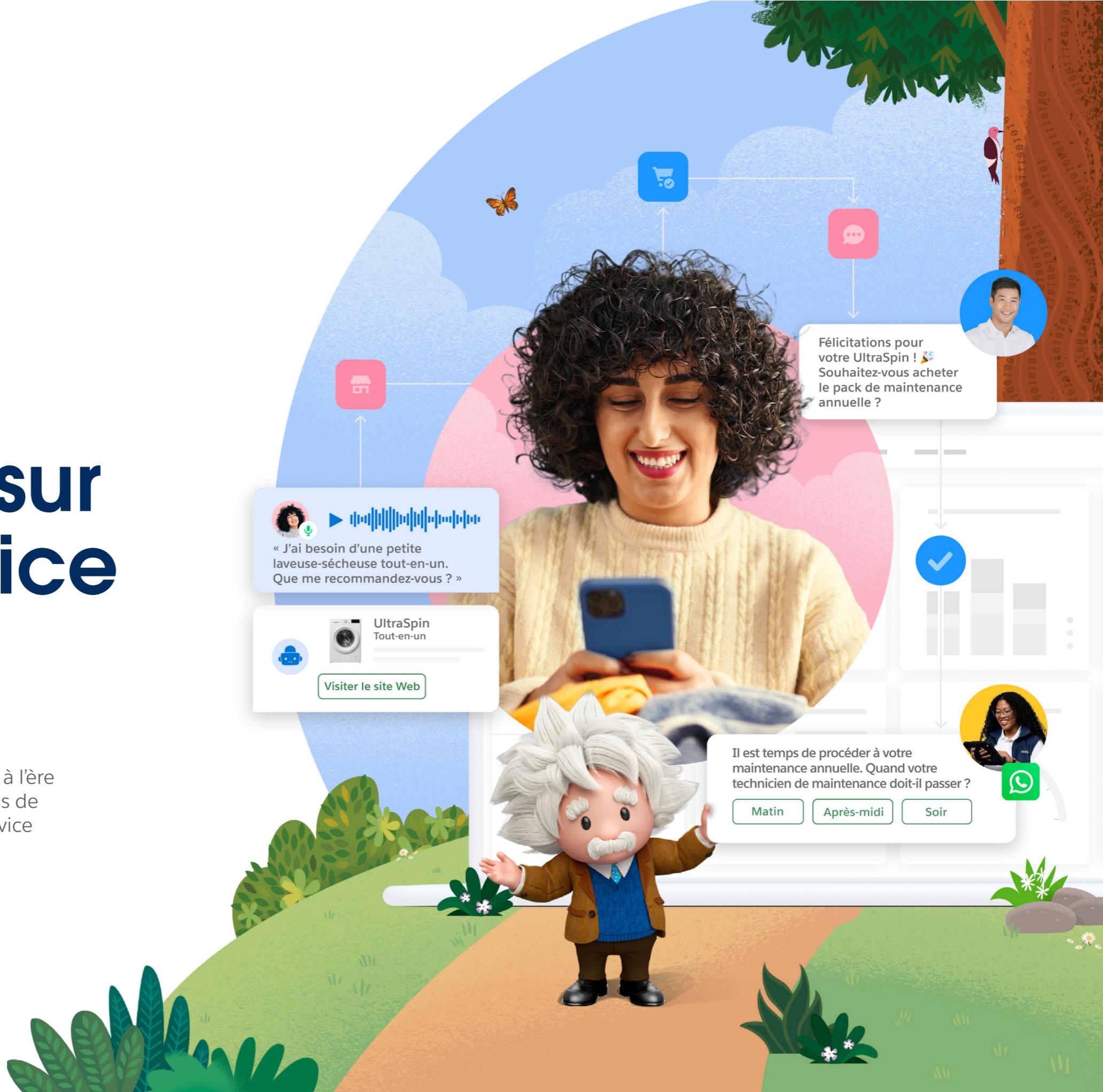




SIXIÈME ÉDITION

# Focus sur le service client

Enquête sur le service client à l'ère de l'IA menée auprès de plus de 5 500 professionnels du service client dans le monde.



# Préambule



Le service client est en pleine évolution et son avenir est prometteur. Aujourd'hui, les clients exigent des interactions rapides, cohérentes et personnalisées dès qu'ils entrent en contact avec une entreprise. Ils s'intéressent aux marques qui proposent un service exceptionnel et à grande échelle (grâce à des technologies comme l'IA), et qui protègent leurs données.

Nous commençons à peine à comprendre les possibilités et les implications de l'IA, mais une chose est sûre : les entreprises qui l'exploiteront de manière efficace et éthique en sortiront gagnantes. Chez Salesforce, nous sommes convaincus qu'il est temps pour les entreprises de créer des expériences efficaces, innovantes et sécurisées, en ayant comme priorité absolue la confiance des clients.

Dans notre dernier rapport « Focus sur le service client », nous avons interrogé plus de 5 500 professionnels du service client dans le monde entier pour obtenir leurs réponses aux questions les plus urgentes. Les résultats révèlent que les entreprises les plus performantes parviennent à répondre aux attentes croissantes des clients. Tandis que les dirigeants se concentrent sur la génération de revenus, il est nécessaire d'investir dans des technologies qui ont un impact direct sur la rentabilité.

Les informations recueillies auprès des professionnels du service client actuels sont précieuses pour concrétiser cette vision. Nous espérons que cette étude sera une ressource utile pour vous guider dans l'évolution du secteur, afin que vous puissiez aborder l'avenir en toute confiance.

*Kishan Chetan*

**Kishan Chetan**

Vice-président exécutif et  
directeur général  
Salesforce Service Cloud

# À propos de ce rapport

Pour cette sixième édition du rapport « Focus sur le service client », Salesforce a interrogé plus de 5 500 spécialistes du service client internationaux afin d'identifier :

- comment les services client s'adaptent aux attentes croissantes des clients,
- quels canaux et métriques sont prioritaires pour les responsables de service les plus performants,
- en quoi l'intelligence artificielle (IA) redéfinit les rôles et les opérations.

En raison des arrondis, le cumul des pourcentages de ce rapport n'est pas toujours égal à 100 %. Tous les calculs de comparaison sont réalisés à partir des nombres exacts (et non des nombres arrondis).

Les données figurant dans ce rapport proviennent d'une enquête en double aveugle menée du 8 décembre 2023 au 22 janvier 2024. Les personnes interrogées représentent 30 pays sur cinq continents. Toutes les personnes interrogées sont issues d'un panel tiers. Pour consulter les données démographiques, reportez-vous à la page 36.



**5 550 professionnels du service client interrogés à travers le monde**

# Personnes interrogées

Dans ce rapport, nous faisons référence aux groupes de personnes interrogées suivants.

## Décideurs

Vice-présidents, directeurs et responsables de services client

## Professionnels du service client

Agents qui supervisent les opérations et fournissent aux équipes internes des outils, des systèmes et des processus

## Agents

Collaborateurs de première ligne qui assistent le client depuis leur domicile, en magasin ou au bureau

## Techniciens de terrain

Collaborateurs de première ligne qui fournissent une assistance sur le terrain, au domicile du client ou dans son entreprise, en personne ou virtuellement

## Professionnels du service client

Toutes les personnes interrogées, y compris tous les groupes ci-dessus



# À propos de ce rapport

Dans le présent rapport, nous avons classé les personnes interrogées selon les niveaux de performance suivants en matière de service client.

## Trois catégories de répondants



49 %

Équipes les plus performantes  
évaluent leur satisfaction client  
comme excellente

43 %

Équipes aux performances  
moyennes  
évaluent leur satisfaction client  
comme bonne

8 %

Équipes sous-performantes  
évaluent leur satisfaction client  
comme moyenne ou mauvaise



# Sommaire

Synthèse .....	07
<b>Chapitre 1  </b> La nouvelle norme : un service plus rapide et plus personnalisé .....	08
 <b>Focus :</b> L'assistance proactive reste une opportunité .....	15
<b>Chapitre 2  </b> Les services client redoublent d'efforts pour générer des revenus. ....	16
 <b>Focus :</b> Technologie associée au service client de terrain .....	22
<b>Chapitre 3  </b> Les entreprises se tournent vers l'IA et l'automatisation .....	23
 <b>Focus :</b> L'IA exige des données fiables. ....	28
Annexes .....	32
Données démographiques .....	36



# Synthèse

Le service client est toujours en pleine évolution. À mesure que les budgets et les niveaux d'effectifs augmentent, les attentes des clients s'intensifient aussi. C'est pourquoi l'efficacité est essentielle afin de fournir un service de meilleure qualité.

Les décideurs s'intéressent à des technologies telles que l'IA et l'automatisation pour aider leurs entreprises à relever ce défi. Ils espèrent que ces outils leur permettront d'atteindre la rapidité et la qualité du service client de nouvelle génération.



## 01 La nouvelle norme : un service plus rapide et plus personnalisé

Les clients veulent un service plus rapide et de meilleure qualité, parfaitement adapté à leurs besoins. En effet, **82 % des agents et 76 % des techniciens de terrain affirment que les clients sont plus exigeants qu'auparavant**. La bonne nouvelle, c'est que les services client parviennent de mieux en mieux à répondre aux exigences. **Du côté des agents, 69 % indiquent qu'il est difficile de concilier la rapidité et la qualité du service client, contre 76 % en 2022.**

## 02 Les services client redoublent d'efforts pour générer des revenus

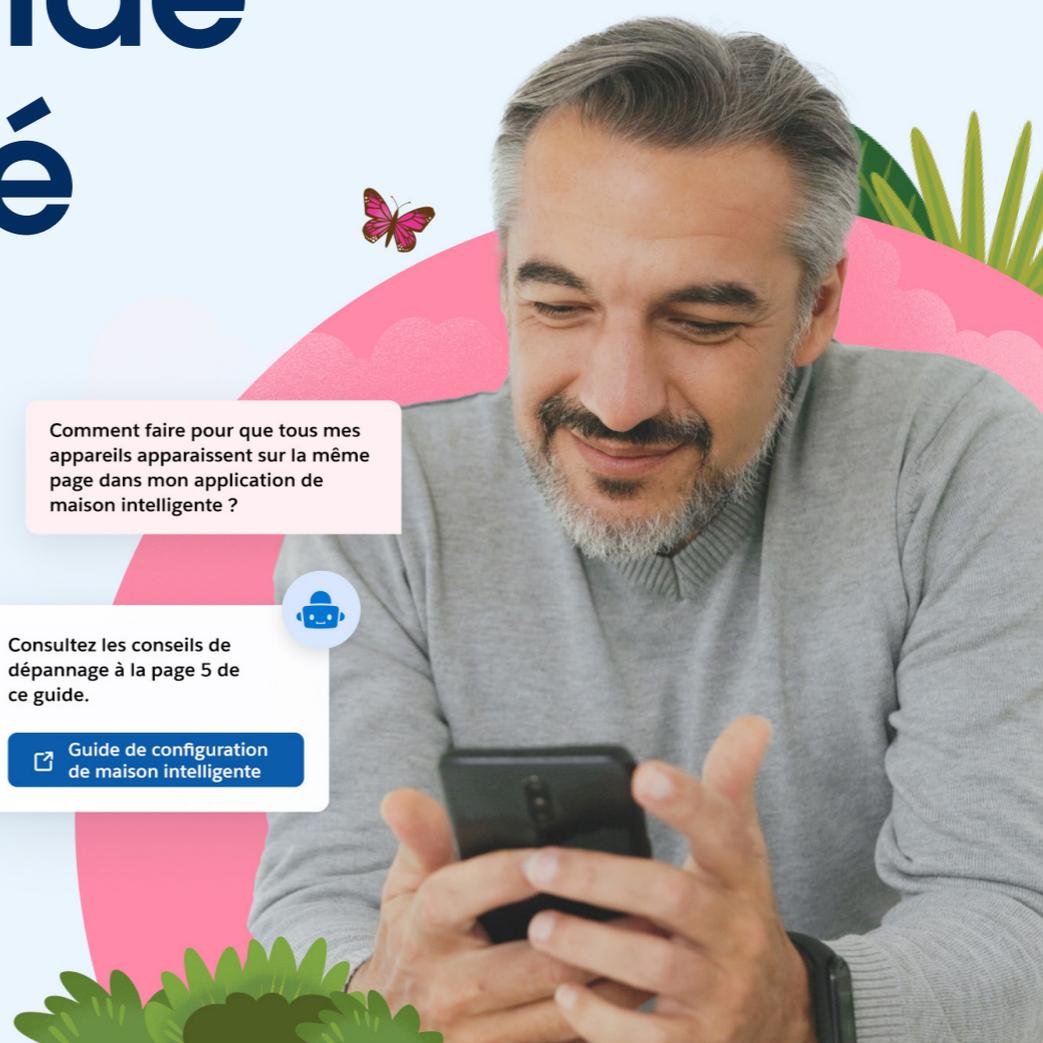
Dans le contexte actuel d'augmentation des effectifs et des budgets, les services client sont sous pression pour trouver de nouveaux moyens d'améliorer leur chiffre d'affaires et leur efficacité. **Parmi les décideurs, 85 % déclarent que le service client devrait représenter une plus grande part du chiffre d'affaires cette année.**

## 03 Les entreprises se tournent vers l'IA et l'automatisation

Bien que l'adoption généralisée de l'IA n'en soit encore qu'à ses débuts, les avantages sont déjà évidents. **Parmi les professionnels du service client des entreprises qui investissent dans l'IA, 93 % considèrent que les technologies leur font gagner du temps au travail.**

## 1

# La nouvelle norme : un service plus rapide et plus personnalisé



Comment faire pour que tous mes appareils apparaissent sur la même page dans mon application de maison intelligente ?

Consultez les conseils de dépannage à la page 5 de ce guide.

 [Guide de configuration de maison intelligente](#)

01

# Les équipes de service client relèvent de nouveaux défis

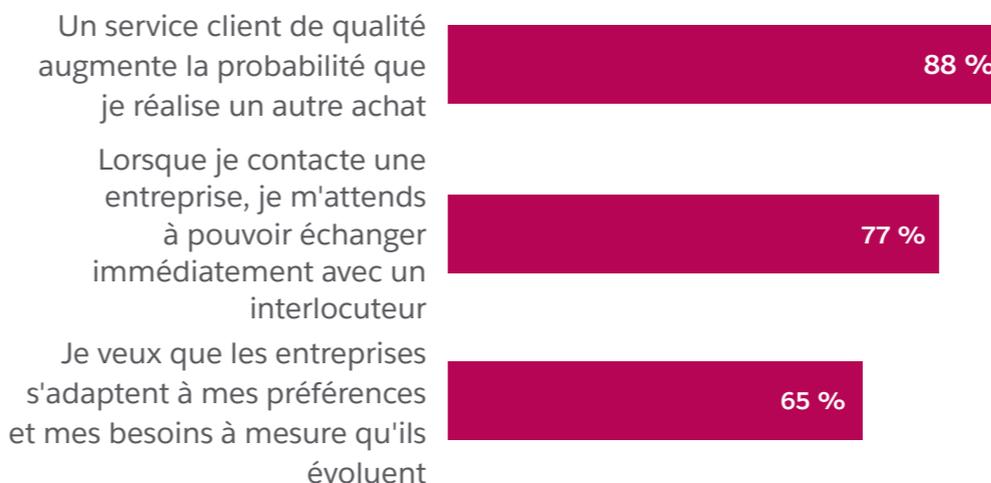
Les attentes des clients ne cessent d'augmenter. Ils veulent un service plus rapide, plus personnalisé, et s'attendent à ce que les entreprises s'adaptent. Lorsque les entreprises satisfont ces demandes, les clients sont plus susceptibles d'acheter à nouveau auprès d'elles, ce qui signifie que la qualité des interactions devient essentielle pour fidéliser les clients.

Les services client affirment qu'ils parviennent de mieux en mieux à répondre aux exigences des clients. Par rapport à 2022, moins d'agents ont du mal à concilier la rapidité et la qualité, et la part des « équipes moins performantes » est passée de 14 % à seulement 8 % dans les enquêtes Focus sur le service client.

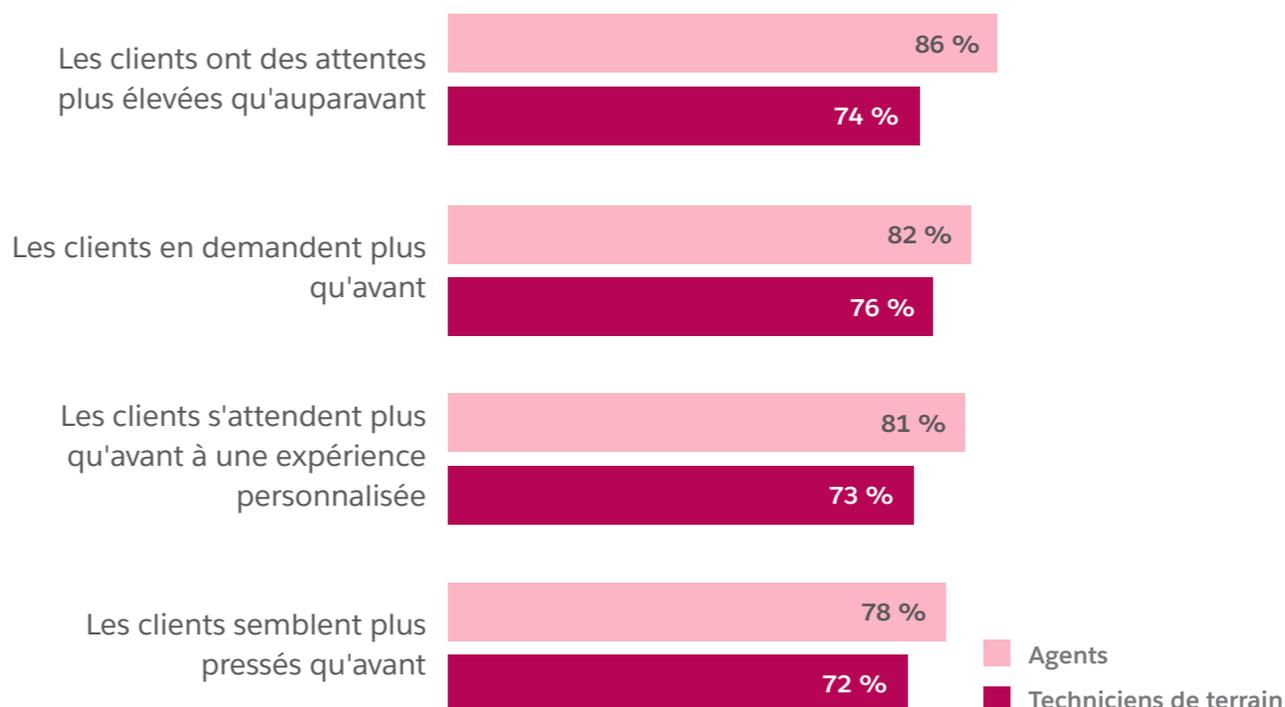
**Pour 69 % des agents, il semble difficile de concilier la rapidité et la qualité, contre 76 % en 2022.**

## Le service client aux prises avec les exigences de rapidité et de personnalisation

### Clients affirmant les énoncés suivants\*



### Professionnels du service client affirmant les énoncés suivants



Agents  
Techniciens de terrain

# L'expérience client figure en tête des priorités et des difficultés

Qu'il s'agisse de questions techniques, financières ou opérationnelles, les décideurs du secteur doivent trouver un savant équilibre entre les nombreux besoins concurrents. Par exemple, il se peut qu'ils cherchent à réduire les coûts tout en améliorant les compétences du personnel et en optimisant la productivité des opérations.

En fin de compte, le client est la principale préoccupation des services client. Pour les décideurs, la priorité absolue est d'améliorer l'expérience client et le principal défi est de suivre le rythme des attentes des clients.

## Les clients sont au centre des priorités et des préoccupations

### Les 5 principales priorités du service client

- 1 Améliorer l'expérience client
- 2 Améliorer les technologies du service client
- 3 Améliorer la fiabilité et la qualité des données
- 4 Optimiser les opérations pour réduire les coûts
- 5 Améliorer les compétences du personnel

Base : décideurs

### Les 5 principales difficultés du service client

- 1 Suivi de l'évolution des attentes des clients
- 2 Pression pour réduire les coûts de service
- 3 Contraintes budgétaires
- 4 Processus inefficaces
- 5 Insuffisance des outils et des technologies

Base : décideurs



01

# Les services client étendent leurs canaux

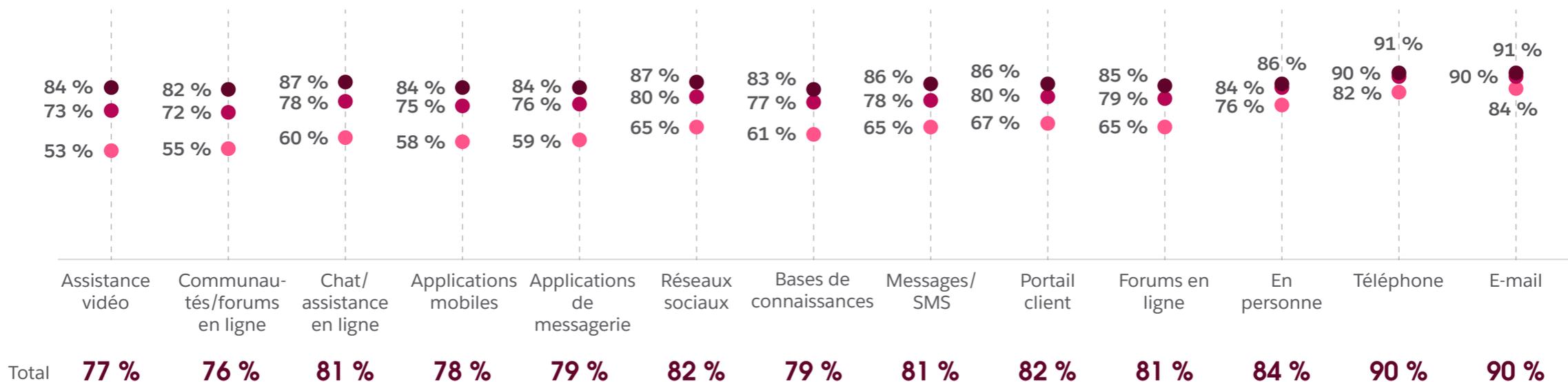
Les professionnels du service client examinent de plus près leurs stratégies de canaux pour s'assurer qu'ils interagissent avec les clients à l'endroit, au moment et selon la méthode de leur choix.

**En effet, 84 % des décideurs déclarent qu'ils vont réévaluer leurs ressources en matière de canaux cette année.**

Les entreprises les plus performantes utilisent davantage de canaux que les moins performantes pour fournir leurs services. Cet écart est particulièrement notable en ce qui concerne la messagerie instantanée, adoptée par près de 90 % des entreprises les plus performantes, contre 60 % seulement chez les moins performantes. De plus, les écarts de performances des canaux sont importants. C'est notamment le cas pour l'assistance vidéo et les forums communautaires en ligne.

## La vidéo, le chat et les communautés en ligne reflètent les performances du service client

### Services client utilisant les canaux suivants



Total **77 %** **76 %** **81 %** **78 %** **79 %** **82 %** **79 %** **81 %** **82 %** **81 %** **84 %** **90 %** **90 %**

■ Équipes les plus performantes ■ Équipes aux performances moyennes ■ Équipes sous-performantes

Base : professionnels du service client

01

# Les applications de messagerie gagnent du terrain

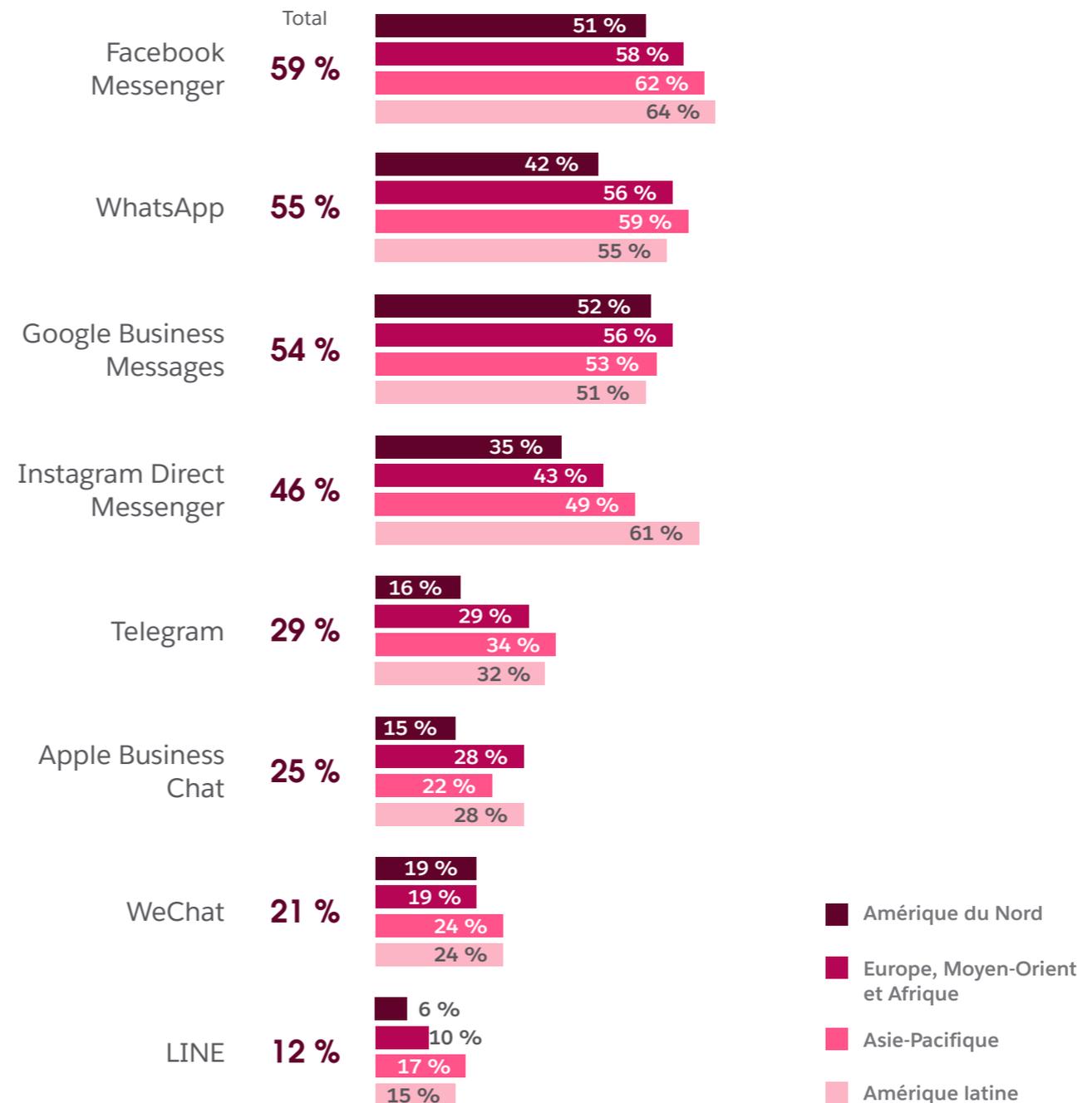
L'adoption d'applications de messagerie par les services client est en hausse dans le monde entier, sous l'impulsion des entreprises asiatiques et latino-américaines.

**Parmi les services client, 79 % utilisent des applications de messagerie, contre 70 % en 2020.**

Bien que Facebook Messenger et WhatsApp soient les plus populaires au niveau international, la pénétration de différentes applications varie selon les régions. Par exemple, 59 % des services client dans le monde utilisent Facebook Messenger de Meta, Instagram arrivant juste derrière dans le classement en Amérique latine.

## Au niveau mondial, Facebook Messenger et WhatsApp sont les plus utilisées

Services client utilisant les applications de messagerie suivantes



Base : professionnels du service client

01

# Le libre-service : un avantage non négligeable pour les clients et les entreprises

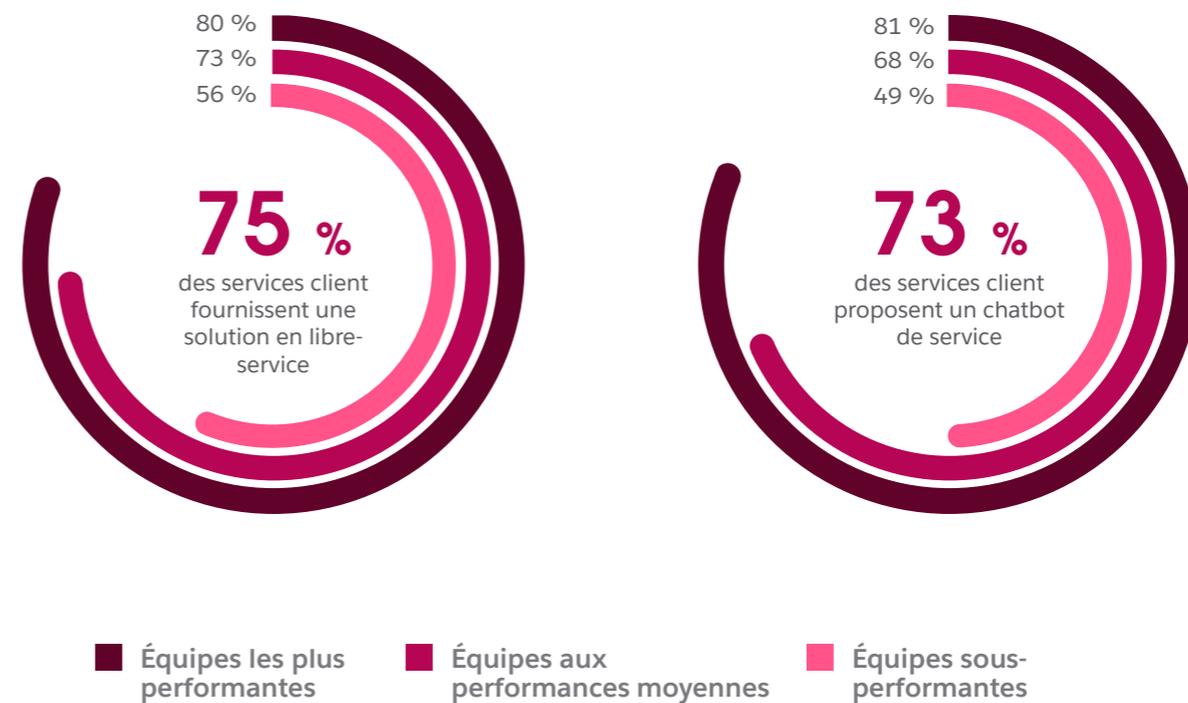
Permettre aux clients de résoudre leurs problèmes à l'aide d'outils en libre-service est avantageux pour les entreprises, car elles peuvent ainsi répondre aux préférences des clients tout en économisant des ressources.

**En tout, 61 % des clients préfèrent utiliser le libre-service pour les problèmes simples.\***

Le libre-service peut prendre de nombreuses formes : centres d'assistance basés sur les connaissances, portails clients ou chatbots alimentés par l'IA. Les services client les plus performants sont bien plus susceptibles de fournir de tels outils que les services client les moins performants. Cependant, il y a peu de place à l'erreur : 72 % des clients ne réutilisent pas le chatbot d'une entreprise après une seule expérience négative.\*

\* Rapport Salesforce « Focus sur le client connecté », août 2023

## Les entreprises les plus performantes sont à la pointe du libre-service



Base : professionnels du service client



01

# Les services client les plus performants adoptent le libre-service

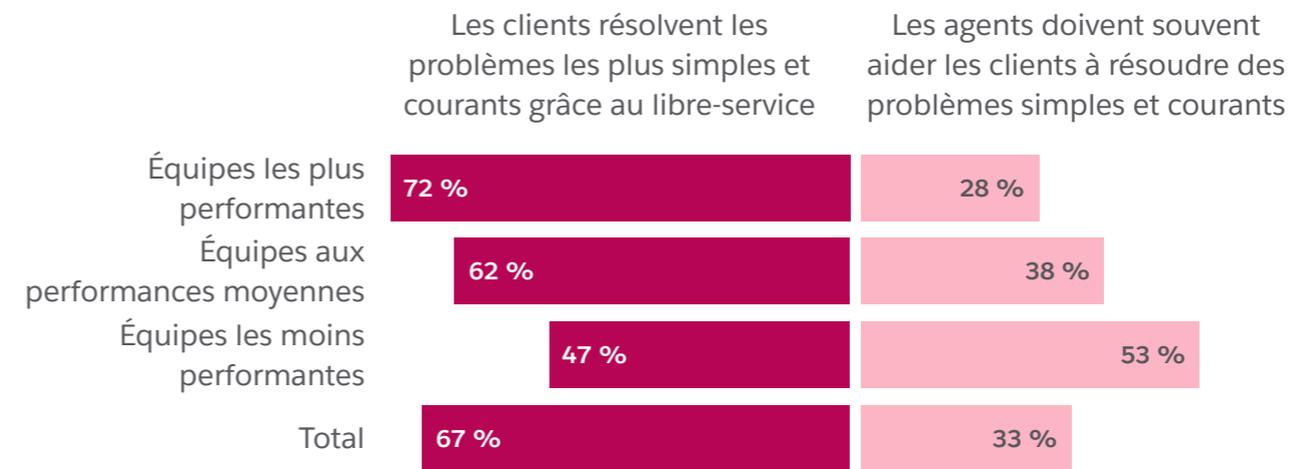
Les entreprises les plus performantes enregistrent de meilleurs résultats que leurs pairs dans la résolution des requêtes via le libre-service, mais ce dernier ne fonctionne pas dans tous les cas.

Parfois, les problèmes des clients sont trop spécifiques pour le libre-service et exigent l'intervention d'agents humains. Dans ces cas, les agents sont essentiels pour résoudre le problème et préserver les relations. Cependant, certains problèmes liés au libre-service sont mieux contrôlés par les entreprises, comme la simplification des instructions et la mise à jour des documents.

**Lorsque le service client l'utilise, le libre-service résout environ 54 % des problèmes des clients, en moyenne.**

## Les services client les plus performants offrent un libre-service plus efficace

Professionnels du service client affirmant les énoncés suivants\*



## Agents affirmant ce qui suit à propos du libre-service au sein de leur entreprise\*



\* Base : services client avec libre-service



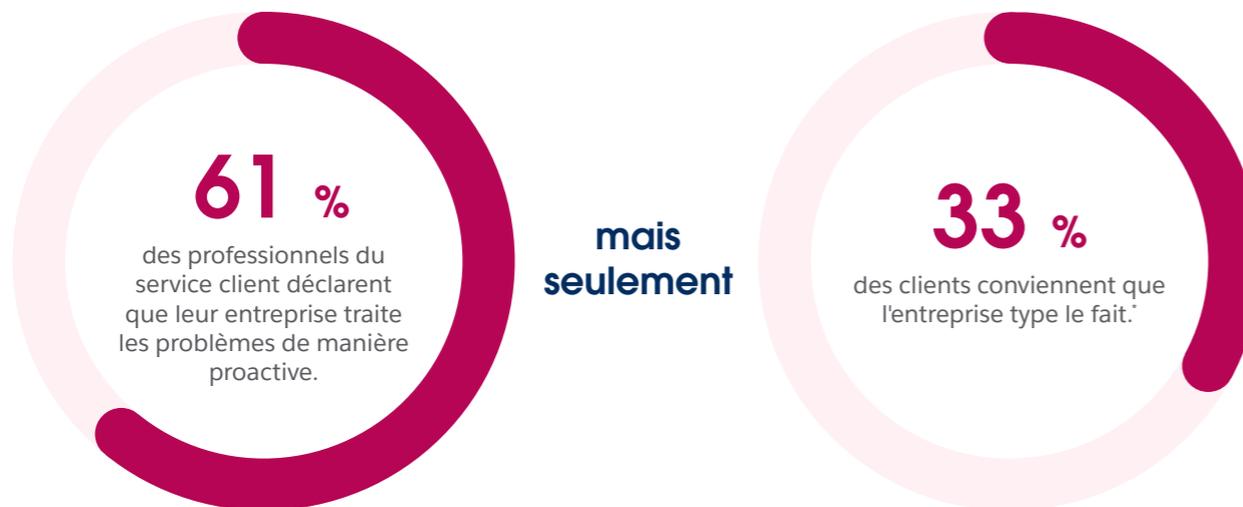


## FOCUS : L'assistance proactive reste une opportunité

Lorsqu'il s'agit d'assistance proactive, les professionnels du service client et leurs clients ne voient pas les choses du même œil.

En effet, 61 % des professionnels du service client déclarent que leur entreprise résout les problèmes de manière proactive, par exemple en communiquant ou en résolvant un problème avant que les clients ne contactent le service. Cependant, seul un tiers des clients partage cet avis. Ce décalage peut être le signe d'une confiance excessive de l'entreprise.

### Les clients affirment que l'assistance proactive est rare



“ Il est essentiel de résoudre les problèmes de manière proactive avant qu'ils n'aient un impact significatif sur l'entreprise. C'est pourquoi il est nécessaire de rester à la pointe des solutions technologiques pour faire évoluer le service et répondre aux attentes actuelles des clients. »

**JULES O'DONNELL**  
RESPONSABLE DE L'ADMINISTRATION SALESFORCE,  
QUICKBASE

\* Rapport Salesforce « Focus sur le client connecté », août 2023



## 2

# Les services client redoublent d'efforts pour générer des revenus



Je vois que votre chauffe-eau s'approche de la fin de sa durée de vie prévue.

Souhaitez-vous obtenir des informations sur les nouvelles options ?



#### Alertes Einstein

Voici quelques options qui pourraient fonctionner avec votre système actuel.

[En savoir plus](#)



02

## Budgets, effectifs et requêtes sont appelés à augmenter

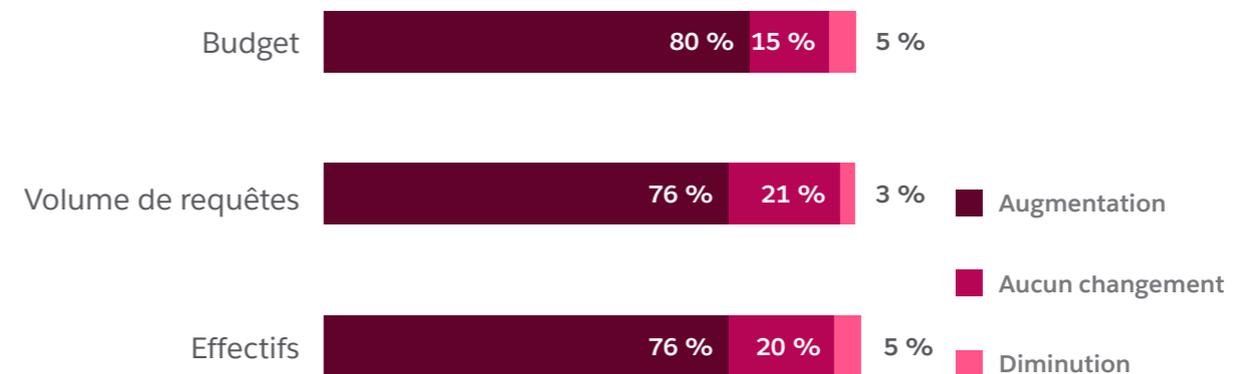
Offrir un excellent service client à chaque point de contact en vaut la peine, mais peut représenter des coûts élevés. En effet, la plupart des professionnels du service client déclarent avoir besoin de plus de budget pour atteindre leurs objectifs. C'est particulièrement vrai pour les professionnels du service client et les chefs d'équipe, qui sont peut-être plus proches de l'action que de nombreux responsables de service et qui ont une vue d'ensemble de tout ce qui doit être fait.

La bonne nouvelle, c'est qu'une augmentation des budgets et des effectifs se profile. Cependant, les services client se préparent également à une hausse anticipée du volume de requêtes, ce qui soulève la question suivante : l'augmentation des budgets sera-t-elle suffisante pour répondre aux demandes ?

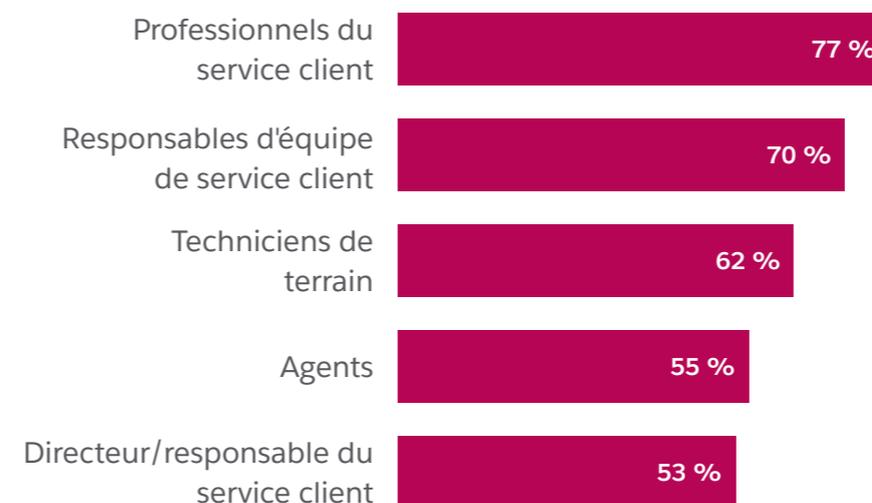
**Les décideurs s'attendent à ce que les budgets de service client augmentent en moyenne de 23 % l'année prochaine.**

### Les services client prévoient une augmentation des budgets et du volume de requêtes

Changements à venir selon les décideurs au cours de l'année prochaine



### Professionnels du service client affirmant que leur équipe ne peut pas atteindre ses objectifs sans un budget plus conséquent



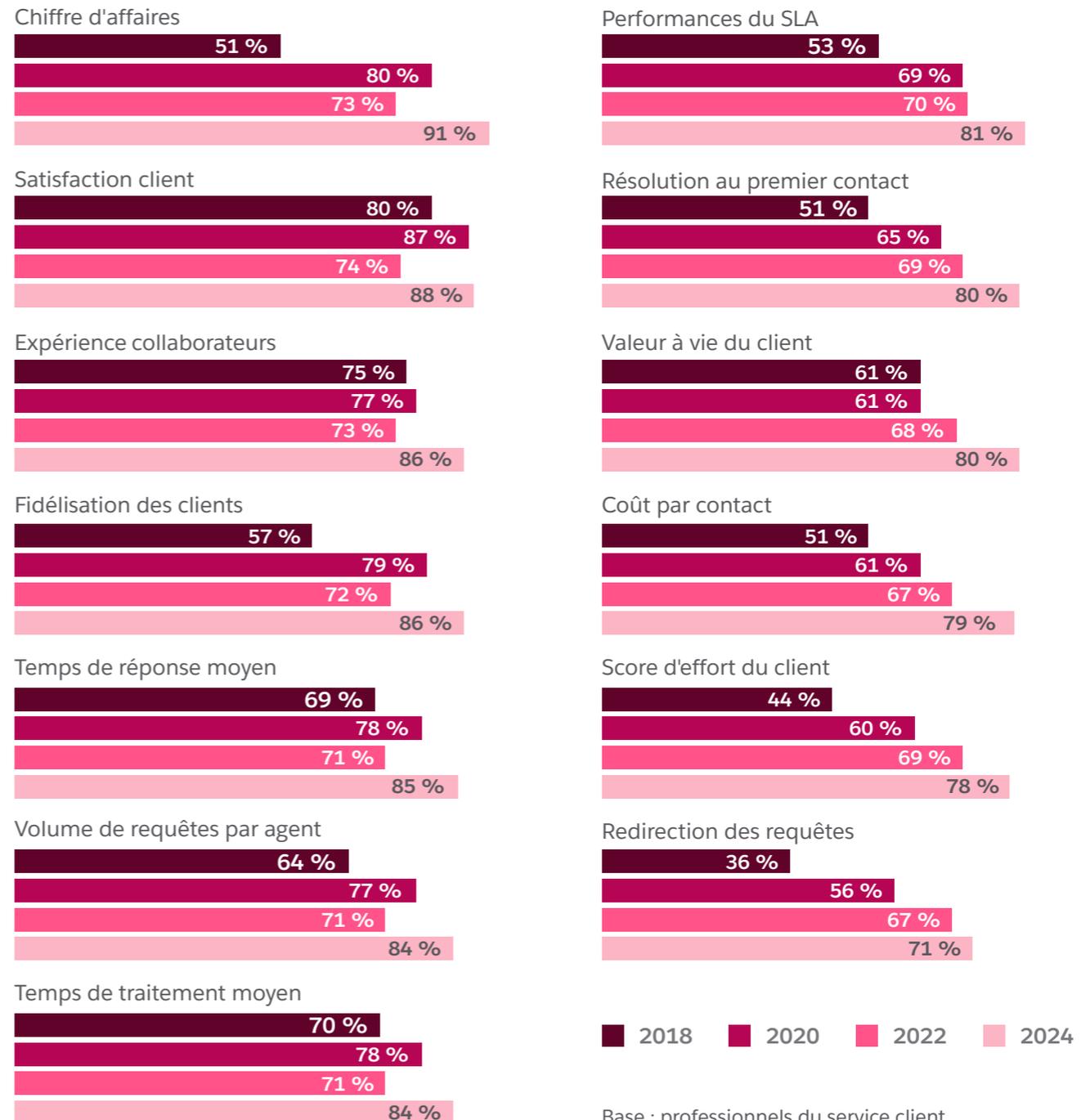
# Les indicateurs clés de performance montrent un intérêt croissant pour les métriques financières

En 2022, le nombre de services client qui mesuraient la redirection des requêtes a augmenté, ce qui indique que l'accent a été mis sur l'efficacité. Deux ans plus tard, la croissance du chiffre d'affaires rejoint la liste des indicateurs clés de performance populaires.

Par rapport à 2022, les entreprises suivent désormais plus de métriques dans l'ensemble. Les indicateurs clés de performance à la croissance la plus rapide sont liés aux résultats commerciaux tangibles. Par exemple, la part des services client qui suivent la génération de revenus a presque doublé depuis 2018, passant de 51 % à 91 %. Sur la même période, la part du suivi de la fidélisation des clients a augmenté de 29 points de pourcentage.

## Le chiffre d'affaires est la métrique dont le suivi a pris le plus d'importance

Pourcentage de services client analysant les métriques suivantes



## La génération de revenus devient une fonction de service

Les entreprises recherchent de nouvelles façons de stimuler la croissance et de protéger leurs marges. Nombre d'entre elles considèrent le service client comme une excellente opportunité.

Les agents et les techniciens de terrain sont proches des clients et ont des liens personnels avec eux. Le potentiel de ces professionnels est énorme ; ils peuvent influencer les décisions d'achat, suggérer de nouveaux abonnements ou des mises à niveau d'équipement et faire des recommandations proactives pour le service de suivi.

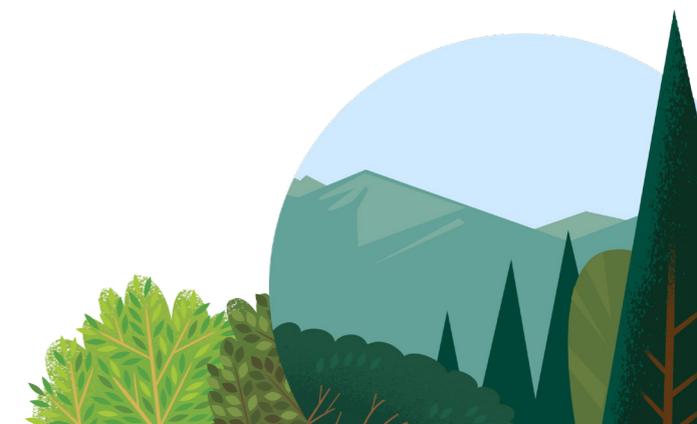
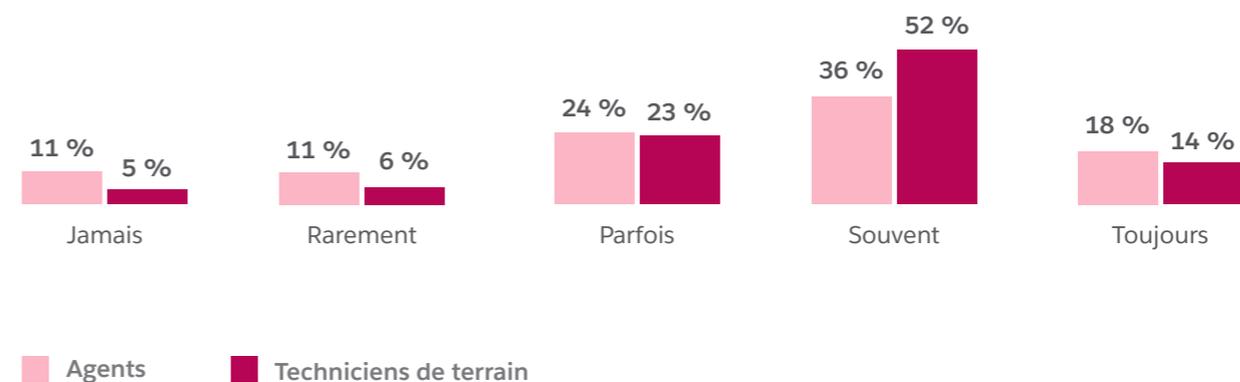
**En effet, 85 % des décideurs déclarent que le service client devrait contribuer à une plus grande part du chiffre d'affaires cette année.**

### Les entreprises tirent parti du service pour générer des revenus supplémentaires

#### Agents affirmant les énoncés suivants



#### Fréquence à laquelle les professionnels de service client suivants tentent de réaliser des ventes incitatives



02

# Le service client dépend des données de toute l'entreprise

Le processus d'achat peut être complexe et influencé par des points de contact répartis entre plusieurs équipes. La fluidité des partenariats avec les équipes commerciales et marketing est essentielle, car de plus en plus de clients s'attendent à avoir des interactions connectées et cohérentes.

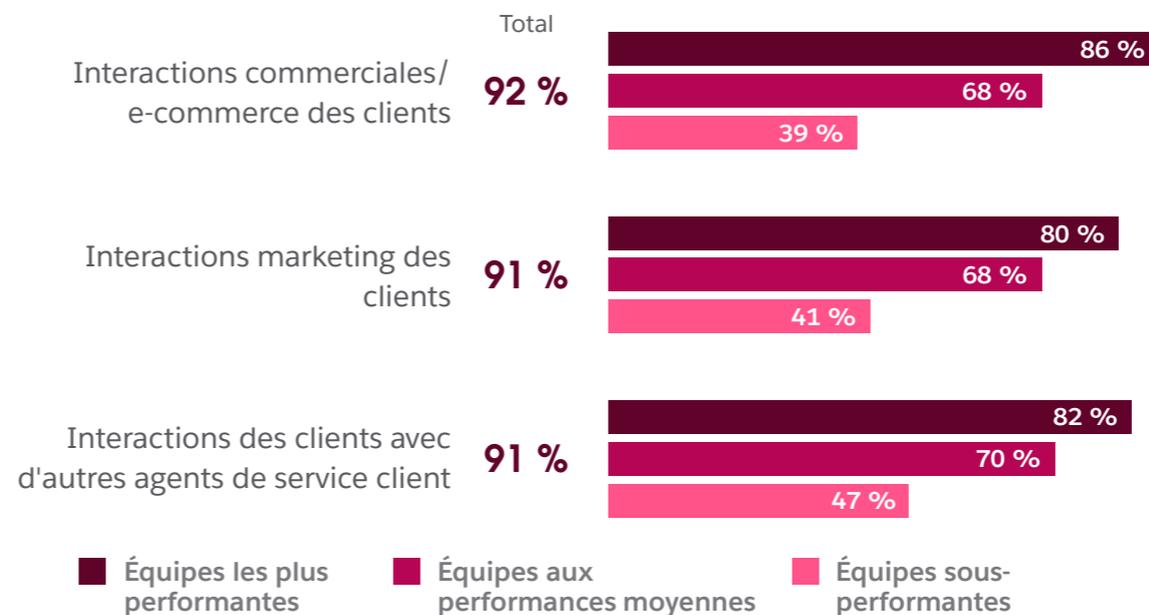
**En réalité, 79 % des clients exigent une cohérence entre les services, mais 56 % doivent souvent répéter les informations à différents représentants.\***

Alors que les agents des entreprises les plus performantes disposent d'une plus grande visibilité sur les données de vente, de marketing et de service client, plus d'un agent sur quatre ne dispose toujours pas de ces informations.

\* Rapport Salesforce « Focus sur le client connecté », août 2023

## Les entreprises les plus performantes bénéficient de données clients intégrées

Professionnels du service client affirmant que les agents disposent d'une vue complète et accessible de ce qui suit



**80 %**

des agents affirment qu'un meilleur accès aux données des autres services améliorerait leur travail.

**83 %**

des décideurs prévoient d'investir davantage dans l'intégration des données l'année prochaine.

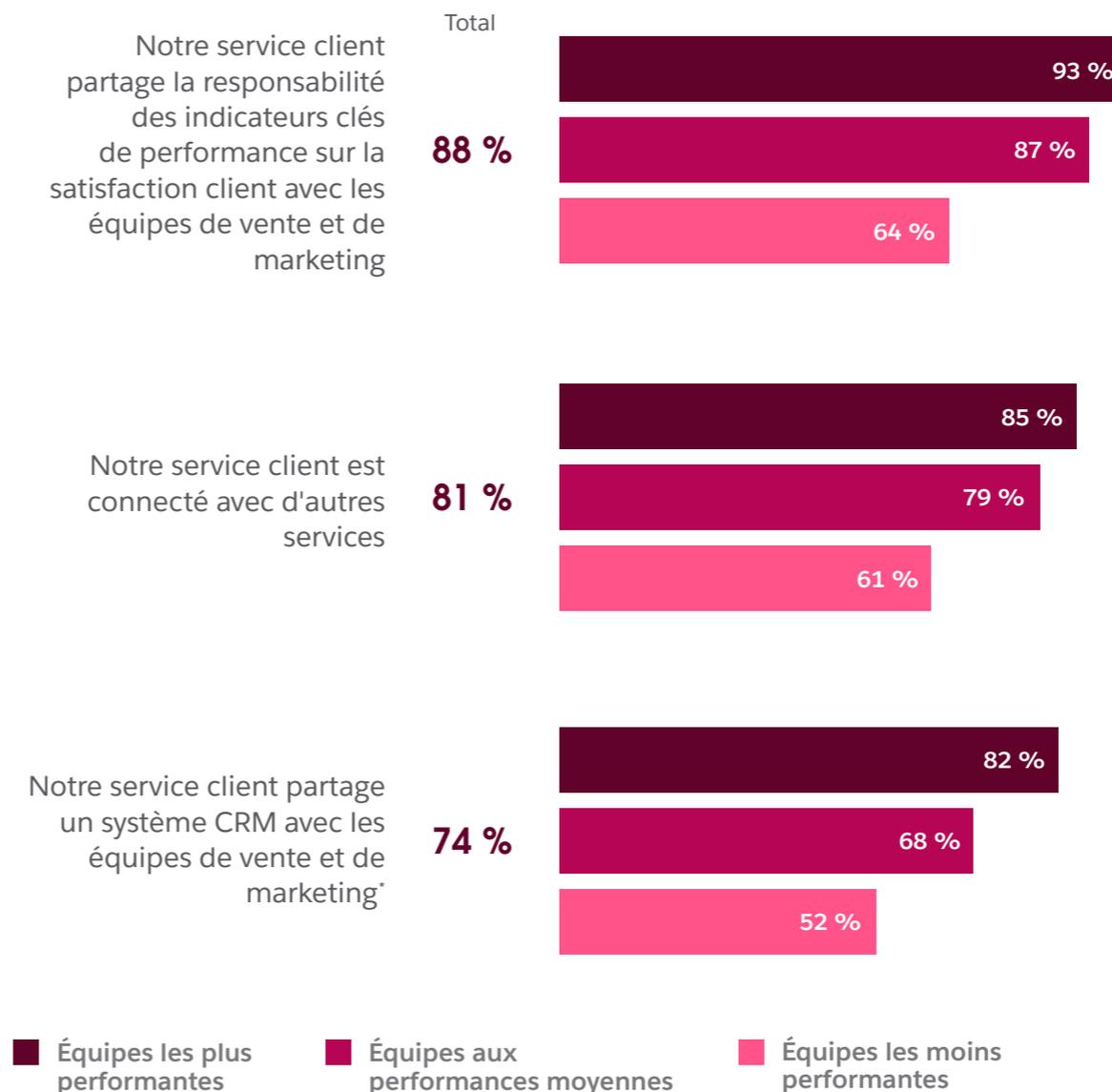
# Les entreprises s'efforcent d'offrir une expérience client cohérente

Les services client s'alignent plus étroitement sur les services de vente et marketing pour offrir une expérience client plus connectée. Par exemple, de nombreuses équipes connectent les systèmes de gestion de la relation client (CRM) et partagent la responsabilité des métriques comme le CSAT. Ces efforts permettent de mieux comprendre les interactions avec les clients dans toute l'entreprise, et donc de mieux répondre à leurs besoins.

L'expérience connectée est un facteur clé de différenciation. Les entreprises les plus performantes sont davantage connectées à d'autres services, et partagent leurs objectifs et leurs technologies avec les équipes de vente et de marketing.

## Les meilleurs services client s'alignent sur les ventes et le marketing

Professionnels du service client affirmant les énoncés suivants



\* Base : professionnels d'un service client doté d'un système CRM



## FOCUS : Technologies associées au service client de terrain

Les techniciens de terrain affirment que les technologies associées au service client de terrain les aident à se sentir plus en sécurité et plus efficaces dans leur travail. Ils n'en sont que meilleurs ambassadeurs de la marque.

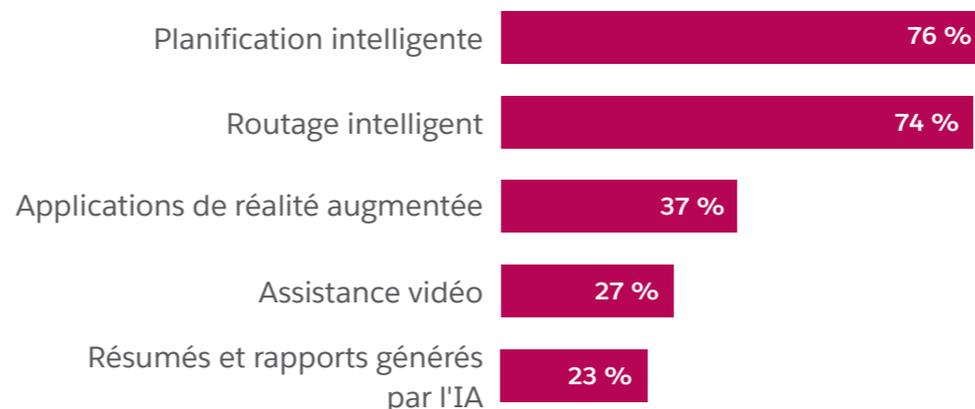
**D'ailleurs, 90 % des décideurs déclarent que leur entreprise investit dans des technologies spécialisées pour améliorer la productivité des techniciens de terrain.\***

Les technologies associées au service client de terrain les plus courantes sont la planification et le routage intelligents. Cependant, certaines entreprises utilisent la vidéo, les rapports générés par l'IA et la réalité augmentée, ce qui permet de créer un rendu 3D détaillé de grandes zones en quelques secondes.

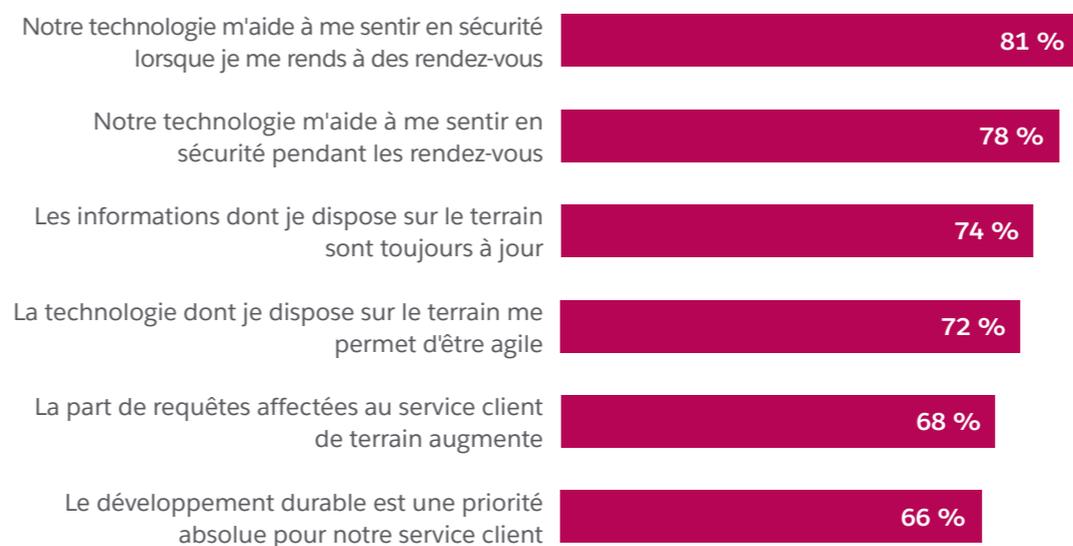
\* Base : décideurs d'entreprises employant des techniciens de terrain.

### Les technologies contribuent au sentiment de sécurité et à l'efficacité des techniciens de terrain

#### Techniciens de terrain disposant des fonctionnalités suivantes



#### Techniciens de terrain en accord avec les énoncés suivants



## 3

# Les entreprises se tournent vers l'IA et l'automatisation



Pouvez-vous m'aider à comprendre les différentes options d'Internet à domicile ?



#### Recommandation Einstein

Voici ce que j'ai trouvé sur les options d'Internet à domicile.

- [Forfaits Internet à domicile](#)
- [Fibre ou câble : Quelle option me convient ?](#)
- [Ai-je besoin de la 5G ?](#)

Générer un SMS ?

Oui

Non



Bien sûr, je serais ravi de vous aider.

Voici ce que j'ai trouvé sur les options d'Internet à domicile et d'autres informations utiles :

- [Forfaits Internet à domicile](#)
- [Fibre ou câble : Quelle option me convient ?](#)
- [Ai-je besoin de la 5G ?](#)

\*Conversation optimisée par Einstein



03

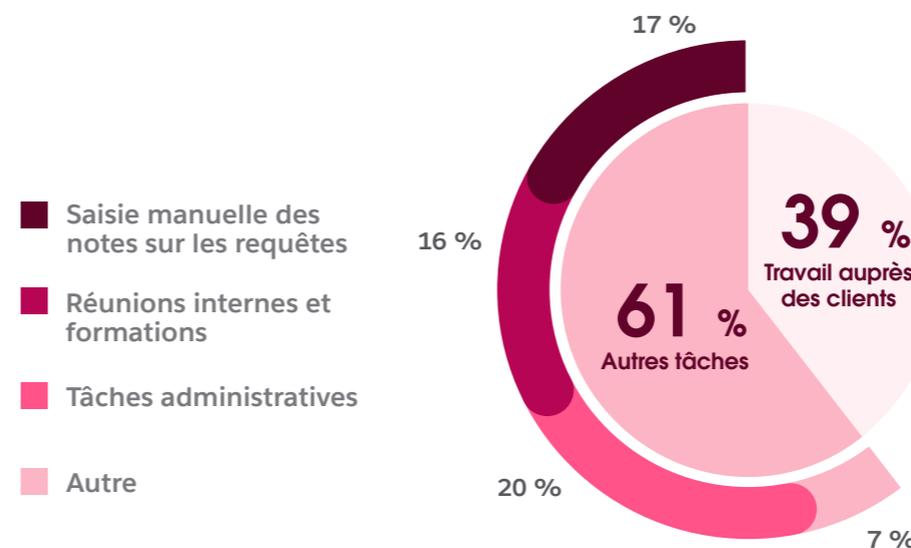
# Les processus manuels éloignent les agents des clients

Les processus inefficaces et les tâches manuelles monopolisent les agents et fragilisent l'expérience client. Les tâches administratives, les réunions internes et autres tâches banales occupent près des deux tiers de la journée de travail des agents.

Par ailleurs, les processus décousus constituent un autre obstacle à la productivité. Plus de la moitié des agents des entreprises les moins performantes doivent naviguer entre plusieurs écrans pour accéder aux informations dont ils ont besoin pour faire leur travail. Ce workflow fragmenté ralentit les agents et augmente le risque d'erreurs.

Près des deux tiers du temps, les agents ne travaillent pas au contact direct des clients

Répartition moyenne du temps des agents pendant la semaine



**Dans les entreprises les moins performantes, 58 % des agents passent d'un écran à l'autre pour trouver ce dont ils ont besoin, contre 36 % dans les entreprises les plus performantes.**

03

## Les entreprises visent l'efficacité face à des charges de travail plus lourdes

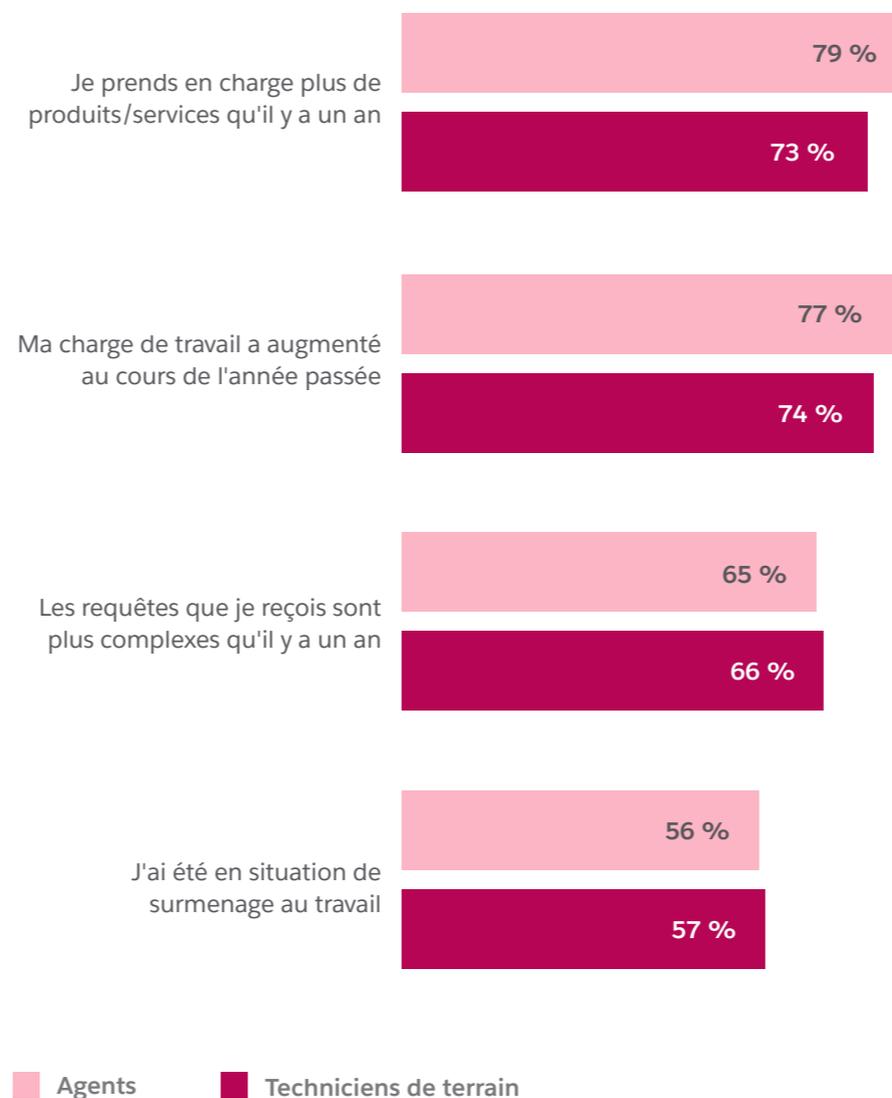
Les professionnels du service client ont des avis convergents. En réalité, 77 % des agents et 74 % des techniciens de terrain affirment que les charges de travail sont plus lourdes et plus complexes qu'il y a un an seulement. Plus de la moitié déclarent avoir été en surmenage, qu'ils travaillent dans un centre de contact ou sur le terrain.

Heureusement, les entreprises prennent des mesures pour résoudre ce problème. Si ces efforts portent leurs fruits, il se peut que cela affecte la capacité des entreprises à attirer et à retenir les collaborateurs performants.

**Parmi les responsables de service client, 69 % affirment que l'attrition des agents est un défi majeur ou modéré.**

### La complexité des requêtes et le nombre de produits pris en charge augmentent

Professionnels du service client affirmant les énoncés suivants



03

# Les investissements dans l'IA augmentent

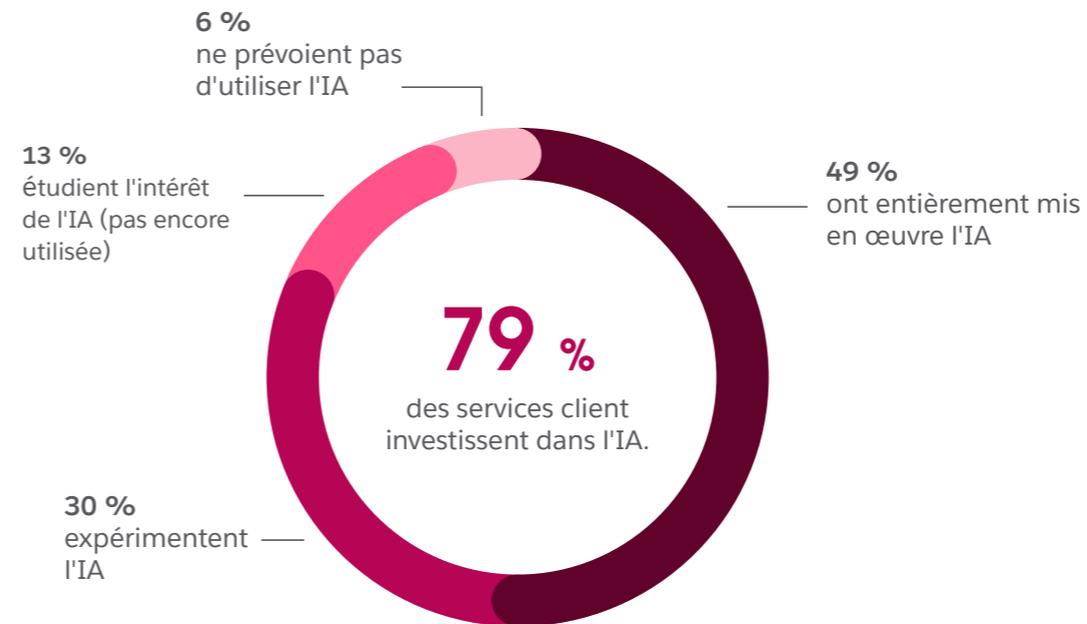
La plupart des services client investissent dans l'IA. Parmi eux, 83 % des décideurs prévoient d'augmenter cet investissement l'année prochaine, tandis que seulement 6 % n'ont pas de plan de mise en œuvre de cette technologie.

Depuis des années, les entreprises utilisent l'IA prédictive pour des tâches telles que la suggestion des meilleures mesures à prendre et l'analyse des tendances. Désormais, l'IA générative crée du contenu original comme du texte, des images et des vidéos à l'aide de grands modèles de langage. C'est peut-être la raison pour laquelle l'IA générative gagne rapidement du terrain malgré son caractère récent.

**Au total, 24 % des collaborateurs de service client ont utilisé l'IA générative.\***

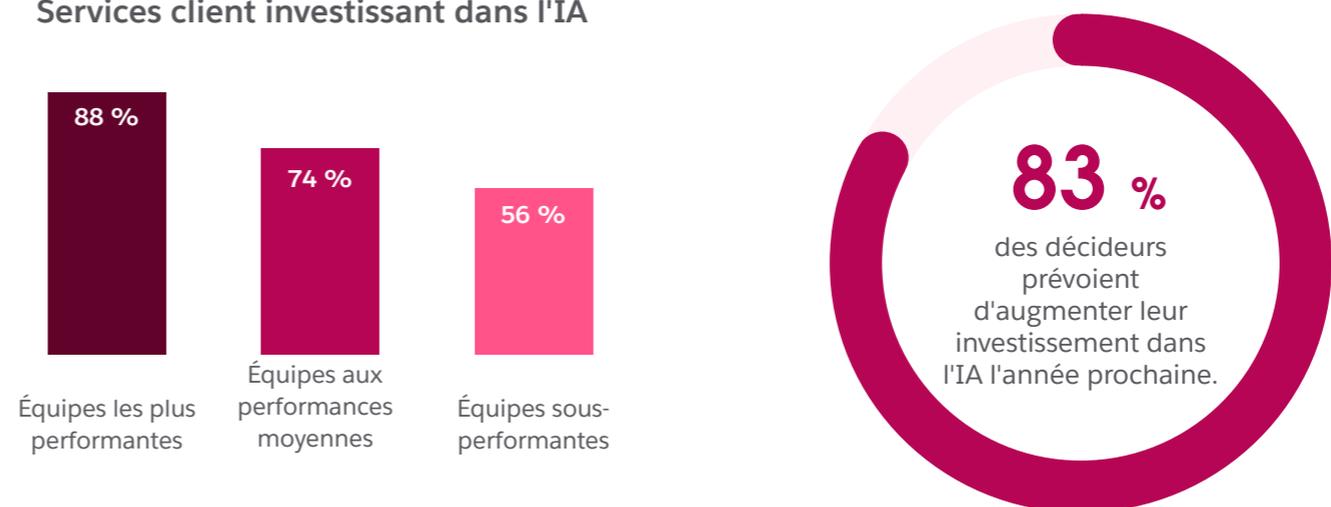


## La majorité des équipes prévoient d'augmenter leur investissement dans l'IA



Base : professionnels du service client

## Services client investissant dans l'IA



03

# L'automatisation résout les tâches simples afin que les agents puissent se concentrer sur la stratégie

Les services client se tournent vers l'automatisation et l'IA en quête d'efficacité.

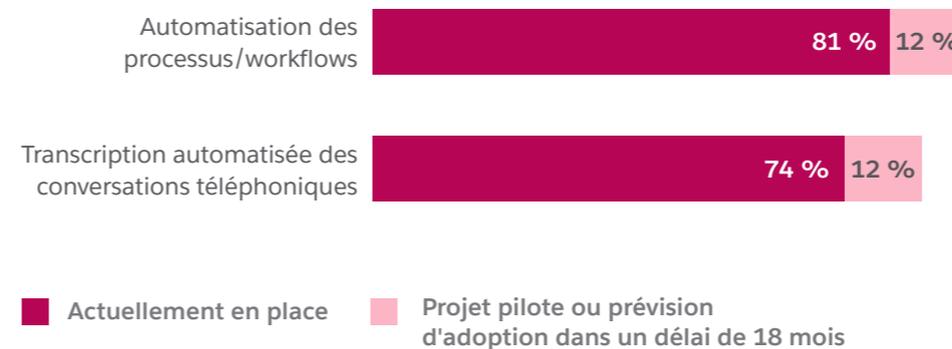
Presque toutes les entreprises ont investi dans l'automatisation des workflows. Les projets d'investissements supplémentaires témoignent de la confiance dans la capacité de ces technologies à stimuler la productivité.

**Plus précisément, 83 % des décideurs prévoient d'augmenter leurs investissements dans l'automatisation l'année prochaine.**

Le gain de temps est le principal avantage de l'automatisation des workflows. En outre, la plupart des utilisateurs de l'automatisation attribuent à cette technologie le mérite d'avoir réduit le nombre d'erreurs de travail, leur permettant ainsi de consacrer plus de temps aux clients.

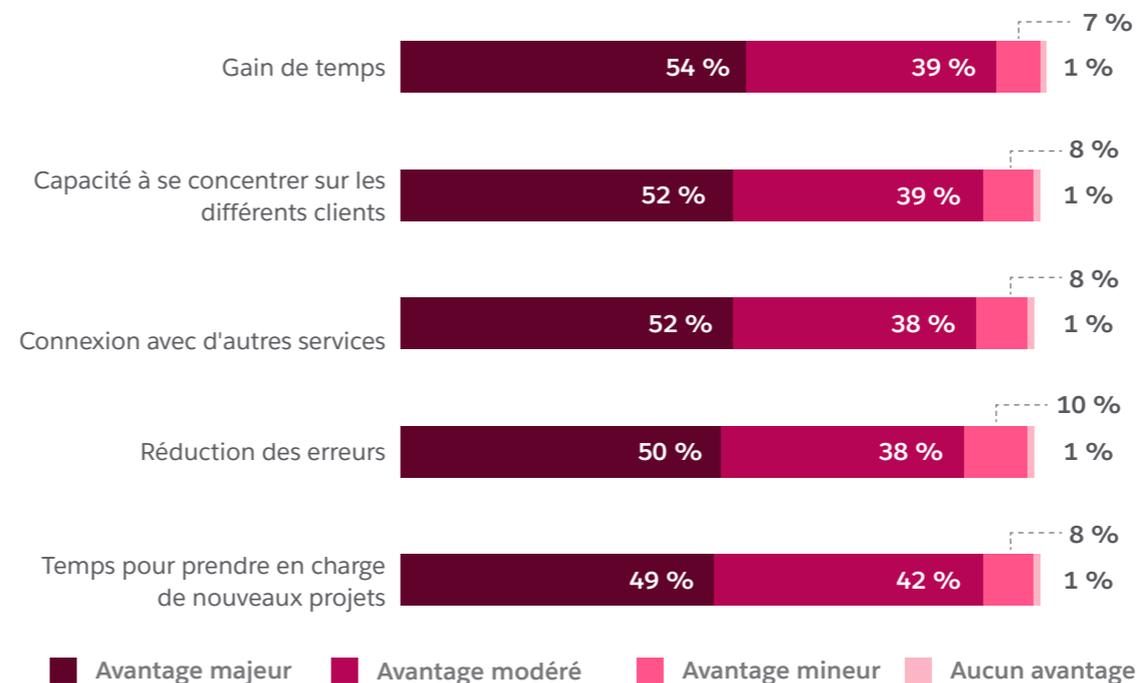
## L'automatisation libère du temps pour se concentrer sur les clients

Services client dotés des éléments suivants ou prévoyant de s'en doter



Base : professionnels du service client

## Avantages déclarés de l'automatisation



Base : professionnels du service client dans les organisations utilisant l'automatisation



## FOCUS : L'IA exige des données fiables

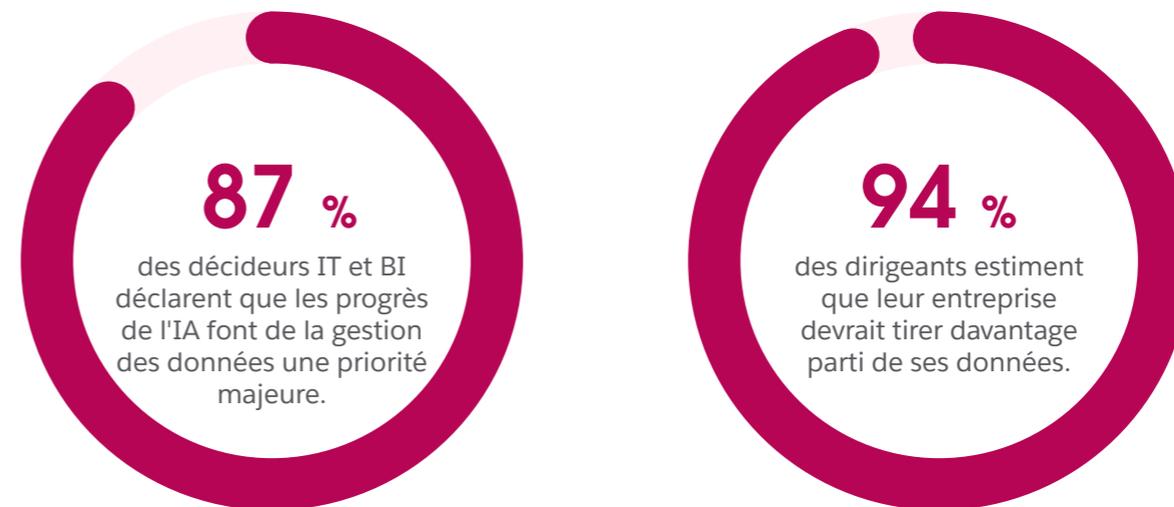
Faire confiance à l'IA, c'est faire confiance aux données qui l'alimentent. Les services client voient plus de possibilités d'amélioration sur ce front que leurs homologues d'autres services.

**En effet, 92 % des décideurs IT et BI affirment que le besoin de données fiables est plus important que jamais.**

Les personnes les plus proches des données sont les plus confiantes quant à la fiabilité de ces dernières (par ex. équipes chargées des données et de l'analytique). Ce niveau de confiance est moins répandu chez les décideurs métiers, ce qui révèle une opportunité d'inspirer davantage confiance dans les données de marketing, de vente et de service client, et, par extension, davantage confiance dans la précision de l'IA.

Les données de cette page proviennent du rapport Salesforce intitulé Focus sur les data et l'analytique.

### Les dirigeants soulignent le besoin d'améliorer la gestion des données



### Les services ont une confiance totale dans la précision des données



# L'IA est associée à un meilleur service client

Le plus souvent, les services client utilisent l'IA à travers des assistants intelligents en contact direct avec les clients. D'autres cas d'utilisation courants incluent la génération de réponses de service client et la suggestion d'offres et de recommandations intelligentes.

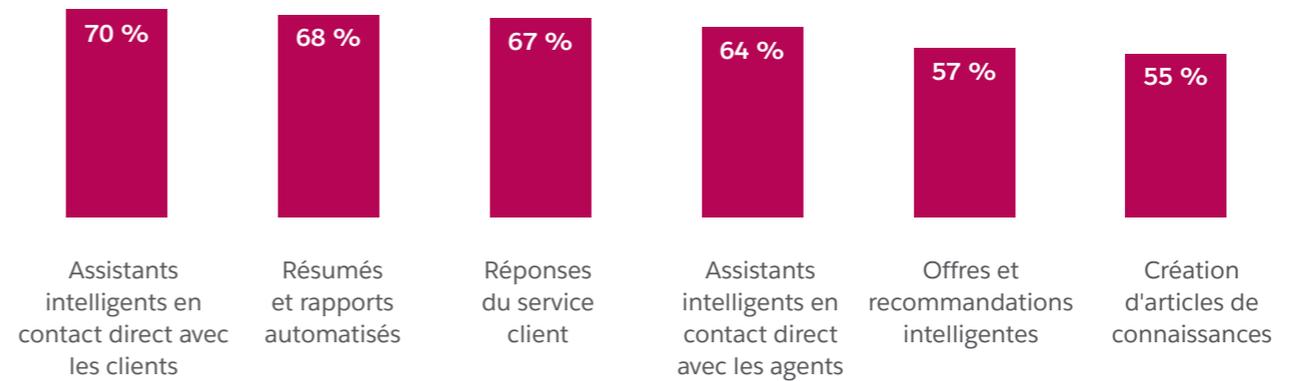
Les avantages sont évidents : plus de neuf entreprises sur dix utilisant l'IA font état d'économies de temps et d'argent. Les professionnels du service client sont particulièrement optimistes quant à cette technologie. En effet, presque tous s'accordent à dire que l'IA générative, en particulier, aidera leurs entreprises à améliorer leur service client.

“ Les mises en œuvre de technologies de pointe visent à simplifier la vie de mes agents, par exemple l'utilisation de l'IA pour suggérer une réponse appropriée en temps réel via la messagerie instantanée ou pour suggérer la meilleure mesure à prendre par les agents. »

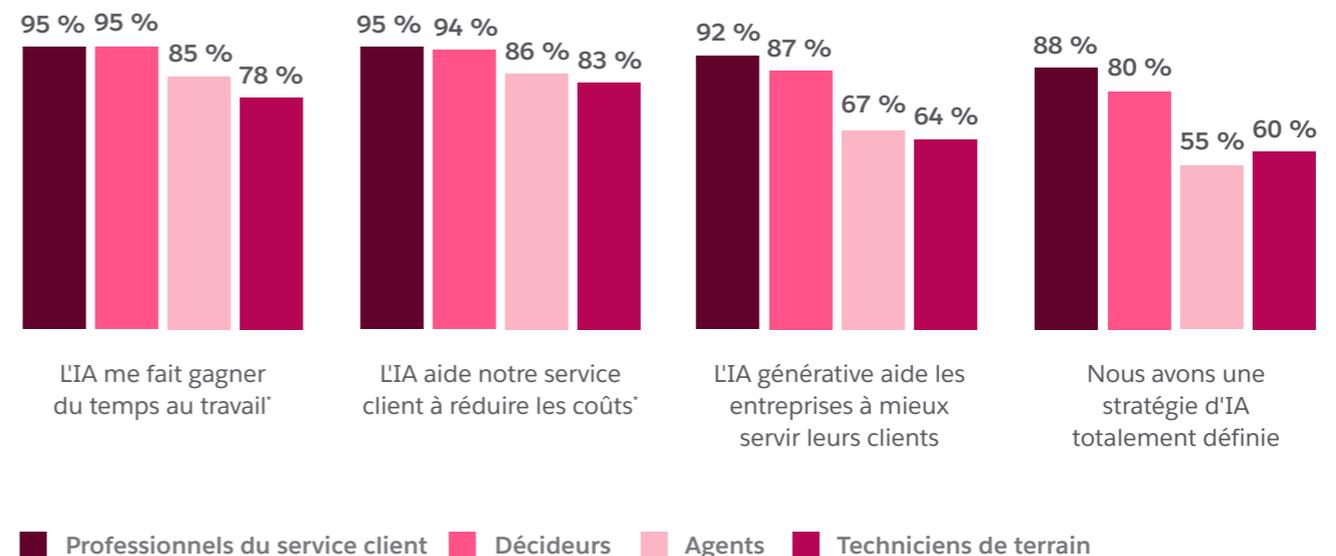
**JOSH RAY**  
ANALYSTE DES SYSTÈMES D'ENTREPRISE LIÉS À  
L'EXPÉRIENCE CLIENT

## L'IA améliore l'expérience client, fait gagner du temps et réduit les coûts

Comment les services client utilisent l'IA\*



## Professionnels du service client affirmant les énoncés suivants



\* Base : entreprises investissant dans l'IA



03

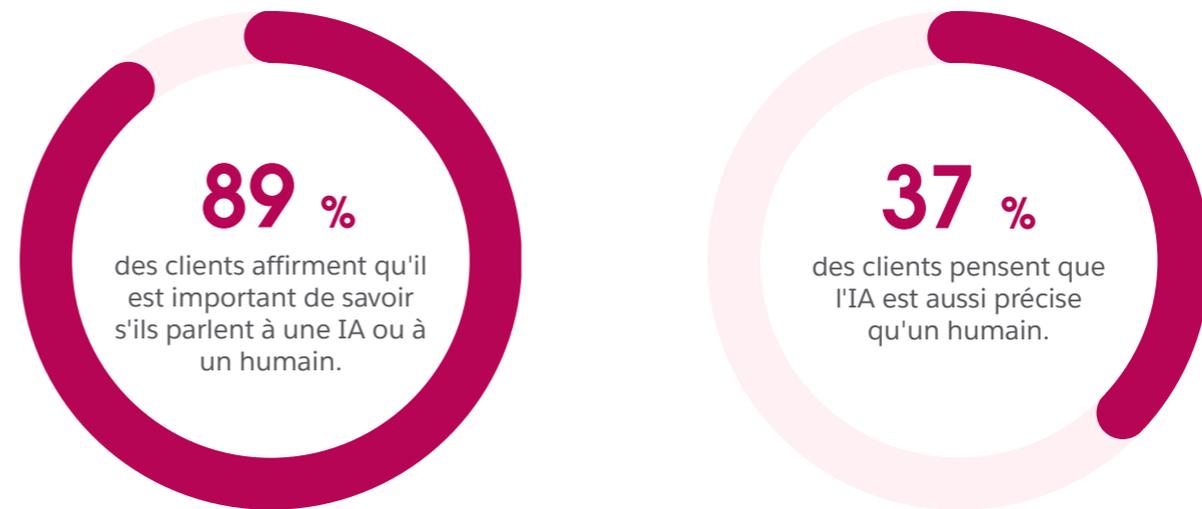
## Le lien humain renforce la confiance à mesure que la technologie évolue

Même si les capacités de l'IA et de l'automatisation sont prometteuses, il est important de se rappeler que ces technologies ne peuvent pas remplacer les travailleurs de première ligne. En revanche, l'IA et l'automatisation donnent aux collaborateurs le temps et les outils nécessaires pour exploiter leur plein potentiel.

**Dans le secteur du service client, 92 % des professionnels affirment qu'il est de plus en plus important d'entretenir les relations avec les clients.**

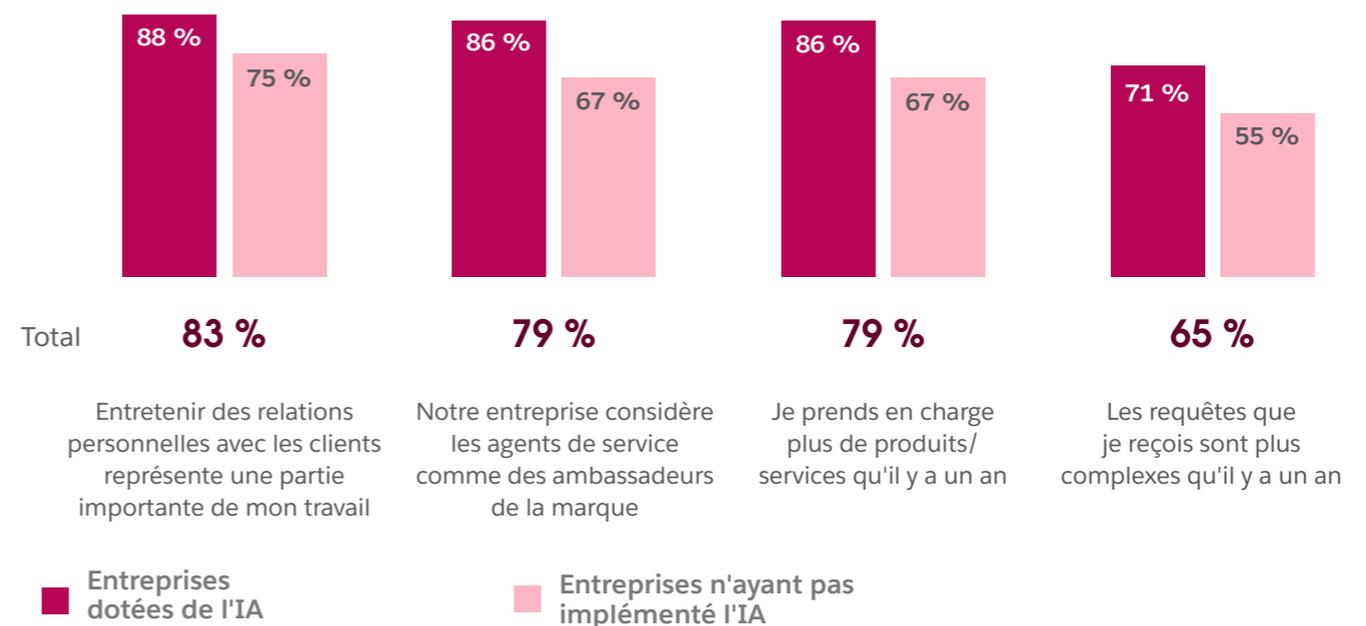
Les collaborateurs des entreprises dotées de l'IA ont une plus grande marge de manœuvre pour traiter des requêtes complexes et prendre en charge une large gamme de produits. Alors que la technologie excelle dans l'optimisation des processus et la résolution de requêtes simples, les collaborateurs de première ligne sont des experts polyvalents qui font preuve de sensibilité quand ils interagissent avec les clients, établissant ainsi des relations de confiance que l'IA ne pourrait pas établir à elle seule.

**Les collaborateurs s'attaquent à des tâches plus stimulantes dans les entreprises dotées de l'IA**



« Focus sur le client connecté », Salesforce, août 2023

**Agents affirmant les énoncés suivants**



# L'IA autonome : la prochaine évolution du service client proactif

Ce n'est que récemment que l'IA générative a pris le monde d'assaut, et pourtant une nouvelle vague est déjà en train de déferler : l'IA autonome.

Si l'IA générative peut créer du contenu nouveau basé sur une invite, l'IA autonome, elle, exécutera des tâches sans intervention humaine.

Par exemple, si un client souhaite organiser un voyage au Mexique, un chatbot autonome ne se contentera pas de lui proposer des recommandations de services intelligentes. À la place, il prendra des mesures concrètes pour le compte du client, comme consulter des sites Web, planifier, voire réserver des billets.

“ Dans la transition de l'IA qui génère du contenu à l'IA qui agit, la confiance devient encore plus cruciale. C'est pourquoi votre IA doit s'appuyer sur des données clients, des connaissances et des politiques de service fiables. En réalité, la révolution de l'IA est une révolution des données. »



**RYAN NICHOLS**  
DIRECTEUR PRODUITS,  
SALESFORCE SERVICE CLOUD

## La transformation de l'IA

### IA prédictive

Utilise les données historiques pour reconnaître des modèles au fil du temps

### IA générative

Crée du nouveau contenu basé sur les invites utilisateur

### IA autonome

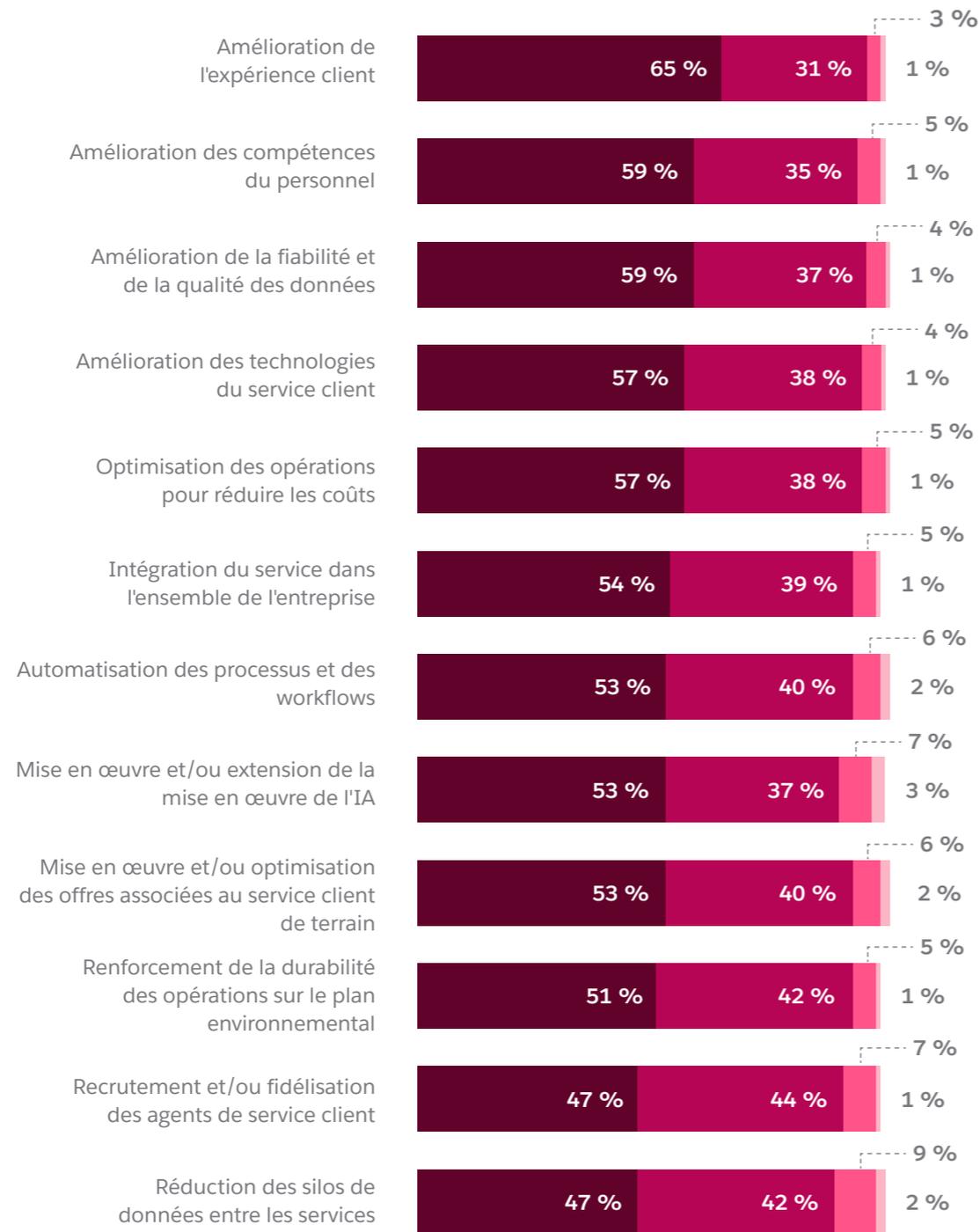
Effectue des tâches sans intervention humaine



# Annexes

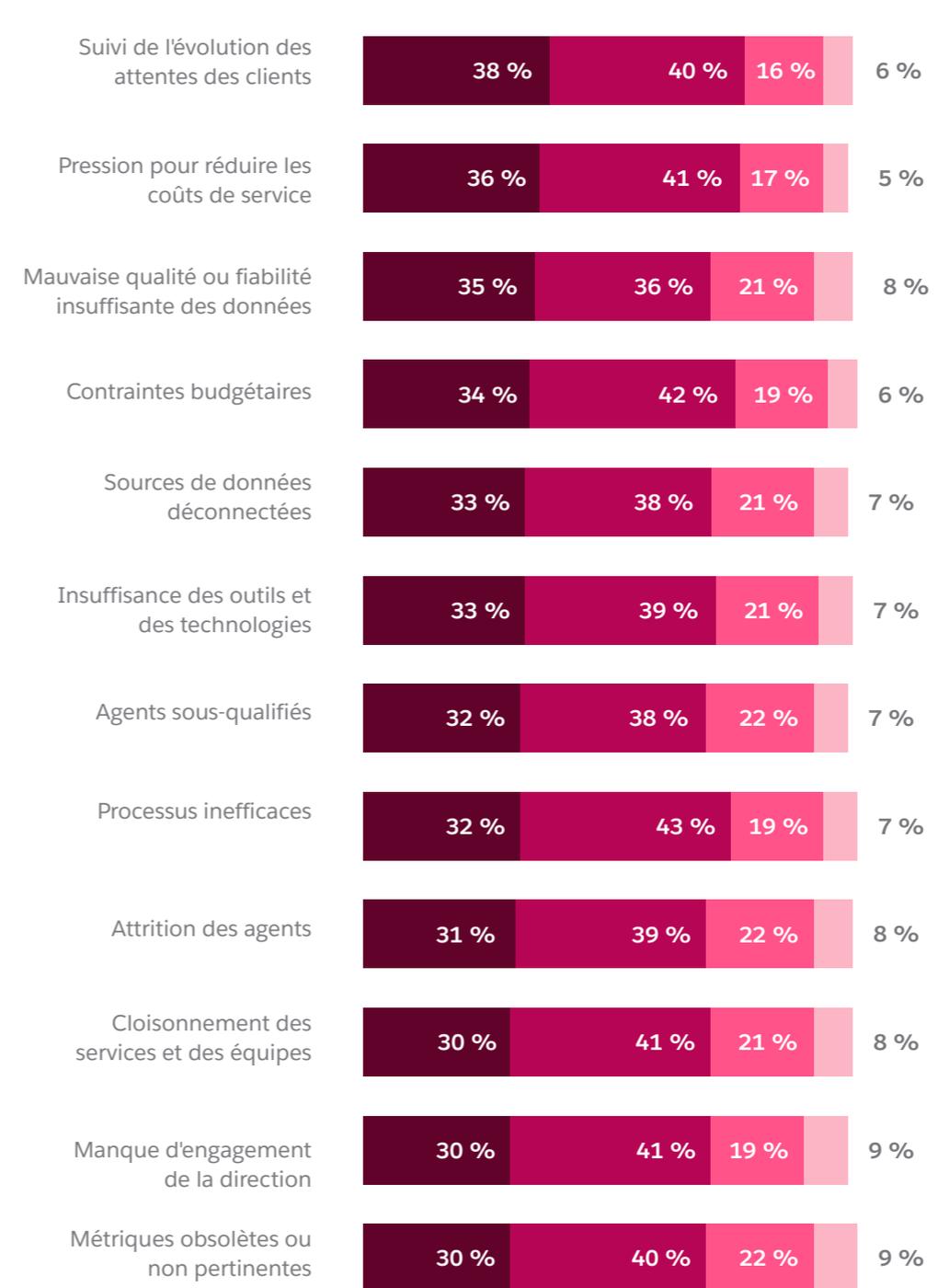


### Priorités du service client



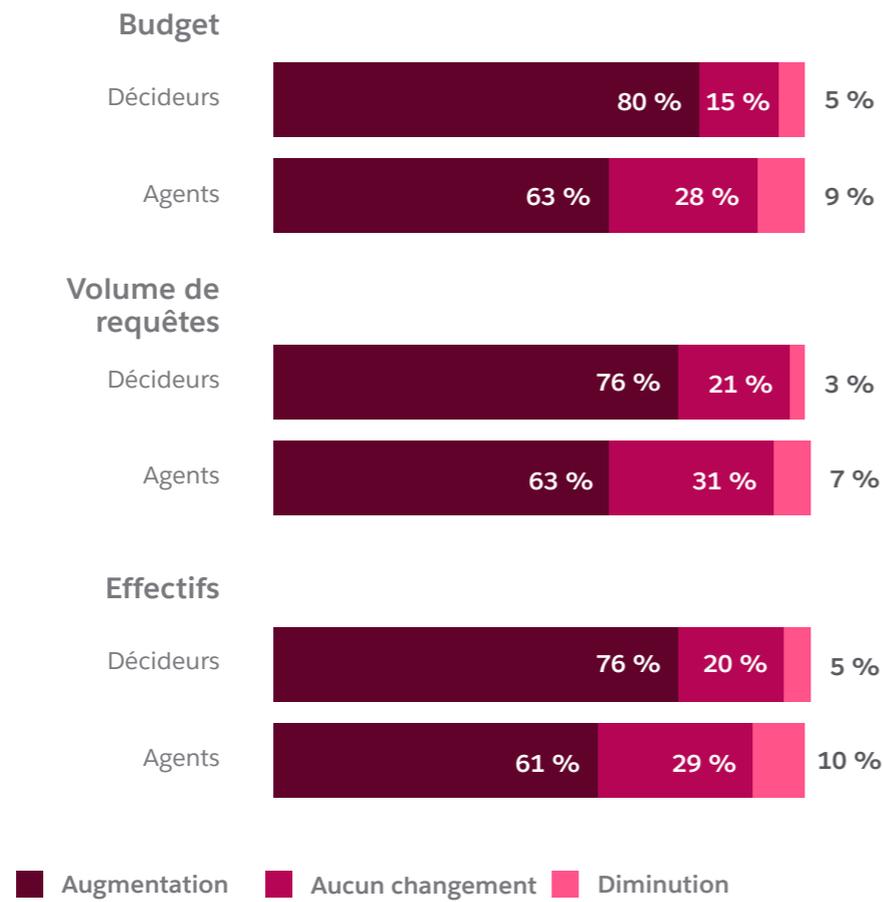
■ Priorité élevée ■ Priorité modérée ■ Priorité mineure ■ Pas une priorité

### Défis du service client



■ Défi majeur ■ Défi modéré ■ Défi mineur ■ Pas du tout un défi

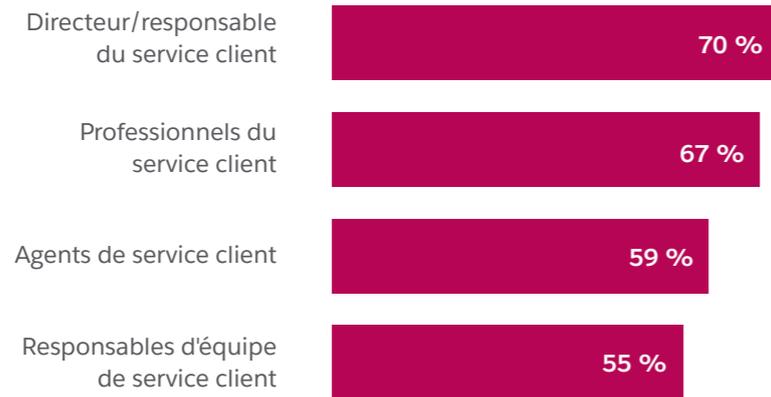
### Évolution prévue des éléments suivants au cours de l'année prochaine



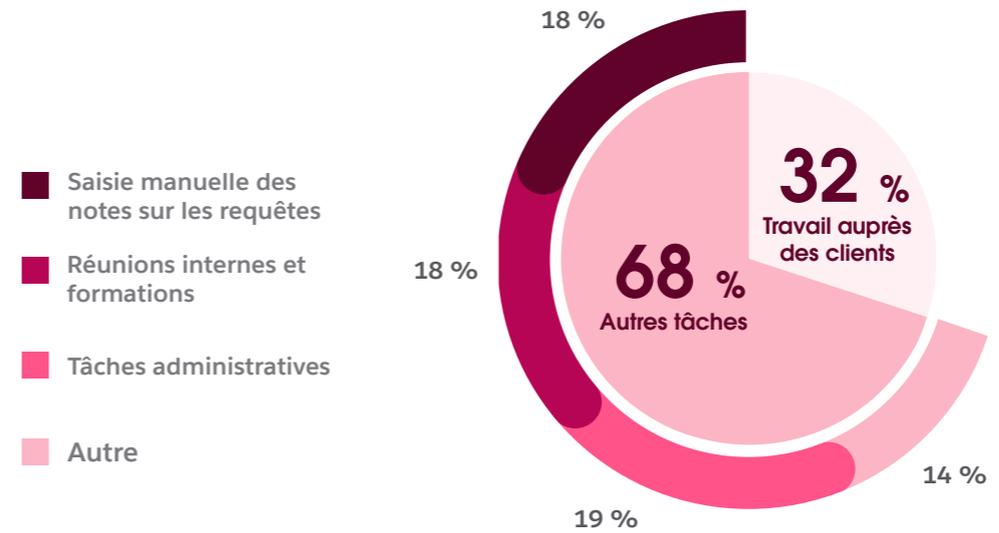
### Professionnels du service client affirmant les énoncés suivants



### Professionnels du service client affirmant que leur entreprise répond aux problèmes de service de manière proactive



### Répartition moyenne du temps des techniciens de terrain pendant la semaine



# Données démographiques



# Données démographiques

## Pays

Afrique du Sud .....	4 %
Allemagne .....	5 %
Australie .....	5 %
Belgique .....	2 %
Brésil .....	5 %
Canada .....	5 %
Chili .....	3 %
Colombie .....	3 %
Danemark .....	<1 %
Émirats arabes unis .....	2 %
Espagne .....	4 %
États-Unis .....	9 %
Finlande .....	1 %
France .....	5 %
Inde .....	5 %
Indonésie .....	3 %
Irlande .....	2 %
Italie .....	4 %
Japon .....	5 %
Mexique .....	5 %
Norvège .....	1 %
Nouvelle-Zélande .....	1 %
Pays-Bas .....	3 %
Philippines .....	4 %
Pologne .....	4 %
Portugal .....	2 %

Royaume-Uni .....	5 %
Singapour .....	2 %
Suède .....	1 %
Suisse .....	2 %

## Secteur d'activité

Administration publique .....	2 %
Architecture, ingénierie et construction...9 %	
Automobile .....	6 %
Autre .....	2 %
Biens de consommation .....	7 %
Chaîne d'approvisionnement et logistique .....	4 %
Communications .....	5 %
Énergies et fournisseurs .....	6 %
Industrie manufacturière .....	5 %
Logistique .....	4 %
Médias et divertissement .....	3 %
Organismes à but non lucratif .....	5 %
Santé .....	7 %
Sciences de la vie et biotechnologie .....	4 %
Services financiers .....	7 %
Services professionnels et commerciaux...9 %	
Technologie .....	9 %
Vente au détail .....	7 %
Voyages et hôtellerie .....	4 %

## Rôle au sein du service client

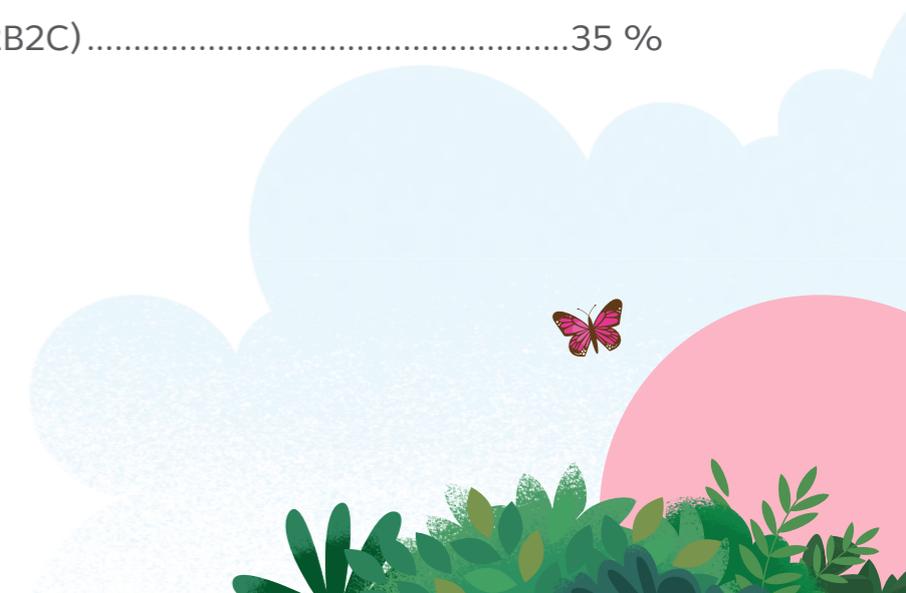
Professionnel du service client .....	32 %
Agent de service .....	24 %
Technicien de terrain .....	3 %
Responsable ou directeur de service...31 %	
Responsable/chef de service .....	9 %

## Taille de l'entreprise

Petites et moyennes entreprises (21 à 100 collaborateurs) .....	30 %
Entreprises de taille moyenne (101 à 3 500 collaborateurs) .....	50 %
Grandes entreprises (plus de 3 500 collaborateurs) .....	20 %

## Type d'entreprise

Business-to-business (B2B) .....	20 %
Business-to-consumer (B2C) .....	44 %
Business-to-business-to-consumer (B2B2C) .....	35 %



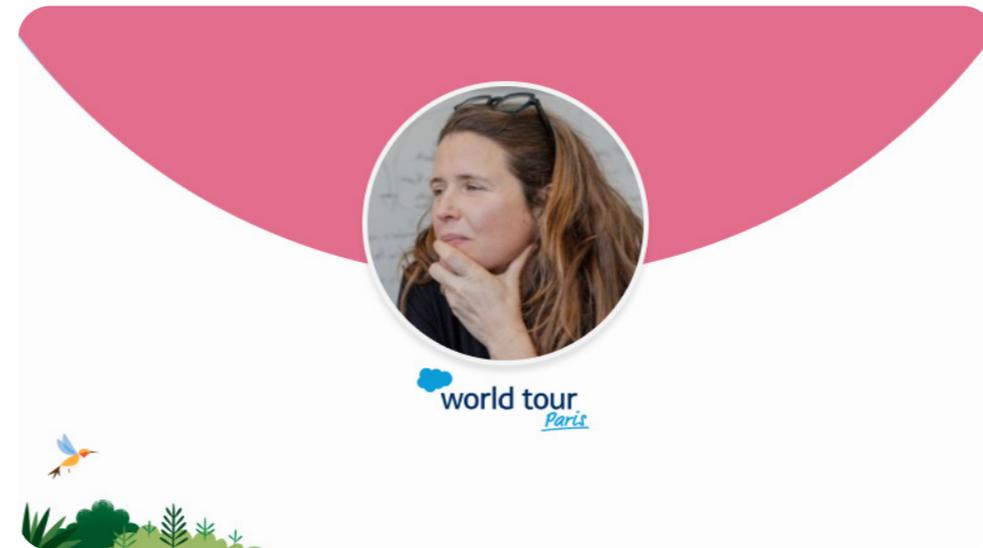
## Envie d'en savoir plus ?



### Centre de contenu Serviceblazer

Transformez votre support client grâce à ces ressources utiles.

[DÉCOUVRIR MAINTENANT >](#)



### Réimaginer le service client à l'ère de l'IA

Découvrez le replay de la session Service Cloud du World Tour Paris 2024.

[DÉCOUVRIR LE REPLAY >](#)

**Regardez tout de suite toutes nos démos**

Découvrez toutes les options de support du Service Cloud.

Le support client se dirige rapidement vers de nouveaux horizons. Outre les centres d'appels traditionnels, découvrez [comment des ressources telles qu'un portail self service Web, une base de connaissances et les communautés](#) aident les agents à résoudre les problèmes plus rapidement.

Appelez-nous au 0-800-908-534.

Inscrivez-vous et découvrez nos démos gratuites

Veuillez remplir tous les champs.

Prénom  Nom

Fonction  Adresse électronique

Société  Employés

Téléphone  Pays / Région

Oui, je souhaite recevoir les communications commerciales concernant les produits, services et événements Salesforce. Je peux me désabonner de la liste d'envoi à tout moment.

En vous inscrivant, vous confirmez accepter le traitement de vos données personnelles par Salesforce, conformément à la Déclaration de confidentialité.

[VOIR LES DÉMOS](#)

### Démonstrations Service Cloud

Offrez un service client de qualité, où que vous soyez, avec Service Cloud de Salesforce !

[REGARDER LES DÉMOS >](#)





Les renseignements du présent rapport sont fournis uniquement à des fins de commodité pour nos clients et sont communiqués à titre informatif. Leur publication par Salesforce ne reflète pas nécessairement son point de vue. Salesforce ne garantit pas l'exactitude ni l'exhaustivité de tout renseignement, texte, élément graphique, lien ou autre élément contenu dans le présent guide. Salesforce ne garantit pas l'obtention de résultats spécifiques en suivant les conseils fournis dans ce rapport. Nous vous recommandons de vous adresser à un spécialiste (avocat, comptable, architecte, consultant ou ingénieur) pour obtenir des conseils précis et adaptés à votre situation.