

Orange Bank compte sur Watson d'IBM pour gérer sa relation client

Pour son arrivée sur le marché des banques digitales survenue en fin d'année dernière, **Orange Bank** tente de se différencier du modèle traditionnel. Notamment à travers la relation client enrichie sur fond d'exploitation de la technologie cognitive **Watson d'IBM**.

Fruit du rapprochement avec Groupama Banque, Orange Bank propose des services de paiement et de gestion des finances nativement conçus pour le mobile comme le paiement par smartphone, le solde en temps réel ou le transfert d'argent par SMS.

[Pour conquérir 2 millions de clients en France](#) en dix ans (100 000 clients escomptés d'ici fin mars), Orange Bank mise aussi sur l'innovation.

Elle se targue ainsi d'être la première banque mobile hexagonale à s'appuyer sur un modèle de relation client fondé sur une technologie d'intelligence artificielle.



Baptisé **Djingo**, son assistant conversationnel est fondé sur la technologie cognitive Watson d'IBM.

Il répond en langage naturel – 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 – aux demandes des clients de la banque comme effectuer des opérations bancaires ou bloquer/débloquer une carte bancaire.

Avec près de 24 000 conversations par semaine (dont près de 20 % en dehors des jours et des heures d'ouverture du centre d'appel), Djingo est devenu le premier point de contact des clients et prospects avec Orange Bank.

Sur les sujets identifiés comme relevant prioritairement de la relation humaine (la contestation d'un paiement bancaire par exemple), Djingo passe la main à un opérateur du centre de relation clients. Ce dernier ne part pas de zéro puisqu'il s'appuie sur l'historique de l'échanges entre le client et l'agent virtuel.

« **Powered by** » **Watson d'IBM**

Pour concevoir ce nouveau modèle relationnel omnicanal, Orange Bank fait appel à Watson la

plateforme d'informatique cognitive et d'intelligence artificielle d'IBM et au CRM de Salesforce.

La banque accède aux services de Watson via la plateforme IBM Cloud.



Sur le principe de l'apprentissage continu, les équipes d'Orange Bank et d'IBM travaillent de concert pour améliorer les connaissances du conseiller virtuel.

Son corpus s'enrichit notamment des informations relatives aux nouveaux produits et services proposés par la banque.

A l'heure actuelle, Djingo comprendrait, selon Big Blue, plus de 85% des questions posées en langage naturel.

Une autre banque française a également recours aux technologies d'IBM mais pour un usage interne. Depuis [avril 2017](#), Watson assiste les 20 000 chargés de clientèle du Crédit Mutuel dans la rédaction de leurs mails et la préconisation de produits bancaires.

A noter que Djingo est aussi le nom de l'assistant virtuel multiservices d'Orange. Commandé à la voix ou au texte, il doit permettre à l'opérateur télécoms de concurrencer sur ce créneau Ok Google !, Alexa d'Amazon, Siri d'Apple ou Cortana de Microsoft

(Crédit photo : Orange Bank)