

## **Salon Stratégie Clients 2017**

du 18 au 20 avril – Porte de Versailles

**Découvrez la puissance de l'innovation d'Eptica  
en matière d'Intelligence artificielle appliquée à la relation client !**

### **Actualité salon**

Décryptage des dernières tendances de l'expérience digitale,  
avec les résultats de l'étude annuelle « Les marques françaises et l'expérience client digitale  
en 2017 », qui intègre cette année un zoom inédit sur la qualité des conversations.

Eptica, éditeur spécialisé dans les solutions conversationnelles, cognitives et collaboratives pour l'expérience client digitale, renouvelle sa participation au salon Stratégie Clients (stand I16-H17). La vocation d'Eptica est de donner du sens aux conversations entre les marques et leurs clients pour faciliter le quotidien de tous. Eptica est le seul éditeur à avoir développé en natif une plateforme multicanal s'appuyant sur la compréhension du langage humain : elle intègre en son cœur une technologie d'Intelligence Artificielle propriétaire qui repose sur le traitement du langage naturel, la sémantique et la linguistique. Ce socle technologique très puissant intègre également une base de connaissance centralisée, ceci afin de garantir la qualité des conversations et la cohérence multicanal. Eptica est à la pointe de l'innovation en matière d'intelligence artificielle appliquée à la relation client ; sa technologie est plébiscitée par plus de 450 marques en Europe, en Asie et en Amérique du Nord.

### **Cette année, deux temps forts à découvrir sur le salon :**

- **Les résultats de l'étude annuelle « Les marques françaises et l'expérience client digitale en 2017 ».** Pour cette édition, Eptica a souhaité porter son attention sur l'enjeu clé de la **compréhension du consommateur**. La qualité de la relation client digitale de 42 marques a été passée au crible : performances du self-service pour traiter les questions basiques ; qualité des conversations engagées sur les 4 canaux principaux nécessitant une intervention humaine (E-mail, Chat, Twitter et Facebook) selon 5 critères : rapidité, pertinence, contextualisation, personnalisation et empathie ; et la réalité de l'omnicanalité en 2017.
- *Ces résultats seront présentés à l'occasion d'une **conférence qui se tiendra Mardi 18 avril à 15h** (Salle 7) sur le thème : l'IA au service de l'expérience client digitale. Un débat sera dans ce cadre animé par Claire Morel, journaliste, en présence d'Olivier Njamfa, CEO et co-fondateur d'Eptica, et de Pierre Villeneuve, CX Designer, Ex-Directeur de la relation client Ikea. Après avoir dressé l'état des lieux du niveau de qualité de l'expérience client digitale en France et établi le diagnostic des difficultés rencontrées par les marques, les intervenants s'attacheront à identifier les leviers d'actions qu'ils soient culturels, organisationnels ou technologiques, à la disposition des responsables de la relation clients et des chefs d'entreprises pour répondre à leurs problématiques. Objectif de cette rencontre : mieux armer les marques pour comprendre leurs clients et améliorer l'expérience client digitale !*
- **Un parcours de démos live animées par nos experts sur le stand I16-J17** pour découvrir les solutions conversationnelles & collaboratives fondées sur l'IA développées par Eptica en situation réelle, à l'occasion d'un parcours client digital type. 3 démos de 25 min organisées chaque jour à heures fixes pendant toute la durée du Salon.  
Programme disponible [ici](#).

Pour toute demande de RDV sur le salon ou pour plus d'informations, n'hésitez pas à contacter :  
Marion Molina | 06 29 11 52 08 | marionmolina@gmail.com

### **À propos d'Eptica**

[Eptica](#) est un éditeur de logiciel spécialiste des solutions conversationnelles, cognitives et collaboratives pour l'expérience client. Fondée il y a 15 ans par [Olivier Njamfa](#). Eptica accompagne les entreprises pour faire de la Relation Client un maillon clé de leur chaîne de valeur.

Plus de 400 entreprises dans le monde, tous secteurs confondus, confient à Eptica leur engagement client digital, ce qui permet à des millions d'individus d'engager avec les marques des conversations de qualité qui facilitent leur vie quotidienne : Fnac, Décathlon, Carrefour, l'Occitane-en-Provence, SNCF, Nouvelles Frontières, Accor, AirAsia, Crédit Agricole, Société générale, MMA, AXA, CPAM, Groupe La Poste, China Telecom, Direct Energie, Singapore Power Services, etc.

Spécialiste du Traitement Automatique du Langage Naturel (TALN), Eptica utilise intelligence sémantique et algorithmique au service au service de :

- 1 La satisfaction client : la qualité de l'expérience client quels que soient les points de contact et la personnalisation des conversations via une technologie collaborative qui permet à tous les experts dans l'entreprise de contribuer aux conversations ;
- 2 La compétitivité du service client et des agents « augmentés » : les bots d'Eptica permettent d'automatiser les tâches et fournissent des outils d'aide à la décision qui génèrent une plus grande productivité et une augmentation des ventes ;
- 3 La connaissance client : analyse des data clients et génération d'insights pour piloter la marque et les opérations.

Eptica est présent à Paris, Londres, Boston et Singapour.

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

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

### **Relations médias**

Marion Molina

Tel : 06 29 11 52 08

Email : [marionmolinapro@gmail.com](mailto:marionmolinapro@gmail.com)