



uh!live[®]



PARCOURS



• Fondée en 2011
Annuaire téléphonique et call-tracking

• 2016 - Lancement du Cookie Vocal
Relier le parcours digital au contenu d'un appel

• 2017 - Allo-Media recrute des chercheurs au LIUM
Développement de son moteur de reconnaissance vocale

• 2021 - Meilleur moteur conversationnel en live & batch
Plateforme API en SaaS 100% ouverte



TECH & CHIFFRES

• Technologie propriétaire
Reconnaissance vocale conversationnelle + NLP/NLU + Sentiment

• Conforme RGPD & PCI
Sécurisation et anonymisation des données personnelles

+70 millions
appels traités par an en France

+9 ans d'expérience
Leader français du speech analytics

EXEMPLES CLIENTS



PARTENAIRES & INTEGRATEURS



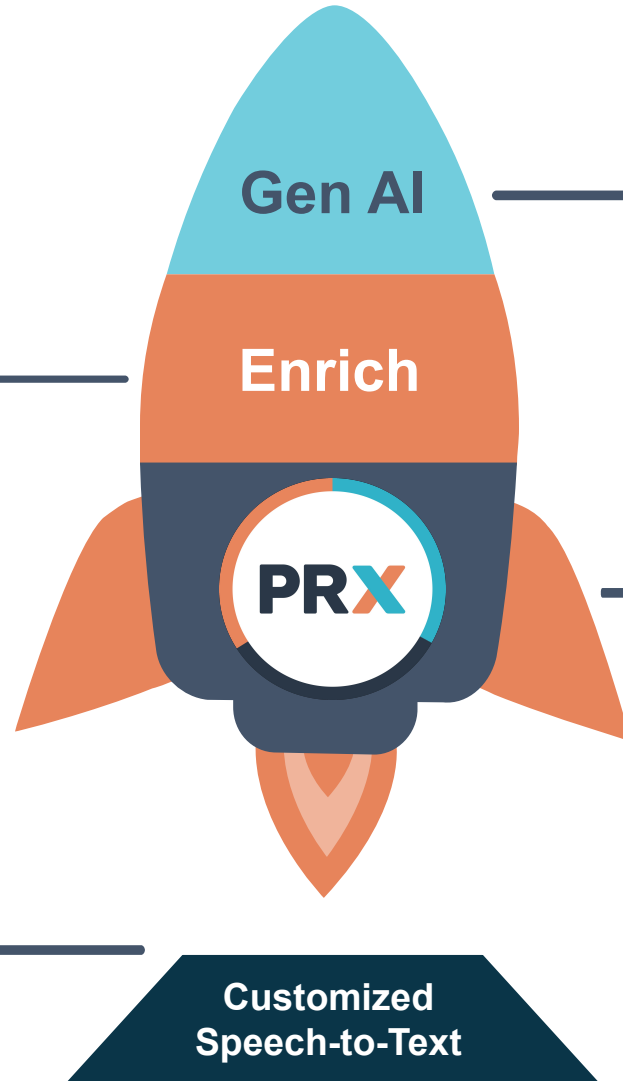
Expertise in digital Customer eXperience

The background of the slide is a faded, light-colored photograph of a call center. In the foreground, a man with glasses and a headset is smiling while working at a computer. In the background, other call center agents are visible, also wearing headsets and working at their desks. The overall atmosphere is professional and positive.

A l'ère de l'automatisation,
les interactions humaines font du téléphone
le **canal relationnel le plus précieux** pour les marques

Les entreprises cherchent
à **resserrer les liens entre clients et collaborateurs**
pour créer une expérience unique au téléphone

uh!live[®] platform



Détecter des situations

Tags sémantiques métiers, suivi des opportunités, qualité, conformité

Faciliter la lecture de nos analyses

Résumés d'appels dynamiques
Etat d'esprit et sentiment du client

Mesurer l'expérience relationnelle

Ecoute du client et ses émotions, valorisation des aptitudes relationnelles du collaborateur

Transformer la voix en données

Transcription fiable et sécurisée
Personnalisation rapide du modèle

Transcription haute précision

Spécificité :

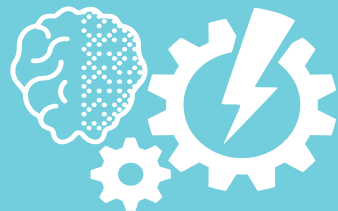
Optimisation 8kHz
Langage naturel spontané

Compatibilité :

Temps réel et Batch
(enregistrements d'appels
stéréos)

Performances : <5% erreurs

Langues : FR, EN, ES



Caviardage ciblé

Données sensibles :

carte bancaire, IBAN, maladies

Données personnelles :

nom, prénom, épellation, adresse,
numéro de téléphone, PDL...



Language Model Factory

Socle :

acoustique et dictionnaires de la
langue ciblée

Personnalisation rapide :

vocabulaire métier, jargon,
acronymes, sigles



Le premier indicateur **qui écoute le client**
et **valorise les aptitudes relationnelles du collaborateur**



La relation se construit et évolue tout au long de la conversation

- Le client arrive **avec son "bagage"** : sa logique, ses sentiments, ses attentes, et son parcours
- L'agent répond **avec des aptitudes relationnelles** adaptées aux circonstances



Détection des situations précises grâce à des tags contextuels

VOIX DU CLIENT

- Intentions d'appel
- Effort
- Réclamations/menaces
- Opportunités



VOIX DE L'AGENT

- Contrôle qualité (AQM)
- Conformité
- Consignes de la marque
- Efficacité commerciale

Utilisation de l'IA Générative pour la compréhension générale des interactions

RÉSUMÉ D'APPEL STRUCTURÉ

- **Demande du client**
Ex : "Le client souhaite régler sa facture après un échec de son prélèvement automatique."
- **Actions du conseiller**
Ex : "Le conseiller vérifie son identité afin de comprendre la situation, et lui propose de régler immédiatement par carte bancaire."
- **Conclusion de la conversation**
Ex : "Le client accepte de payer par carte bancaire, et renvoie son nouvel IBAN par e-mail."



RÉSUMÉ RELATIONNEL

- **Intentions d'appels**
Ex : "facture - problème de prélèvement"
- **Satisfaction du client vis-à-vis : de la marque**
Ex : "Le client est un peu frustré mais reste rassuré par la solution."
du conseiller
Ex : "Le client semble satisfait des informations fournies par le conseiller."
- **État d'esprit du client**
Ex : "Le client est stressé au début de l'appel et espère une résolution immédiate. Il est ensuite rassuré par la solution proposée."

Une plateforme pour aider à mieux comprendre



le client

Comprendre et fidéliser

- Identifier les points forts et frictionnels du parcours client
- Réduire le churn
- Améliorer la réputation
- Désamorcer les situations délicates et complexes



le collaborateur

Animer et valoriser

- Valorisez les compétences relationnelles des agents et la complémentarité des équipes
- Accélérez et démultipliez la mesure de la qualité
- Suivez la motivation et formez vos agents