



Eptica: "Devenir un acteur majeur sur le marché de la relation client en France"

Éditeur de logiciels dans la relation client depuis 2001, Eptica a été racheté en octobre 2019 par Enghouse Systems. Olivier Njamfa, PDG d'Eptica, dresse les perspectives de développement qu'ouvre cette acquisition

“Nous pensons que ce marché, très fragmenté aujourd’hui, va se consolider dans les années à venir. Et nous voulons justement être un acteur de cette consolidation!”

Comment décrire la société Eptica en quelques mots?

Eptica propose une plateforme conversationnelle et multilingue fondée sur l’intelligence artificielle qui couvre tous les canaux digitaux (self-service, chatbot, e-mail, chat, réseaux sociaux, messenger...). Nous avons développé l’entreprise pendant 18 ans avec l’idée que le call center ne se réduit pas seulement au canal téléphonique. Avec succès, puisque nous sommes présents aujourd’hui en France, mais aussi en Angleterre, aux États-Unis et en Asie, et avons fait monter la

part du chiffre d’affaires réalisée à l’international jusqu’à 40 %.

Le groupe Enghouse a racheté votre société en octobre dernier.

Ce groupe étant encore peu connu en France, pouvez-vous le présenter également?

Enghouse est l’un des leaders mondiaux dans le secteur des technologies pour les centres d’appels téléphoniques. C’est un important fournisseur mondial de solutions logicielles pour entreprises, avec plus de 10 000 clients répartis dans 120 pays. Enghouse qui a été créée au Canada en 1984, était présent jusque-là dans 25 pays, notamment en Europe, mais pas en France. C’est désormais chose faite avec le rachat d'Eptica.

Quels sont les avantages de ce rachat pour vous et pour les clients d'Eptica?

Nous allons profiter des 35 années d’expérience d’Enghouse et de son offre riche et complète pour les centres d’appels. Toute sa palette de solutions va être proposée à nos clients, en plus des nôtres. Cela va créer une offre unique qui couvrira n’importe quel besoin autour de la conversation avec le client, que ce soit

par la voix, l’écrit ou la vidéo. Cette dernière est d’ailleurs le prochain canal de la relation client qui va exploser.

Quelles sont vos perspectives de développement pour l’année qui vient ?

Nous avons l’objectif de devenir un grand acteur sur le marché français grâce à de la croissance organique et des acquisitions. Nous pensons que ce marché, très fragmenté aujourd’hui, va se consolider dans les années à venir. Et nous voulons justement être un acteur de cette consolidation! En même temps qu’Enghouse va se développer en France, Eptica a l’opportunité de proposer et déployer ses solutions aux filiales partout dans le monde. J’étais récemment aux États-Unis pour présenter notre solution Vecko, fondée sur l’intelligence artificielle. Elle y a reçu un très bon accueil. C’est encourageant et très prometteur pour notre solution d’analyse de la voix du client.

Outre cette consolidation du marché français de la relation client, comment voyez-vous évoluer ce secteur dans les cinq prochaines années ?

Il y a encore beaucoup de travail à faire en recherche et développement, notamment pour



“L’investissement dans des canaux de relation client qui n’existent pas encore reste la clé du succès, car c’est ce qui permettra aux marques de proposer à leurs consommateurs une expérience vraiment unique et mémorable.”

Olivier Njamfa, Pdg d’Eptica.

inventer des canaux de relation client qui n’existent pas encore. L’investissement dans ce domaine reste la clé du succès,

car c’est ce qui permettra aux marques de proposer à leurs consommateurs une expérience vraiment unique et mémorable. ■