

**EPTICA**

« LA VOIX DU CLIENT : UNE MINE D'OR PEU EXPLOITÉE »



Taoufik Massoussi,
product manager, Eptica

Conversations digitales

Eptica, éditeur de logiciels spécialisé dans l'expérience client, lance Vecko, une nouvelle solution d'analyse de la voix du client basée sur des technologies d'intelligence artificielle. « Les marques sont assises sur une mine d'or, la voix du client, qui transite sur toutes les sources de conversations digitales (e-mail, chat, réseaux sociaux, enquêtes de satisfaction...). Or, ces données non structurées restent très peu exploitées sur le marché français, dû au fait que les marques n'ont pas accès à une technologie suffisamment puissante, fiable. Grâce à une technologie spécifique, adaptée à ces conversations digitales, Vecko permet aux marques d'aller au-delà de la connaissance client vers l'intelligence client. Une connaissance qui permet à tous les métiers d'identifier des leviers concrets en vue d'améliorer l'expérience client et le ROI IT média pour les marques. » Après plusieurs années d'investissement, « on a fait le choix d'une solution hybride qui mixte des méthodes en text analytics et de machine learning. C'est la seule sur le marché français. La méthode du text analytics assure la fiabilité et la précision des analyses. On a fait des avancées considérables pour analyser les émotions. Et sans machine learning, on restait dans une méthode artisanale. Cette méthode permet de répondre à un enjeu de scalabilité et d'industrialisation : plusieurs secteurs, plusieurs langues et plusieurs millions de conversations à l'année. »

Un marché français mature

Eptica a réalisé une étude en janvier 2018 auprès de 30 grandes marques françaises. « 40 % de nos clients disposent d'une solution d'analyse sémantique de verbatim, on ne parle pas encore d'intelligence client. Donc le marché français est mature de ce point de vue. » Des secteurs restent toutefois plus matures que d'autres : retail, banque, finance, transport, telecom, hôtellerie. De même pour certains métiers : « Marketing, gestion de la relation client, responsable qualité, responsable satisfaction, les opérationnels — directeurs de magasins et d'agences —, sans oublier les responsables voix du client et expérience client. »

Anne-Sophie Valentin

