

» Innover pour une relation client élargie



Michel CORDIER
Directeur technique
DOCAPOST



Stéphane INGRASSIA
Directeur Marketing stratégique
DOCAPOST

L'accélération des interactions clients invite les fournisseurs de services aux entreprises à penser aux clients de leurs clients dans une perspective B2B2C et à innover en conséquence, de manière transversale et collaborative.

L'évolution des usages et des technologies a entraîné un profond bouleversement pour les entreprises comme pour les services publics et les collectivités. Jusqu'à il y a encore quelques années, il existait deux catégories très distinctes d'échanges : ceux entre les entreprises ou les services publics, dans un modèle « business to business » ou « organisation à organisation », et les entités dont la vocation est de s'adresser directement au grand public. Innover, c'est d'abord reconnaître que cette frontière a aujourd'hui disparu. Les entreprises comme les administrations doivent désormais collaborer entre elles pour offrir au client ou à l'utilisateur final l'expérience qu'il attend. Quelle que soit la place que l'organisation occupe dans la chaîne de valeur, fournisseur de services, délégataire ou partenaire, elle ne peut plus faire l'économie de penser au client de son client.

LA RELATION CLIENT ACCÉLÉRERA ENCORE

Il y a plusieurs raisons à cela. Les premières tiennent à l'influence des géants du numérique (GAFA, Google-Apple-Facebook-Amazon) qui ont su avant les autres exploiter l'engouement du public pour les smartphones.



Les technologies numériques leur ont permis de concevoir des expériences utilisateurs plus simples, plus fluides et plus personnalisées. Ces innovations ont considérablement facilité la capacité de l'utilisateur ou le client/usager final à entrer en contact avec les entreprises ou les services publics, sans toutefois faire

disparaître le besoin du contact humain pour les situations particulières.

D'ores et déjà, cette évolution de la relation client/usager entre dans une nouvelle phase d'accélération, avec l'adoption grandissante des robots conversationnels (chatbots) et les perspectives ouvertes par les interfaces vocales.

DU TRANSACTIONNEL AU CONVERSATIONNEL

Mais à quoi sert d'accéder rapidement à un service si l'on doit attendre la réponse aussi longtemps qu'auparavant ? Ce défi résume tout l'enjeu du changement de posture des échanges



interorganisations. Pour satisfaire cette attente d'accélération, ces dernières doivent s'engager dans la transformation de leurs processus internes. Il s'agit de fluidifier les traitements administratifs ou techniques (back office) pour permettre ces parcours « sans couture » attendus par le client ou usager. De l'ère transactionnelle, la révolution numérique nous fait passer à l'ère conversationnelle.

INNOVER, C'EST COLLABORER

Innover dans ce contexte, c'est apprendre à penser de manière inclusive des parcours qui englobent simultanément toutes les parties prenantes, depuis le client ou l'utilisateur final émetteur de la demande jusqu'à l'entreprise ou l'administration qui produit le service, et à toute sa chaîne de sous-traitants ou de partenaires.

Les entreprises et administrations ne sont plus seules au monde vis-à-vis de leurs clients/usagers, mais elles ne le sont plus également dans leur démarche d'innovation. Cette dernière repose de plus en plus sur la capacité à créer des synergies inédites, à proposer des plateformes mutualisées de services et des ressources numériques prêtes à l'emploi, pour faciliter l'adoption des nouvelles technologies.

FAIRE CORRESPONDRE LES TECHNOLOGIES AUX USAGES

Autant dire que l'innovation ne se résume pas à la mise en œuvre d'une technologie, aussi avancée qu'elle soit. Qu'il s'agisse de robotisation des processus (RPA) ou d'intelligence artificielle (IA), l'objectif est de faire correspondre une technologie à un usage.

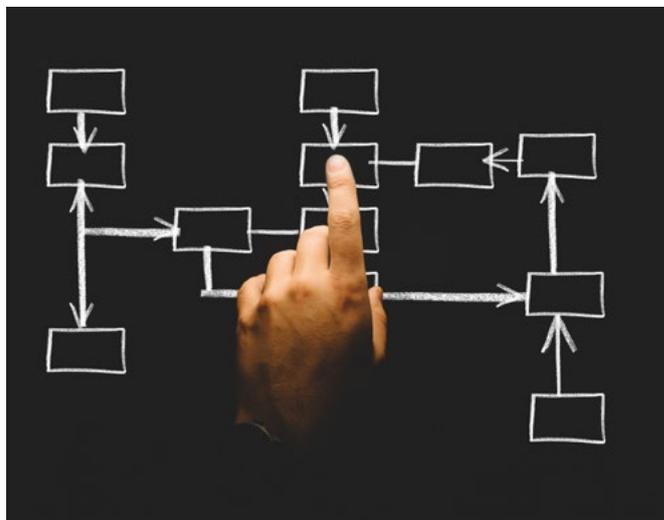
L'IA, pour sa part, ne trouve des applications inédites dans le domaine de la santé que parce qu'elle participe à la simplification de la vie des patients et des professionnels de santé.

La RPA, de son côté, n'a de sens que lorsqu'elle contribue à fluidifier le parcours de l'utilisateur et à lui apporter de l'autonomie, en facilitant par exemple la réunion dans un coffre-fort électronique unique de tous ses documents personnels.

FLUIDIFIER EN CONFIANCE

Aller plus vite ne signifie cependant pas abandonner les règles de droit qui protègent les clients, les citoyens et les entreprises elles-mêmes. Mais il faut faire évoluer les dispositifs de contrôle, en s'appuyant sur de nouvelles technologies comme les chaînes de blocs (blockchains).

L'enjeu ici, est de fluidifier sans perte de sécurité, en étant par exemple capable de délivrer en toute souveraineté une preuve de véracité d'un document ou d'une information, sans avoir à révéler quoi que ce soit d'autre (zero knowledge proof).



L'INNOVATION SERA TRANSVERSE

Simplicité des parcours pour le client final ou l'utilisateur final, fluidité des traitements et renforcement de la confiance numérique, le point commun de tous ces sujets est qu'ils concernent toutes les catégories d'entreprises, jusqu'aux services de l'État et aux collectivités territoriales. Opérateur de services numériques de confiance, filiale du Groupe La Poste, DOCAPOST est aujourd'hui un interlocuteur privilégié global. Partenaire des services publics comme des grandes entreprises privées, le groupe dispose d'une **capacité unique d'innovation transverse, qu'il met au service de l'ensemble de ses clients, pour les accompagner dans une relation client numérique élargie avec tous leurs publics, externes et internes, et pleinement conversationnelle.**

Retrouver nos experts

Michel CORDIER



Stéphane INGRASSIA



DOCAPOST

10, avenue Charles de Gaulle
94 673 Charenton-le-Pont Cedex

www.docapost.com

CONTACTEZ-NOUS

www.docapost.com/contact