissance des agents d'IA et du travail autonome

7

Les stratégies d'expérience client performantes sont prioritairement digitales mais PAS uniquement

8

En 2025, la valeur de l'IA ne se mesure pas en termes de promesses mais de bénéfices

9

Les PME prospèrent grâce à la convergence entre les UCaaS et les CCaaS

10

De nouveaux standards CX centrés sur l'IA verront le jour en 2025

Tendance n°8 : En 2025, la valeur de l'IA ne se mesure pas en termes de promesses, mais de bénéfices

Alors que le cycle de l'engouement pour l'IA arrive à maturité, les entreprises visionnaires réalisent des retours tangibles sur leurs investissements dans la technologie de l'IA pour l'expérience client.

Ces innovateurs réinvestissent leurs gains dans des initiatives d'IA plus vastes, créant ainsi un cycle vertueux d'amélioration. Le facteur clé d'accélération est une plateforme unifiée qui centralise les données et connecte les applications d'IA dans tout l'écosystème de l'expérience client.

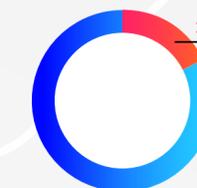
Cette intégration permet une itération rapide, des perspectives transversales et des gains de performance exponentiels. Il en résulte un puissant effet d'entraînement, où chaque succès de l'IA alimente le suivant, favorisant ainsi une amélioration continue de l'expérience client et la croissance de l'entreprise.

Conseil d'expert : commencez par des initiatives d'IA à fort impact et à faible risque pour assurer un investissement continu

Démarrez votre parcours en matière d'IA avec un projet à fort impact et à faible risque, comme le résumé automatique des notes des agents, dont le succès est facile à mesurer, et les avantages sont clairs. Bien qu'elle ne soit pas orientée vers le client, cette démarche améliore l'efficacité des agents et génère des données structurées pour personnaliser les interactions futures. Mettez à profit ce premier succès qui servira de tremplin à des projets d'IA plus ambitieux, en posant les bases pour des bénéfices cumulés dans l'ensemble de vos opérations d'expérience client.

- Commencez par résumer automatiquement vos notes pour obtenir des résultats immédiats et mesurables.
- Améliorez l'efficacité des agents en diminuant les tâches manuelles et en améliorant la précision.
- Générez des données structurées pour personnaliser les interactions futures avec les clients.
- Tirez parti des premiers succès pour étendre les initiatives d'IA à l'ensemble de vos opérations d'expérience client. customer interactions.

Maps Credit Union améliore son efficacité avec Enlighten AutoSummary



21.6%

21,6% d'augmentation des appels traités par agent et par heure



35 SECONDES de réduction de la durée moyenne de traitement



90% DE RÉDUCTION du travail post-appel



+ de 2 500 appels mensuels détournés



+ de 4 000 appels mensuels résolus par le SVI ou d'autres modèles de libre-service



Découvrez nos autres cas clients

Introduction

Votre stratégie en matière d'expérience client

1

L'expérience client ne fait plus seulement partie du business, elle EST le business

2

L'IA améliorera 100% des fonctions liées à l'expérience client d'ici 2026

3

L'outbound va devenir la stratégie dominante en matière d'expérience client

4

L'écart entre les leaders de l'expérience client et les autres se creuse

5

La gestion des connaissances et la gestion de l'IA convergent

6

La montée en puissance des agents d'IA et du travail autonome

7

Les stratégies d'expérience client performantes sont prioritairement digitales mais PAS uniquement

8

En 2025, la valeur de l'IA ne se mesure pas en termes de promesses mais de bénéfices

9

Les PME prospèrent grâce à la convergence entre les UCaaS et les CCaaS

10

De nouveaux standards CX centrés sur l'IA verront le jour en 2025

Tendance n°9 : Les PME prospèrent grâce à la convergence entre UCaaS et CCaaS

Les petites et moyennes entreprises (PME) adoptent de plus en plus l'intégration des UCaaS (Unified Communications as a Service) et des CCaaS (Contact Center as a Service) pour améliorer leurs capacités de service à la clientèle. Cette démarche, en gestation depuis des années, se généralise et devient accessible aux organisations de toutes tailles. Elle offre la possibilité d'établir une connexion transparente entre les communications internes et les communications avec les clients, ce qui permet une meilleure collaboration et une résolution plus rapide des problèmes.

Conseil d'expert : optimisez vos dépenses de collaboration

La communication et la collaboration doivent être efficaces et rentables. Avec des solutions comme 1CX de NICE, les organisations peuvent accéder à une plateforme UCaaS et CCaaS entièrement intégrée pour seulement 5 \$ par utilisateur et par mois. Cette solution abordable permet à votre entreprise d'améliorer à la fois le service client et la collaboration interne sans dépenser trop. En adoptant une stratégie de communication rentable, vous pouvez garantir des interactions de haute qualité et un travail d'équipe sans faille tout en respectant votre budget.

- Unifiez les canaux de communication au sein d'une plateforme unique et économique.
- Améliorez la collaboration et le service client sans vous ruiner.
- Réduisez les dépenses inutiles tout en maximisant l'efficacité.
- Donnez à votre équipe les moyens d'agir grâce à des solutions d'entreprise à un prix défiant toute concurrence.
- Restez compétitif grâce à une solution de communication rentable et ultra performante. quality communication solution.

Ai



“À l'avenir, je m'attends à voir davantage de cas d'usages et d'applications tirant parti de ces capacités intégrées, ce qui donnera aux organisations une vision plus large du service à la clientèle et de l'expérience client (CX) pour inclure “l'Expérience Client pour tous.”

Blair Pleasant

Président et analyste principal, COMMfusion1

^[1]Pleasant, Blair. “Coming in 2022: A Better Customer Experience for the Masses.” NoJitter.com, 5 January 2022

Introduction

Votre stratégie en matière d'expérience client

1

L'expérience client ne fait plus seulement partie du business, elle EST le business

2

L'IA améliorera 100% des fonctions liées à l'expérience client d'ici 2026

3

L'outbound va devenir la stratégie dominante en matière d'expérience client

4

L'écart entre les leaders de l'expérience client et les autres se creuse

5

La gestion des connaissances et la gestion de l'IA convergent

6

La montée en puissance des agents d'IA et du travail autonome

7

Les stratégies d'expérience client performantes sont prioritairement digitales mais PAS uniquement

8

En 2025, la valeur de l'IA ne se mesure pas en termes de promesses mais de bénéfices

9

Les PME prospèrent grâce à la convergence entre les UCaaS et les CCaaS

10

De nouveaux standards CX centrés sur l'IA verront le jour en 2025

Tendance n°10 : De nouveaux standards CX centrés sur l'IA verront le jour en 2025

Alors que l'IA fait dorénavant partie intégrante de l'expérience client (CX), les indicateurs clés de performance traditionnels évoluent. Les entreprises commencent à privilégier les mesures qui reflètent la performance et l'impact des interactions pilotées par l'IA. Ces nouveaux KPI ne sont plus de simples mesures d'efficacité, ils s'intéressent à la qualité de la collaboration entre l'IA et les humains, à la satisfaction des clients vis-à-vis des réponses de l'IA et à l'efficacité de l'IA dans la résolution de problèmes complexes.

L'évolution vers des indicateurs centrés sur l'IA met en évidence la nécessité pour les entreprises d'adapter leurs stratégies de gestion des outils de mesure afin de saisir intégralement la valeur apportée par l'IA à l'expérience client.

Conseil d'expert : adoptez une surveillance de l'IA pour mesurer son retour sur investissement (ROI)

À l'ère de l'expérience client centrée sur l'IA, il est crucial de repenser notre manière de mesurer la réussite. En effet, les indicateurs traditionnels ne suffisent peut-être plus à rendre compte de l'impact de l'IA sur les interactions avec les clients. Il est essentiel de mettre en œuvre l'observabilité de l'IA pour suivre les nouveaux indicateurs clés de performance qui reflètent l'efficacité de cette technologie, tels que les taux de résolution assistée par l'IA, la satisfaction des clients à l'égard des interactions avec l'IA et les types d'intentions que l'IA transmet à des agents humains. En vous concentrant sur ces nouveaux indicateurs, vous pourrez mieux comprendre le rôle de l'IA dans l'amélioration de l'expérience client globale afin de l'optimiser.

- Réalisez le suivi des taux d'acceptation par les agents des recommandations générées par l'IA.
- Évaluez l'impact de l'IA sur la résolution de problèmes complexes.
- Testez les performances du routage par l'IA par rapport aux méthodes de routage traditionnelles.
- Évaluez la satisfaction des clients dans le cadre d'interactions pilotées par l'IA.
- Identifiez les tendances dans les intentions transmises par l'IA aux agents humains.

“Une surveillance de l'IA permet aux organisations de matérialiser le potentiel de transformation de l'IA et de générer de la valeur commerciale tout en minimisant les risques.”

Forbes¹

^[1] Saha, Debanjan. Forbes Technology Council. “Effective AI Decision Making Starts with Visibility and Trust.” Forbes.com 08 August 2024

Assurez l'avenir avec NICE CXone

CXone Mpower propose une hyper plateforme d'IA complète, connectée et intelligente dédiée à l'expérience client qui équipe les entreprises avec tous les outils nécessaires pour fournir un service extraordinaire.

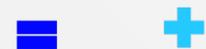
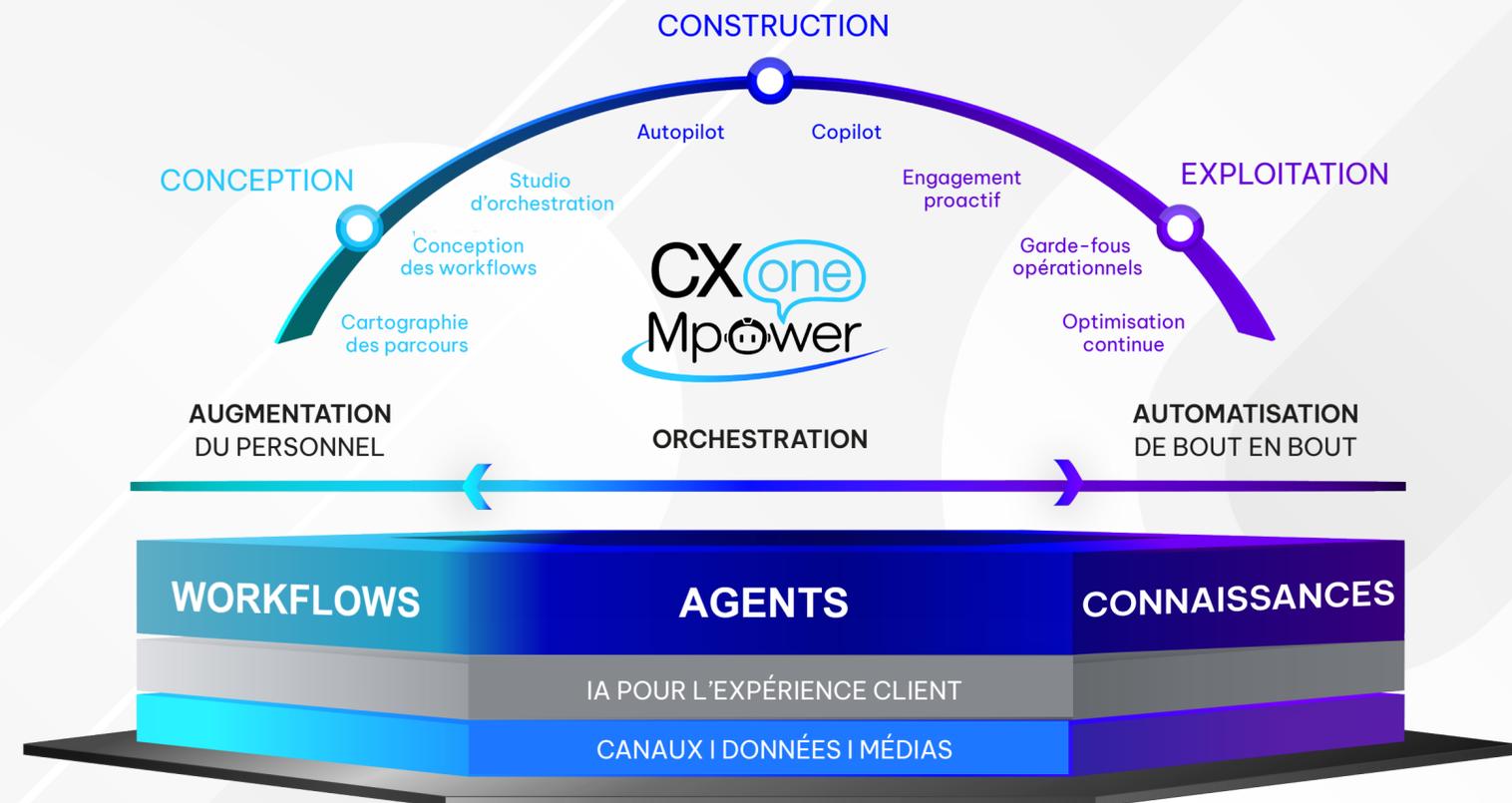
Conçue pour aider les organisations de toutes tailles à offrir des expériences client exceptionnelles, CXone Mpower propose une automatisation de bout en bout sur l'ensemble du parcours du service client. En unifiant les flux de travail, les agents et les connaissances sur une seule plateforme, CXone Mpower transforme le service client traditionnel en une expérience proactive alimentée par l'IA à une échelle inégalée.

CXone Mpower brise les silos entre les opérations en contact direct avec le client et les opérations de back-office, garantissant des résolutions plus rapides et une plus grande continuité à travers tous les points de contact. Cette approche unifiée répond à la priorité ultime : l'efficacité et la satisfaction élevée des clients.

En tant que leader des solutions cloud pour centres de contact, CXone Mpower est la plateforme de choix pour les organisations qui cherchent à faire de l'IA pour l'expérience client une réalité et à obtenir rapidement des résultats mesurables. Que vous soyez au début de votre transformation de l'expérience client ou que vous cherchiez à faire passer celle-ci au niveau supérieur, CXone Mpower fournit la plateforme complète, connectée et intelligente dont vous avez besoin pour réussir.

[> Découvrez CXone Mpower](#)

One AI Platform. Complete Customer Service Automation.



Prêt à vous lancer ?

Êtes-vous prêt à tirer parti du cloud, de l'IA et des applications d'expérience client avancées ? NICE occupe une position de leader mondial dans le domaine des logiciels de libre-service alimentés par l'intelligence artificielle et des logiciels CX assistés par des agents pour les Centres de Contact et au-delà. Imaginez les possibilités offertes à vos clients lorsqu'ils sont guidés sans effort pour résoudre rapidement leurs besoins directement sur vos ressources numériques ou lorsqu'ils sont mis en relation avec un agent bien préparé, à tout moment et sur tous les canaux. De plus, grâce à l'analyse prédictive et à l'intelligence artificielle (IA) intégrée, votre équipe peut résoudre les problèmes plus rapidement, personnaliser chaque expérience et renforcer la fidélité de chaque client.

[> Contactez un expert NICE](#)

À propos de NICE

Avec NICE (Nasdaq : NICE), il est plus que jamais facile pour les organisations de créer une expérience client extraordinaire tout en respectant les indicateurs clés de l'entreprise, et ce, quelles que soient leur taille et leur situation géographique. Grâce à CXone, la première plateforme d'expérience client native du cloud, NICE occupe une position de leader mondial dans le domaine des logiciels de libre-service alimentés par l'intelligence artificielle et des logiciels d'expérience client assistés par des agents pour les Centres de Contact et au-delà. Plus de 25 000 organisations réparties dans plus de 150 pays, dont les 85 entreprises du classement Fortune 100, s'associent à NICE pour transformer, et ainsi améliorer, chaque interaction client.

nice.com/fr



NICE

