

**Eptica dévoile sa nouvelle identité visuelle,  
reflet de sa vision de la relation client : permettre aux individus  
d'engager des conversations de qualité avec les marques**

*Le spécialiste de l'expérience client multicanal déménage son siège social  
à Boulogne-Billancourt (92) et ouvre un bureau aux Etats-Unis.*

Paris, Reading, Boston, Singapour, le 12 avril 2016 - A l'occasion de son 15<sup>ème</sup> anniversaire, [Eptica](#), éditeur spécialisé dans la gestion intelligente des conversations client, dévoile son nouveau positionnement et sa nouvelle identité visuelle. Ces évolutions accompagnent une nouvelle étape du développement de la société. Eptica déménage, en effet, son siège social à Boulogne-Billancourt, dans des locaux plus vastes pour accompagner sa croissance, et s'implante sur le territoire nord-américain, en ouvrant un bureau à Boston.

*« Nous sommes très fiers des succès rencontrés depuis 15 ans grâce à la performance de notre technologie multicanal qui aide les marques à répondre plus efficacement à leurs clients », explique Olivier Njamfa, CEO et co-fondateur d'Eptica. « Le marché de la relation client est en pleine transformation car les consommateurs exigent plus de transparence et de possibilités de dialogue avec les marques. Les entreprises qui sauront satisfaire ces conversations avec les clients auront un net avantage concurrentiel sur le marché. Notre nouvelle identité visuelle, plus colorée et plus engageante, reflète la manière dont Eptica accompagne les marques et les institutions pour répondre à ces nouveaux défis de l'expérience client. Grâce à notre plateforme, des millions d'individus bénéficient de conversations de qualité avec les marques, ce qui leur rend la vie plus facile ! Eptica lance un plan de développement d'ici à 2020, et ce nouveau positionnement va servir nos ambitions ».*

La technologie d'Eptica permet de gérer d'importants volumes d'interactions clients sur le web, par email, sur les médias sociaux ou par téléphone. La puissance de son moteur linguistique garantit aux consommateurs des conversations de qualité avec les marques. Les entreprises qui utilisent sa plateforme gagnent et fidélisent de nouveaux clients en leur offrant une expérience de qualité. A l'exemple d'AirAsia qui gère 1 million de demandes web chaque mois, d'Opodo/eDreams, qui répond à 2 millions d'emails en moyenne par mois, et du Crédit Agricole dont 30 000 collaborateurs utilisent aujourd'hui Eptica pour interagir avec les consommateurs.

*« L'expérience client est fondamentale – une conversation décevante peut nous affecter considérablement et nous détourner définitivement d'une marque », ajoute Olivier Njamfa. « Chez Eptica, nous faisons ce rêve pour le futur : permettre à chaque individu d'engager des conversations de qualité avec les marques et les institutions ».*

Le siège social d'Eptica a déménagé, début avril, dans de nouveaux locaux plus grands situés à Boulogne-Billancourt (92). Pour accompagner sa croissance, Eptica prévoit plus de 30 nouveaux recrutements d'ici à la fin de l'année. La société comptera ainsi une centaine de collaborateurs répartis entre ses quatre bureaux (Paris, Londres, Singapour et Boston).

## **A propos d'Eptica**

[Eptica](#) est un éditeur spécialisé dans la gestion intelligente des conversations clients offrant une expérience client digitale de qualité. Ses logiciels multilingues fournissent à plus de 400 entreprises dans le monde des solutions souples et performantes d'interactions multicanal (email, web, médias sociaux, Chat, etc). Enrichie de fonctionnalités uniques d'intelligence linguistique, la technologie d'Eptica permet à des millions d'individus d'engager des conversations de qualité avec les marques.

La capacité d'innovation d'Eptica est reconnue par le Gartner depuis 5 ans, dans ses Magic Quadrants. Plus de 400 références clients de tous secteurs d'activités dont : Fnac, 3 Suisses, Carrefour, l'Occitane-en-Provence, SNCF, Nouvelles Frontières, Crédit Agricole, MMA, AXA, CPAM (Caisse Primaire d'Assurance Maladie), Crédit Agricole, Groupe La Poste, TUI, AirAsia, etc.

Suivez-nous sur Twitter : [@EpticaFrance](#)

Retrouvez-nous actualités et nos points de vue marché sur notre [blog](#).

## **Relations médias**

Marion Molina : 06 29 11 52 08 ; [marionmolinapro@gmail.com](mailto:marionmolinapro@gmail.com)