

Le CCaaS : un marché en très forte croissance et incontournable

Le CCaaS (Center Contact as a Service) est aujourd'hui une nécessité pour offrir aux clients une expérience unique tout en permettant aux équipes de chargés de clientèle et commerciales d'améliorer leur productivité et leur qualité de service. En effet, l'évolution des technologies, des usages et la croissance des applications Cloud sont autant d'éléments qui ont permis au CCaaS de prendre son envol. Dans ce contexte, il est désormais fondamental de permettre aux entreprises de réussir leurs projets en s'appuyant sur des dispositifs de nouvelle génération qui leur permettront de transformer leurs échanges voix, vidéos, SMS et chat en une composante clef de leur expérience client.

Libérer la puissance des conversations avec les clients

Globalement, le CCaaS est donc une réelle opportunité pour les conseillers clients qui reçoivent des appels et les équipes commerciales qui en émettent. Si l'approche multicanale a tout son sens, la voix occupe une place à part et reste encore sous-exploitée. En effet, les conversations en entreprise sont une immense source de valeur. Il est alors crucial d'imaginer de nouvelles expériences clients et d'autres formes d'engagement grâce à des fonctionnalités innovantes basées sur les données clients et les conversations réalisées avec ces derniers.

Il sera alors possible de supprimer toutes les tâches manuelles sans réelle valeur et de libérer le meilleur des conversations. Tout devient alors envisageable et plus aisé : passer un appel en un seul clic, diriger un client directement vers son conseiller ou lancer une campagne marketing cross-channel, etc.

La CCaaS : un marché toujours en mouvement

Si les solutions de CCaaS commencent à devenir un must have et se déploient massivement, il n'en demeure pas moins qu'elles doivent continuer à tirer parti des innovations technologiques du moment pour rester compétitives. En ce sens, de nombreuses opportunités sont désormais possibles. À titre d'exemple, nous pourrions notamment évoquer le sujet de l'Intelligence Artificielle.

Sur ce point, grâce à l'IA, il serait possible d'analyser des conversations et de détecter des signaux faibles par exemple ou signaux d'alerte, ce qui permettrait de désamorcer une situation complexe. Ainsi, lors d'un échange avec un conseiller au cours duquel le client exprimerait son insatisfaction à plusieurs reprises au travers de certains mots, l'IA ferait automatiquement remonter cette alerte à un responsable de service qui pourrait alors directement intervenir au cours de l'appel pour trouver une solution.

Ces différents éléments mettent en évidence que les directions relations client et commerciales vont désormais pouvoir capitaliser sur de nouveaux dispositifs qui leur permettront d'exploiter au mieux l'ensemble des échanges réalisés avec les clients, notamment sur le canal voix, pour accroître la qualité de service délivrée et proposer des expériences engageantes.

Mérodie Batréau, Directrice Marketing chez Ringover