



COVID-19

# Un chatbot vraiment intelligent?



# Chatbot

En janvier 2020, Google a lancé en grande pompe son nouveau Chatbot Meena, « le meilleur au monde ». Il serait capable de mener des conversations plus « humaines » grâce au sensibleness and Specificity Average (SSSA) captant les attributs d'une conversation. (revue technologique)

Nous avons tous vécu eu une expérience plus ou moins positive avec un chatbot rudimentaire. **Heureusement, l'intelligence artificielle permet désormais une réelle compréhension du discours humain, grâce au natural language processing.**

QUELLES SONT LES  
RÉPERCUSSIONS DE CES  
CHATBOTS 2.0 SUR  
L'INDUSTRIE DU DÉTAIL?

## NATURAL LANGUAGE PROCESSING

Le traitement du langage naturel (TLN) est la capacité d'un programme informatique à comprendre le langage humain tel qu'il est parlé. Il s'agit d'une composante de l'intelligence artificielle (IA).  
(*Techtarget*)

Une fois interprété, le TLN est capable de fournir une réponse sans aucune intervention humaine.  
(*Small biztrends*)

# Face à face.

## Les consommateurs sont prêts à utiliser les chatbots.

**33 %** des utilisateurs préfèrent contacter les marques par le biais des réseaux sociaux plutôt que par téléphone (Nielsen).

---

Dans la même veine, selon une enquête effectuée auprès de 1000 consommateurs américains, **49 %** des consommateurs préféreraient mener toutes leurs interactions avec le service à la clientèle par SMS ou messagerie (Acquire)

---

**38 %** des consommateurs ont une perception positive des chatbots, alors que seulement **11 %** en ont une perception négative (Acquire).

**83 %** des consommateurs ont déclaré qu'ils feraient de la messagerie leur principal moyen de contacter le service à la clientèle s'ils pouvaient obtenir une réponse immédiate (Forbes)

---

**65 %** des milléniaux américains préfèrent obtenir du support en ligne plutôt que de parler à du personnel en magasin (IBM)

---

Le chatbot obtient un taux de lecture de **84 %**, contrairement à un taux de **53 %** pour les campagnes de courriels personnalisés. (impactbnd).

CONTRAIREMENT À UNE APPLICATION, LES CHATBOTS PRÉSENTENT PEU D'IRRITANTS (TÉLÉCHARGEMENT DE L'APPLICATION, CRÉATION D'UN PROFIL, ETC.), CE QUI REND LEUR UTILISATION PLUS FACILE ET PERMET UNE ADOPTION PLUS GRANDE.

## Mais il y a encore des réticences.

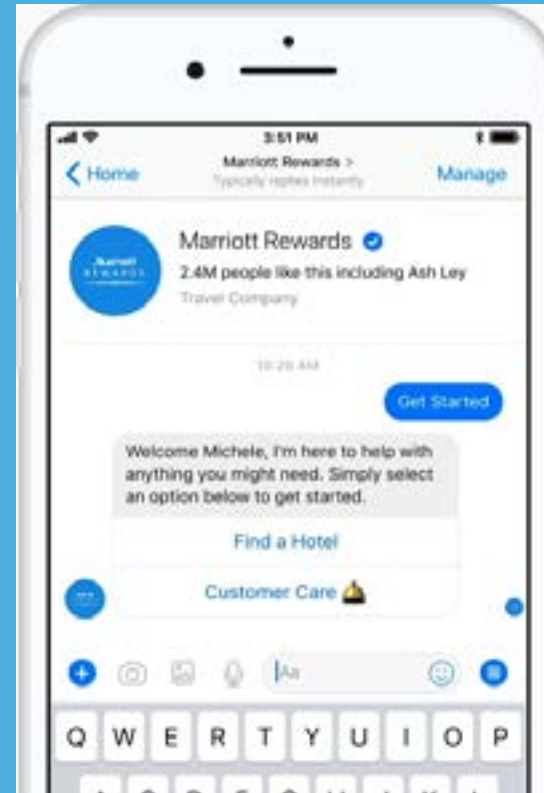
- Selon une étude universitaire, lorsque les consommateurs savent qu'ils interagissent avec un chatbot, le taux d'achat diminue de 80 % puisqu'ils considèrent le chatbot moins informé et empathique qu'un humain.
- Le taux de pénétration des applications de messagerie (Messenger, WhatsApp) n'est pas aussi grand que celui des courriels.

# Utilisation potentielle

1. LE SERVICE À LA CLIENTÈLE/ LA GESTION DES PLAINTES
2. LA PERSONNALISATION
3. UN OUTIL TRANSACTIONNEL ET DE VENTE

## Vente croisées et e-commerce

- Groupon vient d'acquérir Presence AI, un outil de messagerie vocale et textuelle, permettant de **traiter les réservations et de donner des réponses immédiates aux questions posées par les clients**, en plus de leur permettre d'envoyer des rappels de réservation. (BusinessWire)
- Grâce à leur chatbot Messenger, **le nombre de rendez-vous pour les services de maquillage de Sephora a augmenté de 11 %**. (chatbotslife)
- En utilisant un chatbot Messenger, **Asos a augmenté ses commandes de 300 % et a obtenu un rendement de 250 % sur ses dépenses**, en plus de rejoindre 3,5 fois plus de personnes. (Asos)



## MARRIOT- UN ÉCOSYSTÈME D'ENGAGEMENT

*«The delivery of on demand service enables Marriott to simplify travel, remove friction and power up even better service for our guests at more moments throughout their travel journey»* - STEPHANIE LINNARTZ, GLOBAL CHIEF COMMERCIAL OFFICER, MARRIOTT INTERNATIONAL.

Lancé en 2017, le chatbot désormais disponible sur Facebook Messenger, Assistant Google, WeChat et Slack permet d'effectuer des recherches et des réservations dans plus de 4700 hôtels. Le chatbot est lié au compte Marriott Rewards et au compte SPG du client, ce qui contribue à la planification d'un prochain voyage grâce à la suggestion d'articles du magazine numérique Marriot Traveler tout en permettant de communiquer avec le service à la clientèle. (mobilemarketer)

# Utilisation potentielle

## Gestion des plaintes

- Accenture aurait observé que **80 % des sessions** habituellement traitées par un agent humain (téléphone ou clavardage) **sont résolues par un chatbot lorsque celui-ci est bien conçu et mis en œuvre.**
- L'IA peut **identifier les clients mécontents**, mais surtout cerner le moment où la communication a mal tourné et prédire une dégradation de la situation en temps réel. (Medium)
- Les agents d'IA peuvent être plus souples dans la résolution de certaines requêtes et aptes à **identifier la compensation adéquate selon la requête.** (The Next Web)

## Personnalisation

### En fonction des informations

En intégrant plusieurs questions, il est possible de proposer des produits réellement adaptés aux besoins et aux caractéristiques des consommateurs. Le chatbot peut être un outil qui accompagne et aide le consommateur lors de son magasinage.

- Louis Vuitton a été la première marque de luxe à lancer son chatbot. En se concentrant sur la recherche, les consommateurs peuvent converser avec le chatbot dans le but d'obtenir **des suggestions personnalisées selon leurs goûts et leurs besoins.** Celui-ci utilise le TLN afin d'offrir une expérience de recherche avancée. (Forbes)
- BabyCenter UK de Johnson & Johnson offre des ressources en ligne aux parents. Son chatbot Messenger pose plusieurs questions afin de **déterminer le contenu le plus pertinent selon la situation des parents,** comme des suggestions quant au déroulement du sevrage. (impactbnd)

### En fonction de l'historique d'achat

Sachant que les consommateurs sont **75 % plus susceptibles d'acheter auprès d'un détaillant qui les reconnaît par leur nom ou qui recommande des options fondées sur des achats antérieurs,** le chatbot est un outil pertinent pour offrir une expérience personnalisée basée sur l'historique d'achat et les préférences. (chatbotslife)

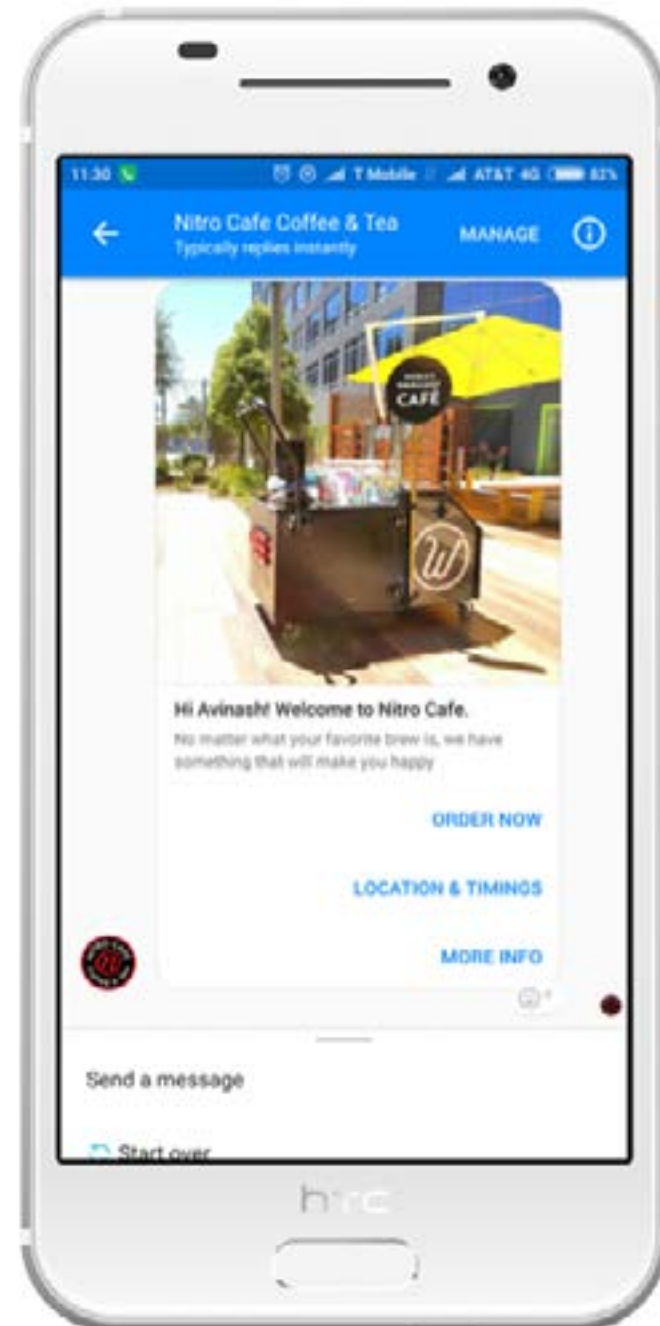
Mckinsey estime que **35 % des ventes d'Amazon proviennent des recommandations de produits** basées sur les algorithmes.

# Utilisation potentielle

## Vente intégrée

### NITRO CAFÉ

Depuis la mise en œuvre de son chatbot Messenger, le café mobile Nitro Café de L.A. a augmenté ses ventes de 20 %. Le chatbot permet de passer sa commande, de payer à même l'application et de communiquer avec le barista. (chatbotslife)



# Le premier pas

## Maximisez votre capital humain

Certaines requêtes plus complexes requièrent l'assistance d'un humain. Or, la technologie d'IA peut faciliter les interactions et diminuer drastiquement le temps de résolution de problèmes. Il est possible d'automatiser les réponses aux questions simples et de transférer les requêtes plus complexes aux agents. (chatbotslife)

- La technologie permet **d'automatiser les requêtes**, de recueillir des informations pertinentes et de diriger les requêtes vers l'équipe appropriée. (smartdatacollective)
- Grâce à l'apprentissage automatique, **le système devient plus intelligent au fil du temps** et est capable de répondre à davantage de questions. (chatbotslife)
- Selon Mckinsey, les chatbots pourraient permettre aux entreprises d'économiser **jusqu'à 29 % de leurs frais de service à la clientèle**. (McKinsey)

### **Un outil à l'interne**

Le chatbot peut aussi être un outil utilisé à l'interne par le personnel pour répondre aux questions courantes et faciliter la résolution de problèmes.



# Demain

## Les super apps

L'émergence des chatbots à même les plateformes de messagerie telles que WhatsApp et Messenger nous démontre l'intérêt croissant des consommateurs pour une communication sans irritants. En Asie, les super app permettent déjà d'effectuer la majorité des tâches quotidiennes au sein d'une même entité.

Introduit en Chine par WeChat, les super app sont des applications multitâches regroupant plusieurs fonctionnalités au sein du même écosystème.

Elles incluent la communication, la mobilité, le e-commerce et l'aspect financier. (Euromonitor)

Elles diminuent au maximum le besoin de devoir télécharger des applications supplémentaires.

Les consommateurs les adoptent puisqu'elles offrent une expérience contextualisée et cohérente. (Euromonitor)

## Les mini-programmes

En 2017, la marque a lancé ses mini-programmes qui permettent aux entreprises de développer des applications au sein même de la plateforme WeChat. (Forbes)

- Ils permettent de **découvrir et d'acheter des produits sans devoir télécharger une application supplémentaire** ou encore d'être redirigé sur un site Internet. (Forbes)
- En octobre 2019, WeChat comptait plus de 1 **million de mini-programmes à travers 200 industries.** (Forbes)

# WeChat

Lancée en 2011 par Tencent, WeChat est une application chinoise ayant créé un écosystème de services. En 2019, les utilisateurs actifs mensuels ont dépassé le nombre de 1,15 milliard. (China internet watch)

## Fonctionnalités

Grâce à cette plateforme, il est possible de planifier un voyage, faire des achats, commander de la nourriture, payer et effectuer des transferts d'argent, et bien plus encore.

## WeChat Pay

Moteur de la révolution « cashless », l'utilisation de WeChat Pay va au-delà des frontières chinoises puisque l'application est acceptée dans plus de 50 pays. (inside retail)

Lorsqu'elle est directement liée au compte bancaire d'un utilisateur, l'application peut être utilisée pour **payer des achats en magasin et en ligne, en plus de permettre le transfert d'argent.** (Inside Retail)

EN MOYENNE, LES CONSOMMATEURS  
OUVRENT LES MINI-PROGRAMMES  
4 X/JOURS.

**Les mini-programmes permettent plus que le e-commerce, ils bonifient aussi l'expérience en magasin.**

**Scan and go** : il est possible de scanner, de payer et d'opter pour la livraison à domicile. (Forbes)

**Une expérience omnicanale** : Le mini-programme d'Uniqlo permet d'acheter en ligne et de récupérer sa commande en magasin, mais aussi de scanner un produit et de le faire livrer s'il n'est pas disponible. (Forbes)



# Rappi

## Amérique du Sud

Lancée en 2015 en Colombie, l'application était au départ une application de livraison d'épicerie. Elle inclut désormais une multitude de services en constante expansion. Elle compte 20 millions d'utilisateurs dans 7 pays et dans plus de 50 villes. (Euromonitor)

### Les fonctionnalités :

- Il est possible de commander son épicerie en utilisant seulement des emojis. (Mashable)
- Grâce au portefeuille virtuel, il est possible de payer dans les restaurants et les épiceries à l'aide d'un code QR.
- L'entreprise a annoncé en janvier 2020 son partenariat avec Linx, le leader des technologies au détail, afin d'étendre son offre de produits. Les utilisateurs pourront maintenant effectuer des achats en magasin et les recevoir à leur domicile. (Le lézard)

# Amazon

## Inde

- De toute évidence, Amazon tente de transformer son application de paiement Amazon Pay en super app dans ce marché. Après avoir inclus l'achat de billets de cinéma et de billets d'avion, l'entreprise a introduit l'achat de billets d'autobus en 2019. (Tech Crunch)

# Est-ce viable en Amérique du Nord?

Bien que le contexte politique et les habitudes de consommation soient différents, **plusieurs gros joueurs non asiatiques ont commencé à s'inspirer des super app.** (Euromonitor)

- Alphabet et Facebook continuent d'ajouter des fonctionnalités afin d'augmenter leur offre de services. (Euromonitor). L'expérience demeure toutefois fragmentée, puisqu'il faut télécharger des applications différentes (Google Maps, Gmail, Drive, Google+) plutôt que de retrouver l'ensemble des services sur la même plateforme. (Euromonitor)



## Forces



- Permet d'automatiser la réponse aux requêtes les plus fréquentes et d'optimiser le capital humain.
- Les apps de messagerie ont un meilleur taux de pénétration que celle créée par la marque. Les chatbots permettent donc de rejoindre un plus grand public.
- Permet d'offrir des services complémentaires sans devoir augmenter le capital humain.

## Défis



- Développement à l'interne du NLP et mise en place du chatbot.
- Le taux de pénétration des applications de messagerie n'est pas aussi grand que celui des courriels.
- Évaluer s'il est plus pertinent d'utiliser les apps disponibles ou de créer son propre chatbot de A à Z.

## Opportunités



- Créer un chatbot intégrant l'historique d'achat des clients, afin d'effectuer des recommandations personnalisées.
- Permet les achats intégrés au sein même de l'application - diminution des points de frictions.
- Utiliser le chatbot, afin de bonifier l'expérience en magasin.

## Menaces



- Lorsque les consommateurs savent qu'il s'agit d'un chatbot, ils sont plus réticents à faire des achats et moins réceptifs au contenu suggéré.
- Dépendance aux applications de messagerie. En passant par Facebook, l'entreprise entretient une relation de dépendance et n'est pas propriétaire de ses données.

Le CQIC est le catalyseur de l'effort concerté de l'industrie du commerce, pour définir, expérimenter et bâtir, en collaboration étroite avec l'écosystème d'innovation, les solutions d'affaires tangibles assurant le futur du commerce maintenant et ainsi contribuer à l'avancement et à la prospérité régionale de Laval et du Québec.

[CQIC.CA](http://CQIC.CA)

[INFO@CQIC.CA](mailto:INFO@CQIC.CA)

