outsourcia
Customer Obsession



« L'ENJEU N'EST PLUS D'AJOUTER DE L'IA, MAIS D'ORCHESTRER UN VÉRITABLE ÉCOSYSTÈME »

STÉPHANE RÉBERT
DIRECTEUR COMMERCIAL GROUPE

Pour Outsourcia, l'intelligence artificielle ne se résume pas à une succession d'outils. Elle doit s'inscrire dans une approche globale, pensée pour renforcer à la fois l'expérience client, le rôle des collaborateurs et la performance opérationnelle. Explications avec Stéphane Rébert, Directeur Commercial Groupe.

Les annonces autour de l'IA se multiplient. Selon vous, qu'est-ce qui différencie un simple usage de l'IA d'un véritable écosystème au service de la relation client ?
Beaucoup d'entreprises expérimentent aujourd'hui des briques technologiques : un chatbot, un outil d'analyse de conversations ou un assistant de rédaction. C'est une première étape, mais la vraie transformation commence lorsque l'on relie ces différents éléments au sein d'un même écosystème. L'IA peut intervenir avant, pendant et après l'interaction : pour préparer un échange, assister le conseiller en temps réel, analyser les conversations ou identifier des pistes d'amélioration. L'objectif n'est pas d'empiler des outils, mais de faire travailler ensemble les données, les technologies et les équipes afin de créer davantage de valeur. Et cela suppose une conviction forte : l'IA se construit avec les collaborateurs, jamais au-dessus d'eux. Les agents restent les décisionnaires, l'intelligence artificielle est un outil d'aide à la décision.

Quels bénéfices concrets les entreprises retirent-elles de cette approche ?
Les effets sont rapides et très opérationnels. Les conseillers sont plus disponibles parce qu'ils consacrent moins de temps aux tâches répétitives. Les délais de traitement diminuent et la qualité des réponses progresse grâce à une meilleure contextualisation des échanges. L'IA permet aussi d'exploiter beaucoup plus vite les enseignements issus des interactions clients et d'affiner le pilotage des opérations. Elle ouvre également de nouvelles perspectives, comme l'extension des plages de service ou la gestion fluide des échanges multilingues grâce aux technologies de traduction en temps réel. Des outils d'analyse de la voix du client, de contrôle qualité, d'assistance managériale ou de pilotage des ressources permettent ainsi de transformer la donnée en actions concrètes.

Quels sont aujourd'hui les principaux défis pour les entreprises qui souhaitent accélérer sur l'IA ?
Le premier sujet reste la donnée. Sa qualité, sa structuration et sa pérennité sont essentielles pour obtenir des résultats fiables dans la durée. Mais l'autre enjeu majeur est humain. Une transformation réussie passe nécessairement par l'accompagnement des équipes, l'expérimentation et l'acculturation. C'est précisément l'objectif de notre OutsourcIA Lab, lancé en 2024 : tester rapidement les usages, mesurer leur valeur et déployer les solutions qui apportent un bénéfice concret aux collaborateurs comme aux clients.

À quoi ressemblera la relation client performante de demain ?
Elle sera plus fluide, plus personnalisée et plus proactive. Les entreprises disposeront d'une meilleure capacité à anticiper les attentes grâce à l'exploitation des données en temps réel. Les conseillers, eux, seront augmentés par des outils capables de leur apporter les bonnes informations au bon moment. Mais, au fond, le véritable enjeu restera le même : créer des liens durables entre les marques et leurs clients. L'innovation n'a de sens que lorsqu'elle renforce la qualité de la relation humaine ●