



IA et service client : le guide indispensable

Sommaire

- 3** Introduction : l'IA et le service client numérique
 - 4** L'IA pour l'écoute des conversations, la création de cas et le routage
 - 6** L'IA pour l'automatisation
 - 8** L'IA pour les agents
 - 12** L'IA pour les insights et l'optimisation
 - 14** Conclusion
-



Selon Forrester, les interactions dans le cadre du service client numérique connaîtront une hausse de 40 % en 2021.



Introduction : IA et service client numérique

Le service client et les opérations de support sont actuellement en pleine mutation. Les consommateurs tiennent les rênes : ils décident de la façon dont les entreprises doivent se connecter et s'impliquer auprès de leurs clients. L'essor des canaux en ligne, numériques et sociaux oblige les entreprises à prendre du recul et à revoir leurs modèles commerciaux à l'échelle des individus, des processus et de la technologie. L'approche vocale du service client devient obsolète alors que de nombreux clients échangent désormais sur des canaux numériques. Pour servir au mieux ces nouveaux profils, vous devez opter pour une nouvelle approche.

D'un côté, la réalité du consommateur génère de nombreuses opportunités. Les canaux numériques brisent les silos entre le marketing, les ventes et le service client : vous pouvez donc réinventer et améliorer l'expérience client dans son ensemble. Dans le même temps, adapter vos opérations aux habitudes de vos clients est une tâche titanesque... heureusement l'intelligence artificielle (IA) peut vous y aider. Seule l'IA vous permet d'analyser l'ensemble des canaux de données et de définir les modalités de votre engagement (priorités, date et lieu).

Dans cet eBook, nous passerons en revue quatre domaines dans lesquels l'IA pourra vous accompagner pour basculer votre service client dans l'ère numérique :

1. **L'IA pour l'écoute des conversations, la création de cas et le routage** : l'IA peut traiter des sources de données publiques en ligne afin d'identifier où et quand engager avec vos clients.
2. **L'IA pour l'automatisation** : l'IA conversationnelle automatise les échanges clients à l'aide de chatbots présents sur les médias sociaux, les messageries privées, les sites Web ou les applications mobiles.
3. **L'IA pour les agents** : l'IA fournit les informations, les réponses et les meilleures marches à suivre aux agents lors des échanges clients.
4. **L'IA pour les insights et l'optimisation** : l'IA peut mesurer et optimiser vos opérations en continu.

L'évolution de la CX « tout-numérique »



Avant 2020

Déclin du service client vocal



2020

Volume d'appels en hausse, challenge pour réduire le fossé numérique



2021

Réinvention du service client et de la CX



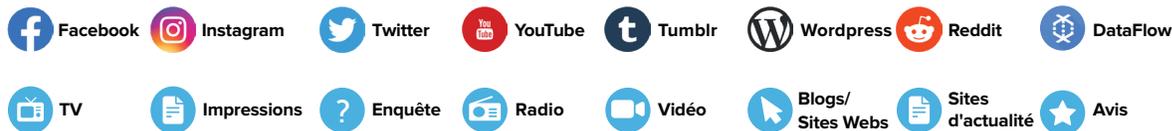
L'IA pour l'écoute des conversations, la création de cas et le routage

Impossible d'aider vos clients si vous ne les entendez pas

De nombreuses entreprises ignorent ceci : si vous attendez que vos clients vous contactent, vous êtes déjà à la traîne. Vos clients utilisent les forums, les sites d'avis et les médias sociaux pour communiquer avec vous. Rapidement. Si vous ne les écoutez pas sur ces canaux, vous ne pouvez pas leur offrir l'expérience idéale. Or, sans l'IA, il est impossible de traiter efficacement les millions de sources et de données en ligne.

L'écoute par l'IA des différentes sources de données en ligne

L'IA peut écouter un éventail infini de sources de données publiques : médias sociaux, sites d'avis, forums, sites Web et blogs.



Pour exploiter l'écoute numérique, vous devez déterminer les mots-clés et les sujets pertinents pour votre entreprise. Un fabricant d'ordinateurs s'intéressera aux mentions de sa marque, de produits spécifiques et de questions de support classiques (p. ex. : les haut-parleurs de mon ordinateur ne fonctionnent pas). L'IA scrute des milliers de conversations, mais vous alerte uniquement si elles correspondent à vos mots-clés. La répartition par catégories suivante est plutôt répandue. L'organisation de thèmes généraux regroupant des mots-clés spécifiques vous permet de répondre à des besoins soit très larges, soit très précis.

L'écoute par l'IA révèle de nombreuses opportunités d'engagement auprès des clients. Mais comment déterminer lesquelles sont pertinentes pour les agents en direct ?

Découvrez : le routage par l'IA !

THÈMES	SUJETS	MOTS-CLÉS
Haut-parleurs d'ordinateur	Volume	Trop fort Pas assez fort Statique

COMMENT CA MARCHE

PROBLÈME

Votre service marketing publie une vidéo de produit sur YouTube. Vos clients la regardent (« Super ! »). Puis ils la commentent (« Génial ! »). Hélas, un commentaire révèle un problème lié à votre produit... et son auteur demande de l'aide. Que faire ?

SOLUTION DE L'IA

Si vous écoutez des millions de mentions sur des centaines de canaux à l'aide de l'IA, cet appel à l'aide déclenche une alerte. Vous pouvez donc entrer en contact direct avec le client, ouvrir un ticket et résoudre le problème (« Hourra ! »). En l'absence d'un tel processus proactif, vous n'auriez d'autre choix que d'attendre que le client vous contacte. Et en attendant, la demande d'aide de votre client reste visible, sans réponse, sur YouTube (« La honte... »).



Routage et gestion des cas par l'IA

Le routage utilise l'IA pour affecter le meilleur guide, qu'il s'agisse d'un humain ou d'un bot, afin de créer l'expérience client optimale. Le routage par l'IA vous permet de dépasser les files d'attente, les compétences et les aptitudes des agents (bien qu'il en tienne compte). Vous pouvez utiliser des critères tels que les mots-clés, le type de problème et le sentiment. Vous pouvez également configurer des règles. Il existe certaines conditions. Une fois remplies, vous pouvez ouvrir un cas, l'associer à un compte CRM ou le router vers un agent ou un bot en fonction de l'aptitude ou de la compétence requise.

COMMENT ÇA MARCHE

PROBLÈME

Un fabricant d'ordinateurs écoute activement les comptes de médias sociaux, dans ce cas, sur Twitter Il scrute les mentions de sa marque sans incident. Soudain, un client en colère publie un commentaire négatif sur un produit.

SOLUTION DE L'IA

L'IA peut automatiquement créer un cas et l'importer dans le CRM de l'entreprise. Puisque le client est mécontent (un sentiment négatif), le système contourne le chatbot standard (car il n'obtiendra probablement pas de bons résultats). Le cas est alors immédiatement dirigé vers un agent disposant des aptitudes permettant de résoudre le problème et ayant déjà réussi à calmer des clients en colère.

Problème résolu, tout le monde respire.



J'ai ouvert la boîte et le PC était endommagé. Merci ABC Computers ! Tellement heureuse d'avoir reçu un ORDINATEUR CASSÉ. Franchement, je n'en reviens pas.

25 mars 2021, 10 h 50

Vraiment désolé de lire ça. J'ai validé l'expédition d'un nouvel ordinateur, vous l'aurez dès demain.

25 mars 2021, 10 h 54



Génial, c'est super rapide. Merci beaucoup.

25 mars 2021, 11 h 00



L'IA pour l'automatisation

Le Service Vocal Interactif (SVI) a grandement évolué, mais le fait est qu'il n'est pas populaire. Même lorsque sa compréhension du langage naturel (NLU) est performante, cette technologie reste souvent boudée. Les stratégies d'endiguement basées sur le SVI sont des mesures provisoires conçues pour réduire le volume d'appels pris en charge par les agents. Il ne s'agit pas de créer une expérience de qualité.

« Les canaux en direct tels que le téléphone, le chat et l'e-mail coûtent en moyenne **8,01 dollars par contact, tandis que les canaux en libre-service tels que les sites Web gérés par l'entreprise et les applications mobiles coûtent environ **0,10** dollar par contact. »**

Gartner

Hormis les problèmes liés à l'expérience client, les échanges avec un agent représentent de loin le coût le plus élevé sur un centre de contact. Les chatbots, pilotés par l'IA conversationnelle, constituent une solution de rechange au SVI. Contourner le SVI au moyen des chatbots peut vous permettre de réduire le volume d'appels et ainsi de réduire vos coûts.

Il existe deux écoles pour l'utilisation des bots dans ce contexte :

1 **La rétention complète** par un bot est l'objectif ultime : le bot résout le problème sans besoin d'assistance de la part d'un agent en direct.

2 **Le tri par le bot** permet de collecter les informations nécessaires dans un premier temps afin d'aider l'agent en direct dans le cadre de son échange.

Bonne nouvelle : plus les bots traitent des données, mieux ils comprennent les nuances de ton au fil du temps. À long terme, les taux de rétention augmentent donc naturellement. La technologie employée pour créer votre dialogue conversationnel aura une incidence déterminante sur votre stratégie de rétention future.

COMMENT ÇA MARCHE

Un client vous appelle. Votre SVI lui propose de passer par le chat afin de ne pas avoir à attendre qu'un agent soit disponible : « Afin de poursuivre cette conversation dans WhatsApp, appuyez sur 3 ou dites 3. »

Si le client accepte, le chatbot résout le problème s'il en est capable (rétention complète) ou collecte les informations afin de les remonter à un agent en direct (tri par le bot).

Lorsque le bot gère la découverte initiale, il transmet ensuite les informations.

L'implication du bot garantit une conversation productive et non répétitive avec l'agent.



IA conversationnelle : éléments à privilégier

Les chatbots diffèrent selon le fournisseur. Certains proposent des fonctionnalités basiques, telles que le regroupement des conversations ou les réponses classiques en fonction de mots-clés. Toutefois, ils sont souvent à l'origine d'une expérience client de mauvaise qualité. Pour proposer une expérience qualitative, saisir les nuances d'un échange est fondamentale (intention, langue, argot, dialecte et habitudes de messagerie).

Voici six éléments qui distinguent les meilleurs bots de la concurrence :

- 1. La découverte** : un bot performant peut détecter les schémas, les intentions, le sentiment et les mots-clés en exploitant les données conversationnelles, les demandes des médias sociaux et d'autres sources de données.
- 2. L'assemblage de messages** : les bots doivent saisir l'intention à partir de différentes phrases. Aujourd'hui, le client envoie souvent plusieurs messages sur le même sujet. Les bots et les créateurs de dialogues doivent saisir cette nuance et harmoniser l'intention.
- 3. Changement de langue** : les clients polyglottes écrivent parfois dans différentes langues au cours d'une conversation. Le bot doit pouvoir comprendre et suivre le rythme de la conversation.
- 4. Changement de contexte** : cela peut se produire au cours d'un échange classique. Le client rencontre plusieurs difficultés et passe d'un sujet à l'autre. Les bots doivent pouvoir traiter les différents thèmes et proposer des solutions distinctes.
- 5. Des transitions efficaces** : la transmission efficace vers un agent en direct est essentielle lorsque l'espoir d'obtenir un résultat positif est faible. La transition doit inclure l'intégralité du contexte de la conversation afin d'informer rapidement l'agent.
- 6. Informations portant sur les performances** : elles évaluent le succès de vos bots. Les rapports et les tableaux de bord qui présentent des KPI tels que le taux de rétention ou les taux de contournement du SVI qui vous informent du bon fonctionnement de votre stratégie.

Le but ultime de l'automatisation alimentée par l'IA est de réduire le nombre de prise d'appels par agents, qui sont coûteux. En automatisant les requêtes de routine sur les canaux préférés de vos clients, vous leur proposez une meilleure expérience. Vous libérez également du temps à vos agents, qui peuvent se consacrer aux échanges plus complexes et pertinents. Vous économisez non seulement de l'argent, mais vous augmentez également la valeur nette de votre clientèle en remplaçant les files d'attente par une résolution plus rapide et efficace.

Sheila McCool

Hola, pouvez-vous m'aider ?

J'ai un problème lorsque j'ouvre des applications sur mon ordinateur

il se bloque

et la batterie chauffe

Bien sûr, je peux vous aider. Apparemment, vous rencontrez un problème avec votre ordinateur qui se bloque et avec sa batterie. Puis-je d'abord vous aider avec votre problème d'ordinateur ?

Assistant PC portables



L'IA pour les agents

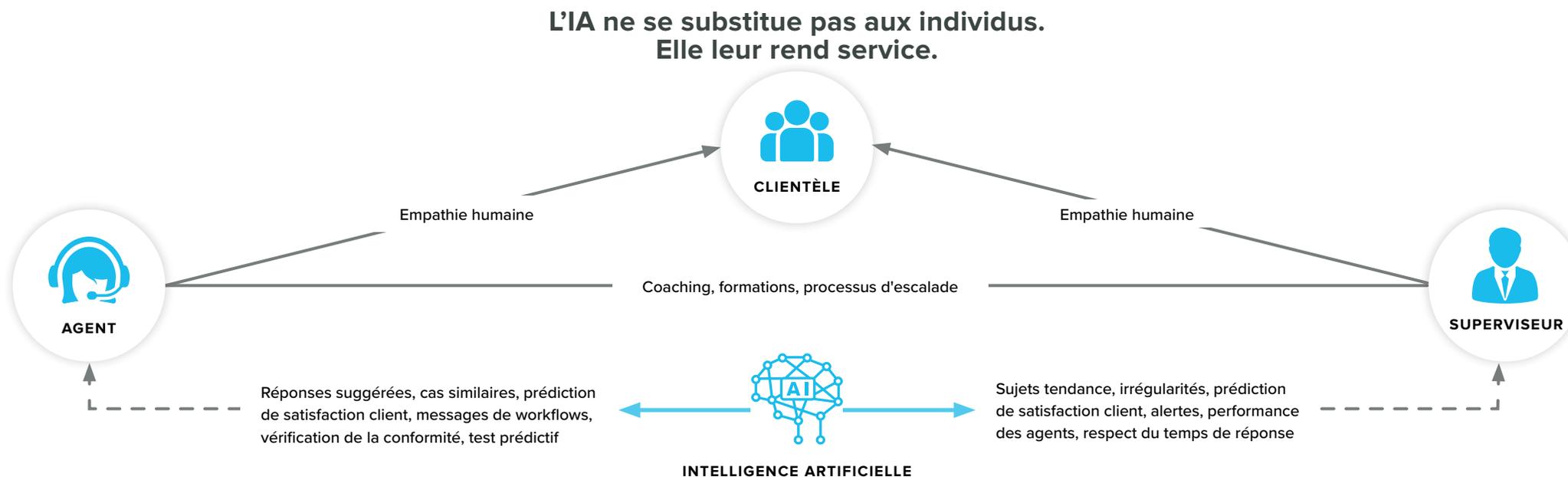
L'IA ne peut pas ressentir d'empathie, mais elle peut la mettre en évidence. Lorsque l'IA aide les agents à comprendre l'intention du client, les problèmes sont résolus rapidement. Mettez en lumière les sentiments humains à l'aide du traitement par l'IA et proposez un service de qualité supérieure à votre clientèle.

Exploitez votre historique

De nombreuses entreprises fournissent à leurs agents d'importants volumes de données relatives à l'historique de leur clientèle ayant trait aux ventes, au marketing ou au service client. Il s'agit de personnaliser les échanges grâce à ces informations étayées.

Mais un nouveau problème voit le jour : les agents ne sont pas en mesure de gérer toutes ces données alors que le temps joue contre eux. Si l'agent doit saisir une requête, analyser les résultats de la recherche ou lire un article d'aide, l'expérience client s'en ressent. De plus, l'agent joue contre la montre pour trouver une solution et la mettre en œuvre.

L'IA répertorie les réussites et les échecs de chaque interaction et assimile les actions que l'agent doit entreprendre pour satisfaire le client. Et puisqu'elle est en mesure de cerner l'intention à partir d'un échange en cours, l'IA peut produire ses suggestions en temps réel. Elle peut alors fournir à l'agent des informations pertinentes au moment opportun, ce qui l'aide très concrètement.



IA : trois façons pour aider vos agents à réussir

1

Les cas référents :

Vous avez déjà probablement résolu un cas similaire à celui que votre agent gère actuellement. Exploitez les réussites antérieures pour renforcer la satisfaction actuelle de vos clients. L'IA permet d'exploiter le cas le plus pertinent à chaque instant d'une discussion : le client voit alors son problème résolu au cours d'un échange agréable.

2

La bonne réponse :

Certains agents sont naturellement doués pour répondre à la clientèle. L'IA peut apprendre à partir des réponses les plus satisfaisantes pour vos clients. Dotez les agents des moyens leur permettant de répondre le plus efficacement en temps voulu. Économisez du temps, réduisez les risques et exploitez les talents de vos ressources les plus douées pour aider les agents qui débutent.

3

Le bon article d'aide :

Bien souvent, la réussite d'un agent dépend de la qualité des articles répertoriés dans votre base de connaissances. L'IA peut identifier l'article qui permet de répondre au problème du client. Elle peut également recenser vos lacunes ou incohérences en matière d'assistance et fournir un feedback qui vous permettra de vous améliorer continuellement. Proposez l'article le plus pertinent à disposition de vos agents au moment opportun.

L'IA vous permet d'améliorer la satisfaction client à chaque nouvelle solution apportée.

Les meilleurs cas résolus, les réponses des agents et les articles d'aide : grâce à eux, l'entreprise satisfait toujours plus sa clientèle.



Améliorer vos temps de réponse

Chaque jour, vos agents font de nombreux choix : quelle information renseigner, comment répondre, comment agir en cohérence avec les directives de la marque, etc. Toutes ces décisions contribuent à leur stress, eux qui cherchent déjà à répondre dans les délais impartis définis par les objectifs d'entreprise.

Gérer ces préoccupations requiert de la pratique, même pour les agents les plus aguerris. Or, personne n'apprend au même rythme. Si un agent sait rapidement répondre avec empathie, il est possible qu'il ait plus de mal à saisir les pratiques exemplaires concernant des appels plus classiques.

L'IA permet de soulager certains agents, de réduire leur temps de prise de décision et d'orienter les profils les moins expérimentés. À chaque niveau, l'IA évalue les interactions et propose des conseils en temps réel pour leur faciliter la vie.

L'IA peut vous aider de plusieurs façons, mais voici quatre domaines que les agents trouvent particulièrement utiles.



Les procédures standard : vos agents traitent probablement les mêmes types d'interactions chaque jour (retours de produits, vérifications des paiements, changement de vol, etc.) L'IA peut déterminer les pratiques les plus pertinentes pour une conversation donnée et proposer le workflow le plus adapté du début à la fin. Grâce à l'IA, les agents n'ont pas à tout maîtriser initialement.



La composition automatique des phrases : les agents ne tapent pas tous à la même vitesse. Cela peut avoir une incidence sur les temps de réponse. L'IA peut prédire le prochain mot ou la prochaine phrase au cours de la saisie. Cela ressemble à la saisie des requêtes dans Google et permet de répondre plus rapidement. Épargnez aux agents le fait d'avoir à choisir chacun des mots de leur réponse.



Les questions fréquentes : les bots ne sont pas uniquement utiles aux clients. Si cette technologie peut répondre aux questions les plus fréquemment posées sur votre site Web, elle peut également répondre à celles de votre centre de contact. Utilisez les bots pour vos opérations internes et profitez d'une efficacité et d'une clarté accrues à l'échelle de votre entreprise.



La vérification de la conformité : une réponse insensible ou impolie, et vous devenez tristement célèbre sur les médias sociaux. L'IA peut analyser les réponses en cours de rédaction et recenser toute violation des politiques d'entreprise en matière de discrimination linguistique, de blasphème, de ton et de pertinence, le tout avant qu'elles ne soient envoyées. Soyez aussi prudent que possible et évitez tout risque inutile.

COMMENT ÇA MARCHE

PROBLÈME

Un client souhaite renouveler son abonnement (bien) mais rencontre un problème sur votre site Web (pas bien).

SOLUTION DE L'IA

Heureusement, l'IA détecte le problème et ouvre une discussion sous forme de chat avec un agent en direct. Le renouvellement d'un abonnement étant une transaction standard, une checklist apparaît sur l'écran de l'agent et la guide pas à pas. Tandis qu'elle rédige, l'IA prédit la suite de sa réponse et propose des suggestions pour gagner du temps. Dans la fenêtre du chat, l'IA l'avertit également quant aux mots ou aux phrases allant à l'encontre de la politique de l'entreprise (avant qu'elle n'envoie sa réponse).

Votre agent agit efficacement et qualitativement (parfait).



Prédire le futur

Lorsqu'un agent échange sur un canal numérique, le ton du client peut lui échapper. Évaluer un ressenti peut s'avérer difficile. Par ailleurs, tout le monde n'a pas la même capacité à interpréter les signaux émotionnels. La majorité des standards de satisfaction sont influencés par des critères individuels : toute « réussite » est donc subjective. De ce point de vue, les indicateurs ne sont pas fiables. C'est là que l'IA entre en jeu.

Cette technologie, utilisée pour observer les réactions sur le site Web, doit également être exploitée lors des échanges de l'agent. Au cours de la gestion d'un cas, l'IA peut collecter des données et aider l'agent à comprendre la réaction du client à chaque réponse : sentiment, intention, émotion, intensité, temps de réponse.

L'IA exploite ces informations pour fournir un feedback en direct à l'agent. Elle peut également prédire le score de satisfaction du client au terme de l'échange, même s'il ne répond pas à l'enquête. L'IA peut également envoyer des alertes automatiques si le score de satisfaction anticipé passe sous un seuil spécifique. Les superviseurs peuvent alors intervenir en orientant discrètement l'agent ou en gérant eux-même la conversation. Ce genre de détails fait le bonheur de chaque client.

COMMENT ÇA MARCHE

PROBLÈME

Un client est frustré par l'incapacité d'un agent à résoudre rapidement son problème. Après chaque échange, le score de satisfaction anticipé diminue.

SOLUTION DE L'IA

À partir du langage et de l'intensité de l'échange, l'IA détecte que ce cas ne sera pas correctement clôturé si rien ne change. Elle envoie alors une alerte au superviseur. Ce dernier examine le cas en cours et agit pour restaurer la confiance du client.



L'IA pour les insights et l'optimisation

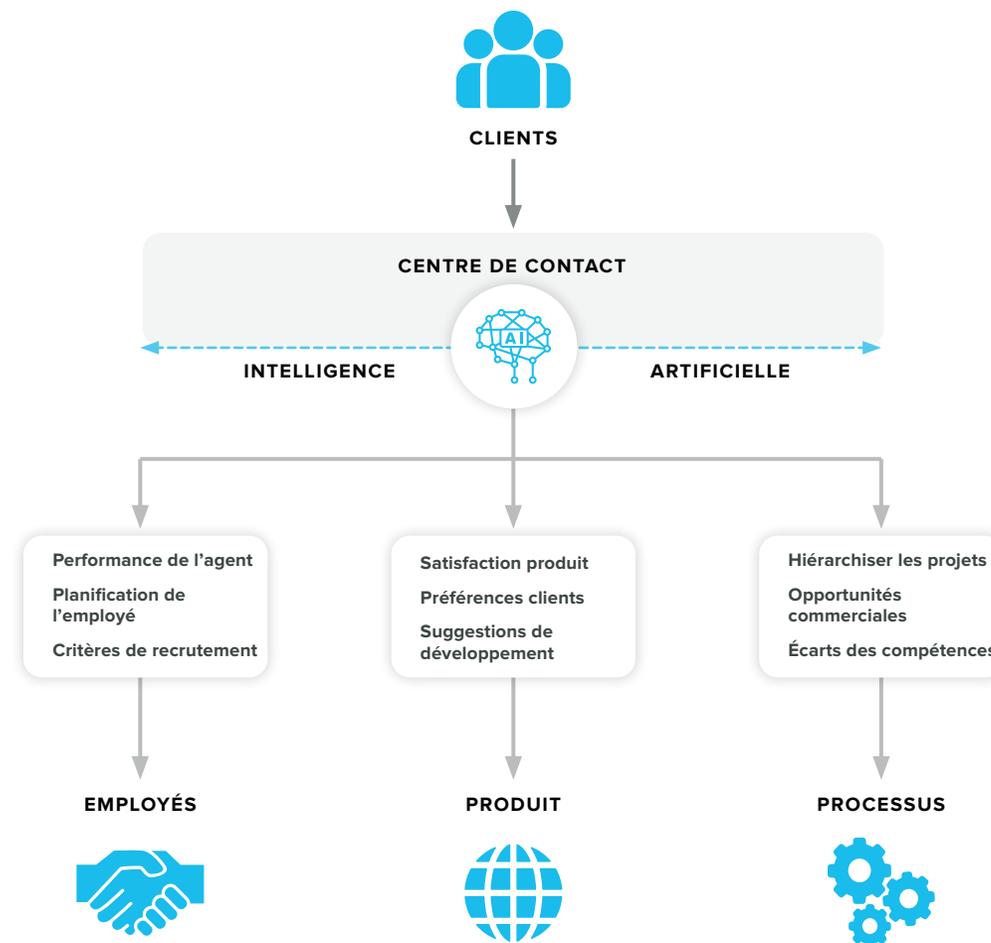
Le succès d'un centre de contact dépend de millions de variables. Sans surprise, il vous est impossible de les gérer dans un tableur. Les données sont trop volumineuses pour qu'un humain puisse en assurer le suivi. En outre, elles évoluent en permanence. Non, vous avez besoin de l'IA pour traiter les chiffres et obtenir des informations qui vous permettront d'être plus vigilant et performant à l'échelle de votre entreprise. L'IA peut isoler des modèles pertinents dans les conversations de votre centre de contact, afin que vous puissiez procéder à des ajustements en toute confiance.

Mesurer la satisfaction client

Des millions d'informations commerciales se cachent juste sous votre nez : l'IA recueille ces données portant sur la conversion des clients et l'historique des sentiments. L'astuce consiste à les segmenter et à les présenter de manière à identifier les domaines où les opportunités d'amélioration sont tangibles. Le contexte est crucial. Vous n'avez pas atteint vos objectifs le mois dernier : le savoir c'est bien ; savoir pourquoi, c'est mieux.

L'IA excelle lorsqu'il s'agit de quantifier et de détecter les schémas profondément ancrés, et de les regrouper de façon cohérente. Appliquée à votre infrastructure technologique, l'IA vous fournit une vue d'ensemble détaillée et intéressante de votre clientèle. Elle peut vous indiquer qui a communiqué quoi, comment, mais également les résultats qui en découlent. L'IA peut également trier les informations par lieux, équipes, agents, temps de réponse ou tout autre facteur collecté et répertorié. Cette analyse des modèles peut vous alerter immédiatement sur les tendances ou les pics d'activité. En juxtaposant différentes vues de vos données, vous profitez d'informations supplémentaires lorsque vous devez agir rapidement.

L'IA extrait des informations clés et exploitables du centre de contact vous permettant de renforcer vos ressources humaines, vos processus et d'améliorer vos produits.



Mesurer les performances de vos employés

Votre activité grandit, votre centre de contact aussi. Nous aimerions tous que les bots puissent gérer l'intégralité des demandes de service. Mais l'intervention humaine restera indispensable à la mise en place d'un service client de qualité. La formation joue donc un rôle déterminant : elle vous permet d'obtenir le meilleur des agents qui incarnent votre marque. Les agents bien formés et maîtrisant leur travail sont épanouis. C'est un plus pour votre culture d'entreprise. (Entre nous... conserver un agent coûte bien moins cher que le recrutement et la formation d'un nouveau).

Grâce à l'IA, vous pouvez évaluer le caractère humain de votre entreprise. En effet, elle peut générer une vue détaillée sur l'efficacité de vos agents à partir des données récoltées lors des échanges, des résultats d'enquête et des audits portant sur le travail des agents. Des tableaux de bord et des alertes automatisés vous révèlent les lacunes de vos agents, en toute transparence. Ne gaspillez pas d'argent avec des solutions non-adaptées. Formez plutôt vos agents en fonction de leurs besoins spécifiques. Grâce à toutes ces données, les superviseurs profitent d'une clarté immédiate et isolent les causes profondes de la moindre irrégularité.

COMMENT ÇA MARCHE

Un superviseur consulte le tableau de bord des temps de réponse (SLA). Elle constate une baisse de la capacité de l'équipe à répondre dans les délais impartis.

Elle scrute les données et circonscrit le problème autour de quelques nouveaux membres de l'équipe.

Ensuite, grâce à l'analyse de l'IA, elle détecte les domaines dans lesquels chaque nouvel agent peut progresser.

Elle peut alors mettre au point des programmes de formation personnalisés pour améliorer chaque objectif d'équipe.

Mesurer l'impact commercial

Si vous adoptez l'IA sans trouver un moyen de mesurer son impact, vous échouerez dans votre quête d'un support client de qualité. Les anecdotes glaçantes au sujet d'entreprises ayant « d'abord adopté l'IA et réfléchi ensuite » ne sont pas des légendes, et finissent souvent très mal. Ce scénario est à fuir absolument. Les résultats mesurables permettent de maintenir la confiance de vos parties-prenantes.

Heureusement, l'IA vous permet de prouver sa valeur grâce aux indicateurs de performance clé (les KPI) dès la phase de planification.

Voici quelques exemples d'indicateurs que l'IA est elle-même en mesure de prouver :



TEMPS

Mesurez (à la seconde près) le temps que vous gagnez en filtrant les messages non engageables de vos agents.



VALEUR

Affichez la valeur générée grâce aux bots conversationnels.



COÛT

Saisissez les critères de référence propres à l'entreprise pour le salaire des agents, le temps de traitement moyen, le coût par cas, etc.

L'IA peut mesurer ces indicateurs et d'autres processus : vous visualisez votre retour sur investissement en temps réel. Exposez les impacts de l'IA en toute transparence. Vos parties prenantes seront sereines et vous aurez confiance en votre stratégie.

Conclusion

Grâce à Sprinkl Modern Care, créez un service client plus efficace et optimisé, en phase avec l'ère numérique. Prenez en charge vos clients plus tôt grâce à l'écoute assistée par l'IA, élargissez votre champ d'action grâce au libre-service et à l'automatisation, et utilisez l'IA pour renforcer votre centre de contact. Une stratégie numérique solide ne reposant pas exclusivement sur une approche vocale permet d'unifier les stratégies du marketing, de la vente et du service client. Oubliez les actions de sensibilisation cloisonnées émanant des différents services. Optez plutôt pour une approche unifiée qui informe les clients des nouvelles offres, des nouveaux produits et répond à leurs besoins. Un seul acteur vous permet de combiner la recherche, les ventes, la publicité, le marketing et le service client sur une plateforme unifiée. C'est Sprinkl ! Programmez une réunion pour découvrir comment adapter votre stratégie numérique assistée par l'IA aux habitudes de votre clientèle. Donnez le sourire à vos clients et à vos agents !



Grâce à **Sprinkl Modern Care**, créez un service client plus efficace et optimisé, en phase avec l'ère numérique.

10 milliards

de prédictions
chaque jour

+ de 750

modèles d'IA
standard

+ de 500

modèles d'IA
spécifiques aux
clients

+ de 60

secteurs dans
109 langues



