

## **IBM crée Watson pour remplacer les téléconseillers par des robots pour réduire notamment les dépenses liées aux centres d'appels (112 milliards de dollars par an aux USA !)**

Watson est un nouveau téléconseiller pour la banque ANZ et la Banque Royale du Canada un peu particulier. Il est joignable directement par tous les canaux possibles : tchats, e-mails, SMS, applications pour smartphones... et bientôt par téléphone. Il comprend tout ce que vous lui dites, comme vous le lui dites. Et il a réponse à tout. Sans avoir à vous renvoyer vers un autre service, oui, oui c'est promis. Il est joignable n'importe quand et ne se plaint jamais, ne fait jamais grève. Car Watson est un robot. Ou plus exactement, un ordinateur. Le plus puissant du monde, conçu par IBM. Avec ses 2887 processeurs et ses 16 téraoctets de mémoire vive, il peut passer en revue les informations d'un million de livres à la seconde... et battre les meilleurs candidats (humains) de l'histoire du jeu Jeopardy ! aux Etats-Unis, comme une émission spéciale les opposant, un peu comme Kasparov VS Dee Blue il y a quelques années, l'a démontré. Et le meilleur usage commercial qu'a trouvé IBM pour le mettre à disposition de ses clients... est celui de téléconseiller virtuel. Partant du constat selon lequel les entreprises américaines dépensent plus de 112 milliards de dollars dans les centres d'appels, en comptant le coût du travail et des équipements, mais que la moitié des 270 milliards d'appels vers des services clients annuels sont non résolus, la plupart du temps à cause d'un mauvais accès aux informations, IBM a identifié un marché. Et lors des tests de Watson, « déployé » dans ses propres centres d'appels, IBM a observé une diminution de 40% du temps de recherche des informations. « Watson trouve des choses auxquelles un agent humain ne penserait même pas puisqu'il cherche des liens sémantiques, et non pas seulement des correspondances textuelles basées sur des mots-clefs », explique Manoj Saxena, directeur général d'IBM Watson Solutions. Alors, vous préférez parler à un téléconseiller à l'accent exotique incompréhensible qui confond l'avenue de Versailles à Paris et l'avenue de Paris à Versailles, ou à un robot équipé d'une technologie de synthèse vocale comme votre smartphone, qui a accès immédiatement au contenu intégral, à jour car il est connecté, de Wikipédia, de toutes les bases de données et documents qu'ont fourni la marque, et de tous les commentaires qu'on peut trouver sur le web liés de près ou de loin à votre demande ?

## **Un ingénieur anglais en colère crée pleasepress1.com pour répertorier l'arborescence de centaines de serveurs vocaux interactifs**

4,3 millions d'heures. C'est le temps que les Anglais passent à naviguer entre les 80 options des menus des SVI des services téléphoniques du fisc chaque année - avant même d'avoir (peut-être) une réponse à leur question. Et ce n'est qu'un exemple parmi d'autres du temps perdu - sans même parler du prix des communications surtaxées - à comprendre les différents aiguillages proposés par les SVIs de différents services clients au Royaume-Uni. Excédé d'être ainsi promené, un DSI à la retraite du Kent (Angleterre), a minutieusement listé les séquences des menus des SVI de centaines de numéros de services clients par téléphone, pour les publier sur internet. Un exemple : pour joindre le service de déclaration d'un dégât des eaux chez l'assureur Lloyds TSB, plutôt que de passer 4 minutes à franchir les 78 options réparties en 7 niveaux du SVI, le client qui aura visité le site pleasepress1.com n'aura qu'à entrer la séquence 1-3-2-1-1-5-4 pour être mis directement en relation avec le bon service. Nigel Clarke, ce DSI qui a accepté de passer

tant de temps pour en faire gagner aux consommateurs anglais, dit ne pas être opposé au système des SVIs mais à leur mauvaise utilisation : « Le mieux, c'est qu'il n'y ait pas de menu - mais si c'est vraiment une nécessité, alors il faut le faire proprement. Je pense qu'un maximum de deux niveaux est juste ce qu'il faut. Certains vont jusqu'à trois. On n'a pas vraiment envie d'en voir plus ». Et s'il a réalisé ce travail impressionnant « pour l'amour de l'art », il regrette que les organismes concernés ne fassent pas preuve de pédagogie : « J'aimerais que les entreprises elles-mêmes disent « nous prenons soin de nos clients, nous allons publier nos menus » » a-t-il ainsi déclaré à la BBC. Laquelle a réalisé un test des informations fournies par son site, et constaté que si certaines informations n'occasionnaient pas un gain de temps significatif, d'autres permettaient d'aboutir directement à un agent de service client. Qu'importe : en attendant d'appeler Watson (voir notre autre article sur ce numéro), les Anglais, qui ne peuvent toujours pas bénéficier d'une loi obligeant, comme en France, à la gratuité de certains numéros de service clients, s'en remettent à pleasepress1.com, et à d'autres services ingénieux comme weq4u (voir nos précédents numéros).

## **Pixmania en graves difficultés un signe pour les pure players du e-commerce ?**

Les jours de l'un des principaux e-commerçants français semblent comptés. Sebastian James, le directeur général du groupe anglais Dixons, propriétaire de Pixmania a ainsi annoncé être à « la recherche d'une solution pour nos activités sur les marchés les plus difficiles et en particulier Pixmania ». Car Pixmania pose problème : alors que le chiffre d'affaires du groupe Dixons a progressé de 10% lors du premier trimestre 2013, et que le volume du commerce en ligne progressait de 14%, le chiffre d'affaires de Pixmania baissait lui sur la même période de 34%. Plusieurs observateurs du secteur sont ainsi convaincus que Dixons va soit vendre, soit fermer purement et simplement Pixmania à brève échéance. Ironie de l'histoire, Jean-Emile et Steve Rosenblum, les cofondateurs de Pixmania, qui ont vendu toutes leurs parts à Dixons en août 2012, miseraient eux sur... le commerce « brick and mortar » pour leur nouvel investissement, en l'occurrence l'achat de 80 boutiques The PhoneHouse en France via leur nouvelle société lancée fin 2012, The Kase.

## La commercialisation du livre Services Compris 2.0 de Philippe Bloch interdite par la justice

Deux auteurs et conférenciers spécialisés et talentueux sur les thématiques de la relation et du service clients, c'est semble t'il déjà trop. Philippe Bloch et Ralph Hababou, co-auteurs – avec Dominique Xardel – de Service Compris, le plus gros succès d'édition concernant un ouvrage sur la relation client (plus 500 000 exemplaires vendus), se déchirent encore, plus de 20 ans après, sur la paternité et la postérité de l'ouvrage. Saisi par Ralph Hababou, le tribunal de grande instance de Paris vient d'interdire à Philippe Bloch de commercialiser son ouvrage Service Compris 2.0, paru en 2012, sous peine d'astreinte de 200 euros par jour, aux motifs de « concurrence déloyale » et de « parasitage ». Tous les exemplaires déjà imprimés de l'ouvrage sont donc appelés à finir au pilon, représentant une perte sèche conséquente pour Philippe Bloch et sa maison d'édition. Or si le tribunal condamne Philippe Bloch à 2 000 euros d'amende pour s'être accaparé l'entière paternité de « Service Compris », premier du nom, elle condamne aussi Ralph Hababou à 1 500 euros d'amende... pour les mêmes raisons. Un ouvrage aussi utile aux professionnels du secteur que « Service Compris », publié en 1986 et dont l'éditeur JCLattès a cessé l'exploitation et les rééditions en 2003, n'aura donc pas de suite. La relation client est décidément un trop petit monde pour deux experts. Plus de détails sur cette affaire dans le prochain numéro d'En-Contact.

## L'école 42 formera 1 000 codeurs par an - chapeau ! - PriceMinister recrute... des stagiaires !

Tandis que la France a dépassé récemment un record dont on se passerait bien, celui des 3 millions de chômeurs, certains innovent et d'autres continuent d'utiliser de vieilles ficelles. L'école fondée par Xavier Niel et Nicolas Sadirac, entre autres, formera 1 000 spécialistes de l'informatique et de la programmation dès l'an prochain. Pas de barrières à l'entrée puisque les études sont gratuites – plus de 30 000 candidats ont déposé un dossier d'inscription. 😊 La start-up française PriceMinister, dont on peut penser que les caisses ont été remplies depuis son rachat par Rakuten, semble utiliser une autre méthode pour se développer : sur les quinze postes proposés (ingénieurs études, développeurs, chefs de projet, community managers...) en mai 2013 dans la rubrique carrières du site, 12 sont des postes de stagiaires de 6 mois – grande école souhaitée... L'article à ce sujet publié sur [le site d'En-Contact](#) a fait réagir. À la rédaction, on estime que le porte-parole de l'économie digitale, très présent à la une des médias, qu'est Olivier Mathiot, cofondateur du site, devrait donner l'exemple ?

## Orange mise sur la relation client exclusivement digitale pour contrer Free avec sa nouvelle offre low cost

Le « dernier recours »... c'est la place laissée, selon Delphine Ernotte elle-même, à la relation client téléphonique dans la toute nouvelle offre quadruple play proposée par Sosh, la marque low cost d'Orange lancée pour contrer Free. Pour cette offre regroupant les services ADSL, mobile, fixe et TV, « La relation avec les clients sera entièrement digitale, même si, en dernier recours, ils pourront se tourner vers un conseiller par téléphone », a ainsi annoncé la patronne d'Orange France. Mais l'organisation d'un service client, même digital, avec une facture unique, pour une nouvelle offre quadruple play risque de représenter un beau casse-tête... Surtout que cette nouvelle offre coexiste avec l'offre Orange Open, également quadruple play, mais avec des mobiles subventionnés. « Tous les procédés ont été adaptés pour fonctionner dans tous les univers, fixes et mobiles », assure Delphine Ernotte.

La relation client digitale est-elle mûre ? Quels sont les bons outils, les bons partenaires... et les affabulateurs ? Dans quels pays la faire traiter ? C'est l'objet du dossier spécial du prochain numéro d'En-Contact, actuellement sous presse.

## Webhelp lance ses activités à Madagascar

Comme annoncé par le numéro 47 de Plates-Formes, Webhelp a lancé ce mois-ci les activités de son tout nouveau site de production basé à Antananarivo, à Madagascar. Cette première implantation dans le pays, dimensionnée à plusieurs centaines de postes, est pour l'instant faite dans les locaux de Link Outsourcing Services, prestataire spécialisé au niveau local dans la mise à disposition de plateaux nus. Webhelp suit ainsi la voie tracée par des prestataires spécialisés qui ont fait très tôt le pari de Madagascar tels que Vivetic, ADM Value, Ariane CRM ou Storm Telecom.

L'inauguration en bonne et due forme est elle prévue pour septembre de cette année.

Nos lecteurs trouveront dans le numéro 74 d'En-Contact, actuellement sous presse, un dossier complet expliquant les raisons du succès de cette nouvelle destination et de l'Île Maurice, ainsi qu'un benchmark exclusif, publié le 4 juin sur le site d'En-Contact, des meilleurs prestataires sur place.

## Michael Boukobza et Patrice Drahi importent le modèle low cost de Free Mobile en Israël

Suite au lancement d'offres rappelant fortement le modèle de Free par des entrepreneurs bien connus en France, le marché israélien de la téléphonie mobile a connu un choc semblable à celui qu'a subi le marché hexagonal. C'est le constat qu'on peut faire moins d'un an après les débuts de Hot Mobile et de Golan Telecom, lancés respectivement par Patrick Drahi, codétenteur de Numéricable et par Michaël Golan (aka Michaël Boukobza), l'ancien directeur général d'Iliad. La facture moyenne d'un consommateur israélien aurait ainsi baissé de moitié... et les opérateurs historiques ont souffert : pas moins de 1,5 million d'usagers israéliens auraient changé d'opérateur mobile au cours de l'année 2012, contre 800.000 l'année précédente). Avec leurs abonnements à moins de 20 euros par mois, Hot Mobile et Golan Telecom ont pris à eux deux 6 % de parts de marché, soit 500 000 abonnés pour Hot Mobile et 257 000 pour Golan Telecom.

## SOYEZ FORT EN CONQUETE DE NOUVEAUX CLIENTS !

FICHIERS QUALIFIÉS + MANAGEMENT ET MOTIVATION DES ÉQUIPES DE COMMERCIAUX SÉDENTAIRES,  
VENEZ DÉCOUVRIR LES CLÉS DE LA TÉLÉVENTE EFFICACE

LE 4 JUILLET 2013

8H30 À LA MAISON CHAMPS ÉLYSÉES  
8, RUE JEAN GOUJON - 75008 - PARIS

PETIT DÉJEUNER ORGANISÉ PAR :



ATENTO :

EN-CONTACT MAGAZINE  
Service Client - Centres de Contact - Customer Experience Management  
www.en-contact.com

Pour recevoir une invitation : [mj@malpaso.org](mailto:mj@malpaso.org)