

Le guide du Brand Manager

Exploiter l'IA pour la gestion des feedbacks clients

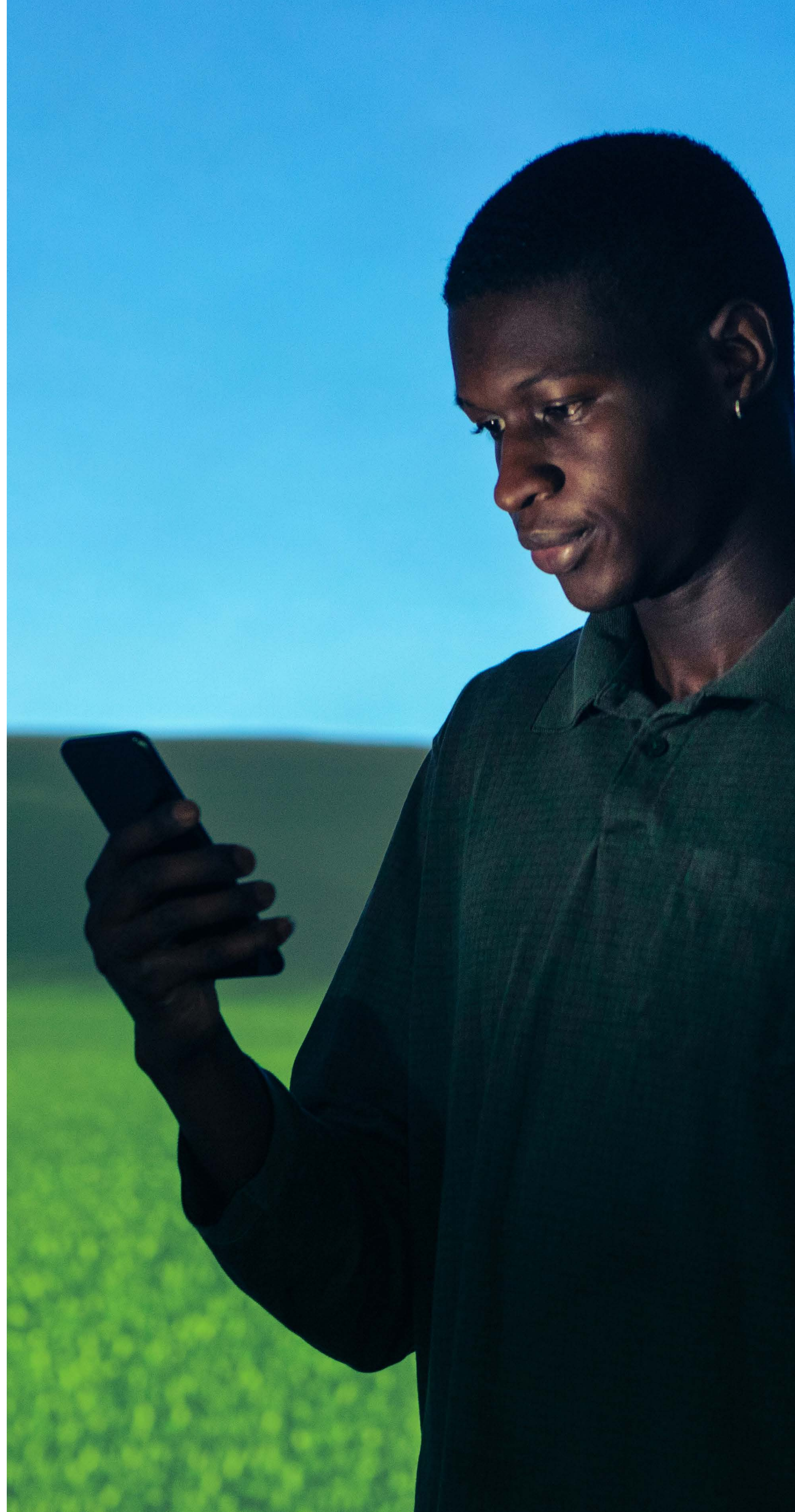


Introduction

En tant que spécialiste du marketing, **vous savez qu'écouter et exploiter la voix du client est essentiel pour l'acquisition**, la conversion et la fidélisation. Comprendre toutes les nuances du feedback client, tous les éléments de satisfaction ou d'insatisfaction qui jalonnent les parcours invisibles permet de créer de la valeur pour votre entreprise. C'est là que réside le véritable trésor. Les outils traditionnels de collecte et de gestion des feedbacks sont efficaces, mais l'analyse approfondie des irritants clients, des retours sur les produits, et des éléments de satisfaction et d'insatisfaction lors de l'expérience d'achat est souvent négligée. En parallèle, les problématiques liées aux faux avis continuent de saper la confiance des consommateurs : il est impératif pour les marques et les distributeurs de reprendre le contrôle de leur e-réputation et d'améliorer l'expérience client.

L'IA, et plus particulièrement l'IA générative (GenAI), s'attaque directement à bon nombre de ces défis, propulsant la gestion des avis clients et des feedbacks vers de nouveaux horizons. Et cela ne pouvait pas mieux tomber. Selon un rapport de KPMG¹, l'expérience client s'est dégradée à l'échelle mondiale. Ce rapport constate que l'évolution des comportements d'achat est à l'origine de ce déclin, les entreprises ne réagissant pas assez rapidement pour y répondre. Parmi ses nombreuses recommandations, le rapport préconise que les entreprises analysent les parcours clients afin de comprendre où se construit et où s'érode la confiance.

¹ Artificial Intelligence and the orchestrated customer experience report 2023-4



Le *rôle* de la GenAI dans les *relations avec les clients*

La GenAI a un énorme rôle à jouer dans la relation client.

L'IA est utilisée pour collecter en temps réel les feedbacks à chaque étape du parcours client, transformant ainsi chaque interaction en données exploitables.

Aujourd'hui, par exemple, de nombreux distributeurs d'articles ménagers, d'équipements de cuisine et de location de voitures utilisent déjà l'IA pour analyser et traiter efficacement les réponses à des questions ouvertes.

Les transcriptions vocales, les traductions et la détection automatique des sujets et des sentiments déclenchent des actions adaptées de façon automatisée.

D'ici à la fin 2024, certaines marques utiliseront l'IA pour aller plus loin, par exemple en s'appuyant sur la GenAI pour aider les répondants à fournir des réponses plus riches aux questions ouvertes.



La GenAI permet également aux marques d'obtenir des résumés des feedbacks recueillis, avec une mise en évidence des points clés, pour permettre une prise de décision plus efficace en matière de produits, de conception et d'expérience client.

Si la GenAI a la puissance, la vitesse et la capacité de capturer, d'analyser, d'impacter et de façonner l'expérience client, savoir comment l'utiliser efficacement et comprendre l'ampleur du possible semblent être les principales embûches pour les spécialistes du marketing.

Dans ce guide, vous trouverez les fonctions fondamentales, les défis et les avantages de la mise en œuvre de l'IA pour la gestion du feedback client.

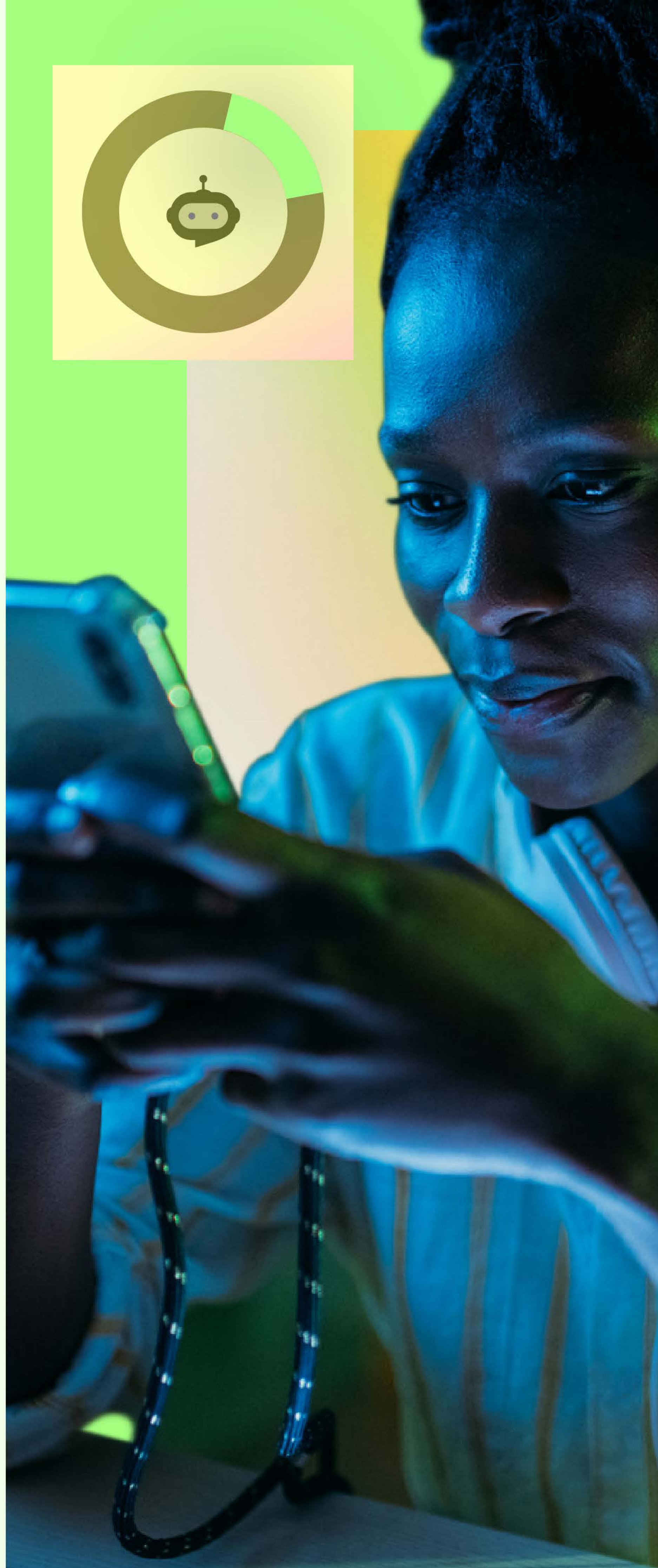
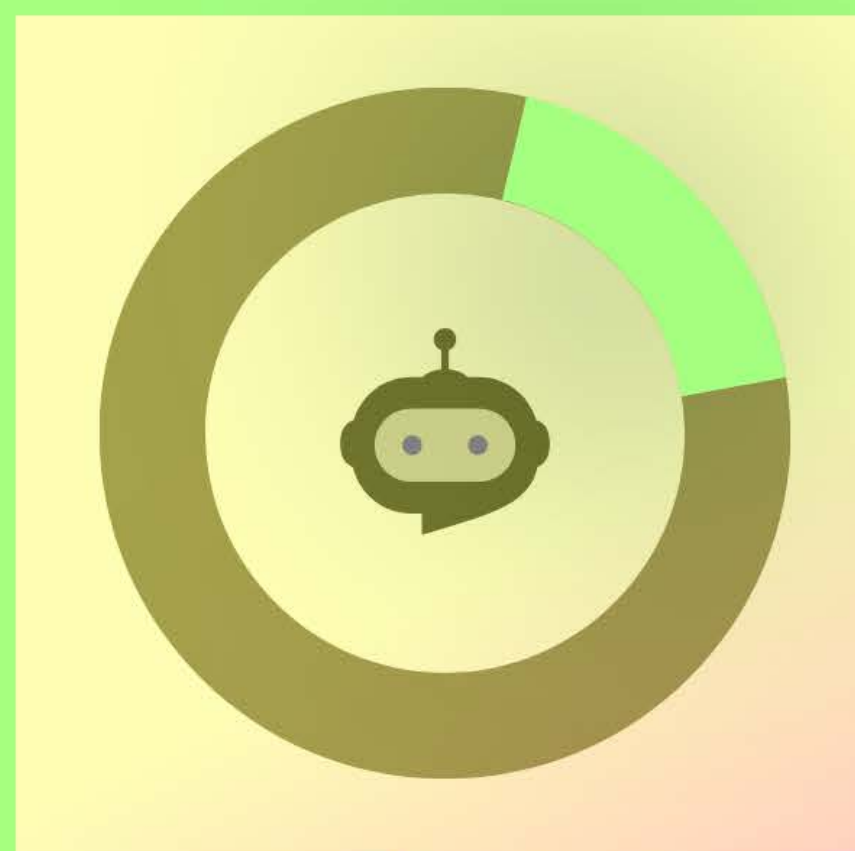


Gestion des feedbacks: Une stratégie centrée sur le client et pilotée par l'IA

La transformation numérique a intensifié la fréquence et la diversité des interactions entre les marques et leurs clients sur différents canaux.

La gestion des feedbacks grâce à l'IA est essentielle pour transformer ces retours à chaque point de contact en actions concrètes, permettant aux marques de non seulement répondre aux attentes des clients, mais aussi de redéfinir leur offre.

Grâce à l'IA, chaque retour client n'est pas seulement entendu, il est méticuleusement analysé pour permettre aux marques de se développer en fonction des besoins des clients.



6

7

8

9

10



Les commentaires et les évaluations prennent une nouvelle dimension, offrant aux spécialistes du marketing des avantages auxquels ils n'avaient jamais eu accès auparavant, notamment :

Une connaissance plus approfondie des clients

L'IA contribue à renforcer l'engagement grâce à des analyses détaillées des préférences et des attentes des clients.

Une gestion pointue de la satisfaction client

En utilisant des outils pilotés par l'IA - des tableaux de bord d'analyse du feedback client en temps réel aux baromètres de satisfaction - les entreprises peuvent surveiller les performances de chaque point de vente, établir des comparaisons à l'échelle du réseau et donner aux équipes terrain des plans d'action concrets pour améliorer la satisfaction client.

L'amélioration de l'expérience client

L'IA peut aider à élaborer des stratégies personnalisées pour améliorer l'expérience client en recueillant des informations sur les comportements d'achat, les préférences produits, les modèles d'engagement, la segmentation démographique et les indicateurs de satisfaction.

L'amélioration continue de l'offre

Les tableaux de bord pilotés par l'IA et l'analyse sémantique permettent aux entreprises d'être proactives avec les clients insatisfaits et de faire remonter les irritants récurrents pour assurer une amélioration continue de l'offre et des produits.

L'analyse sémantique des feedbacks collectés

L'IA détermine automatiquement la polarité d'un avis, qu'il soit positif, négatif ou neutre. Cela permet aux entreprises d'évaluer rapidement la satisfaction des clients et d'identifier les problèmes potentiels sans avoir à lire manuellement chaque avis.



Le traitement du langage naturel (TLN)

Le TLN permet à l'IA de comprendre et de catégoriser le contenu texte d'un feedback. Il s'agit notamment d'identifier le sujet du commentaire, de classer l'avis dans des catégories prédéfinies (par exemple, «caractéristiques produit», «service client», «livraison»), et même de détecter les nuances de langage. Grâce au TLN, les entreprises peuvent automatiquement organiser et filtrer les commentaires afin d'obtenir des informations spécifiques, telles que les plaintes courantes concernant une caractéristique particulière ou les éloges pour un excellent service.

La modélisation thématique

Des techniques telles que l'Allocation de Dirichlet latente (LDA) permettent à l'intelligence artificielle d'identifier des sujets et des thèmes clés au sein de grands volumes de feedbacks. Cela permet de découvrir quels aspects d'un produit ou d'un service sont les plus discutés par les clients. En comprenant les principaux sujets d'intérêt ou de préoccupation, les entreprises peuvent hiérarchiser les domaines à améliorer et répondre plus efficacement aux besoins des clients.

La synthèse de texte

L'IA peut condenser de longues critiques en résumés concis, en capturant les points essentiels et les sentiments exprimés. C'est particulièrement utile pour les consommateurs qui souhaitent avoir un aperçu rapide de ce que les autres utilisateurs pensent d'un produit ou d'un service sans avoir à lire de nombreux avis interminables.

Tous ces avantages se traduisent par une compréhension plus profonde des consommateurs pour une meilleure expérience client, un meilleur service, une offre personnalisée, de meilleurs choix stratégiques, des plans d'actions basés sur la donnée client et donc *in fine* plus de ventes !



Comparaison:

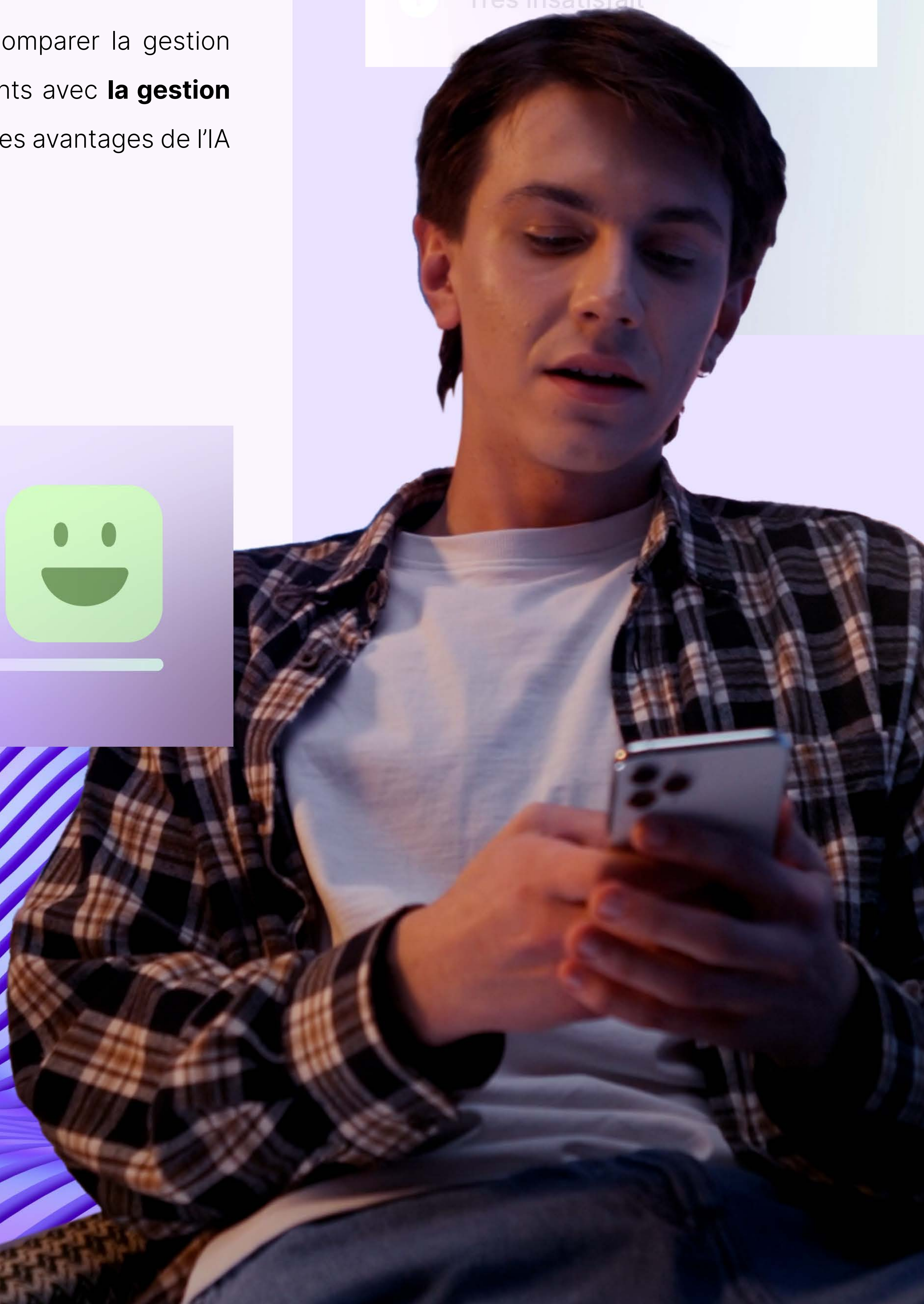
La gestion traditionnelle du feedback vs. la gestion du feedback par l'IA

Dans cette partie, nous allons comparer la gestion traditionnelle des feedbacks clients avec **la gestion assistée par l'IA** afin de montrer les avantages de l'IA dans ce contexte.



Dans l'ensemble, quel est votre degré de satisfaction ou d'insatisfaction à l'égard de notre produit ?

- ☐ Très satisfait
- ☒ Satisfait
- ☐ Ni satisfait ni insatisfait
- ☐ Insatisfait
- ☐ Très insatisfait





	Gestion traditionnelle du feedback	Gestion du feedback par l'IA
Déclenchement et collecte du feedback	Basé sur des règles	Basé sur des règles augmentées par l'IA pour contacter le consommateur au meilleur moment du parcours client, sur le meilleur canal.
Contenu du questionnaire	Nombreuses questions fermées ou à choix multiple pour faire gagner du temps au répondant	Des questionnaires plus courts et des questions plus ouvertes. L'IA est utilisée pour aider le répondant à rédiger des réponses riches en un rien de temps. L'IA est utilisée pour afficher ou non des questions complémentaires spécifiques afin d'approfondir les sujets soulevés dans les réponses aux questions précédentes.
Analyse du feedback	Inefficace sur les questions ouvertes. Ce problème est encore plus marqué pour les réponses non textuelles (photo, vidéo, voix).	Analyse efficace des réponses aux questions ouvertes. Exploiter l'IA pour analyser les voix, les photos et les vidéos afin de traduire, transcrire, résumer, identifier les sujets clés et les sentiments associés.
Réponse au feedback et "close the loop" (processus de traitement)	Workflows de traitement basés sur des règles et des modèles de réponse prédéfinis.	Les flux de traitement des feedbacks sont ajustés dynamiquement en fonction des réponses aux questions ouvertes. Les modèles de réponse sont personnalisés automatiquement pour s'adapter au répondant et/ou au ton considéré comme le plus pertinent par la marque pour chaque cas.
Tableau de bord pour l'analyse des feedbacks	Tableau de bord traditionnel, avec analyse statistique avancée destinée à des utilisateurs experts.	Tableau de bord traditionnel amélioré par l'IA. Les utilisateurs peuvent poser des questions en langage naturel et obtenir directement les réponses et les éléments d'analyse mis en évidence. Les questions complexes peuvent désormais être traitées de manière autonome par n'importe quel utilisateur (par exemple : <i>Pourquoi mon NPS est-il plus bas ce trimestre que le précédent ? Quels sont les nouveaux problèmes au cours des trois derniers mois ?</i>). Le tableau de bord s'adapte à chaque utilisateur, permettant ainsi une exploitation totale de la donnée client collectée.



5 problèmes courants d'utilisation de l'IA : et comment les résoudre

Comme vous l'avez compris, les possibilités qu'offrent l'IA sont presque infinies. Mais concrètement, **comment l'exploiter correctement** pour une meilleure gestion du feedback client ?

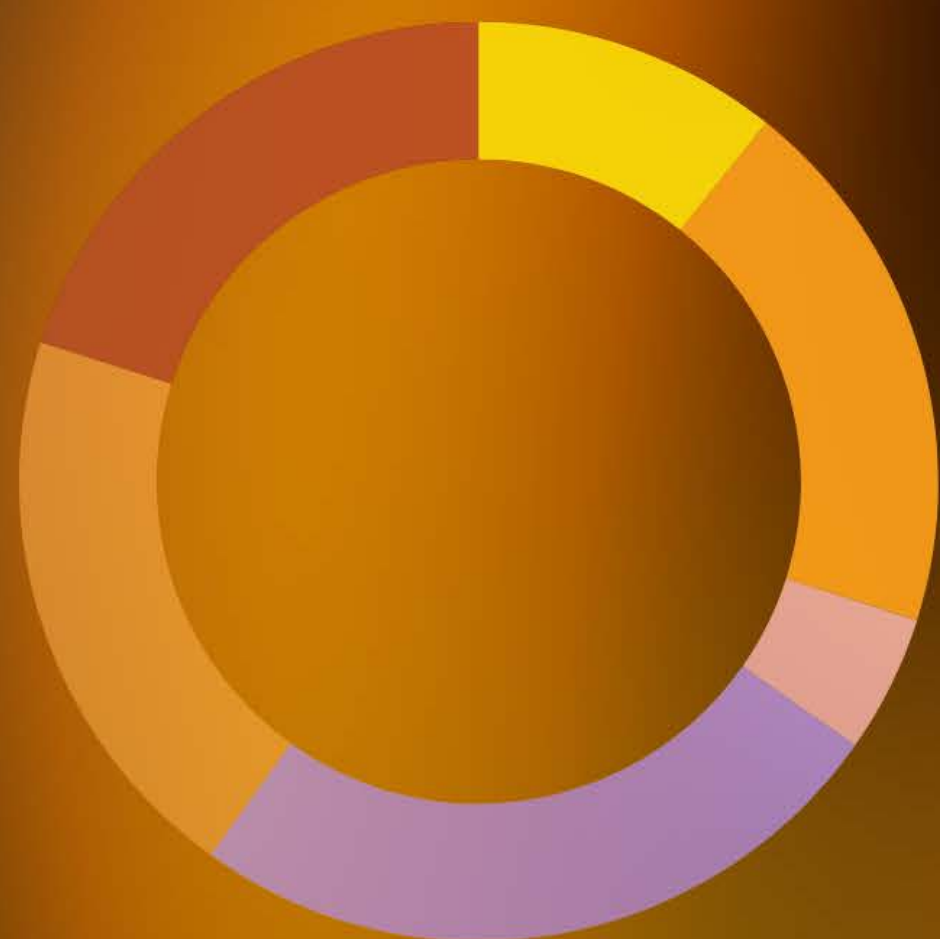
A



B



C



11

La collecte d'un ensemble de données complet, varié et à l'échelle peut être complexe, car elle nécessite une automatisation des envois et une personnalisation des questionnaires pour un meilleur taux de réponse.

Les modèles d'IA ont parfois du mal à interpréter correctement le contexte et les sarcasmes. Il peut être particulièrement difficile d'identifier et de catégoriser des sentiments contradictoires dans un même avis.

Le traitement des commentaires dans plusieurs langues nécessite des capacités TLN avancées, car les nuances culturelles ont un impact significatif sur l'interprétation des sentiments et des commentaires.

Les modèles d'IA peuvent hériter des biais des données d'apprentissage, ce qui peut conduire à des résultats inéquitables.

L'intégration des solutions d'IA aux systèmes existants présente des défis techniques, autour de l'évolutivité mais aussi du partage et de la fraîcheur des données.



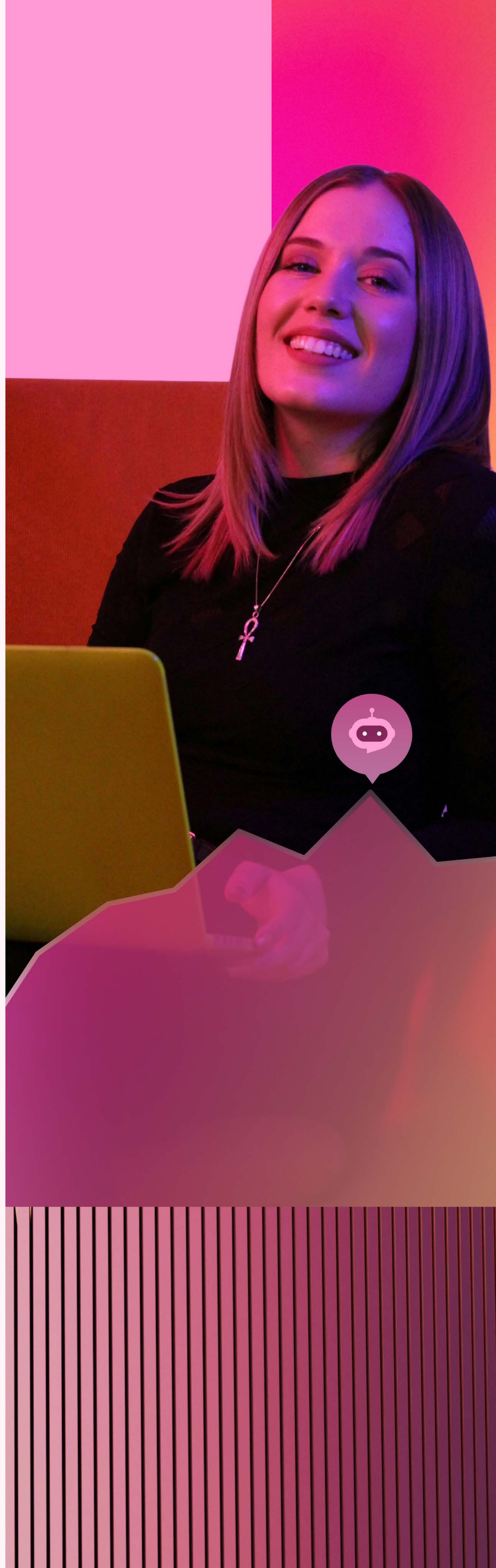
Les bonnes pratiques à suivre pour les spécialistes du marketing

Comment éviter de tomber dans ces travers ? En adoptant de bonnes pratiques dès le départ.

La qualité des données et les considérations éthiques en sont le fondement. La gestion des données est le pilier de toute stratégie digitale, et est essentielle à la précision et à la régularité des fonctions pilotées par l'IA.

La confiance se construit également par la transparence : les organisations doivent donc être claires sur la manière dont les modèles d'IA sont déployés, en particulier sur la manière dont ils traitent les données des clients.

Adapter l'IA aux à l'identité d'une organisation est judicieux, que ce soit pour l'analyse des sentiments ou pour le traitement du langage naturel (TLN). L'utilisation de modèles pré-entraînés permet de gagner du temps et d'économiser des ressources, mais il est tout aussi important d'affiner ces modèles pour les aligner sur les besoins uniques de l'entreprise



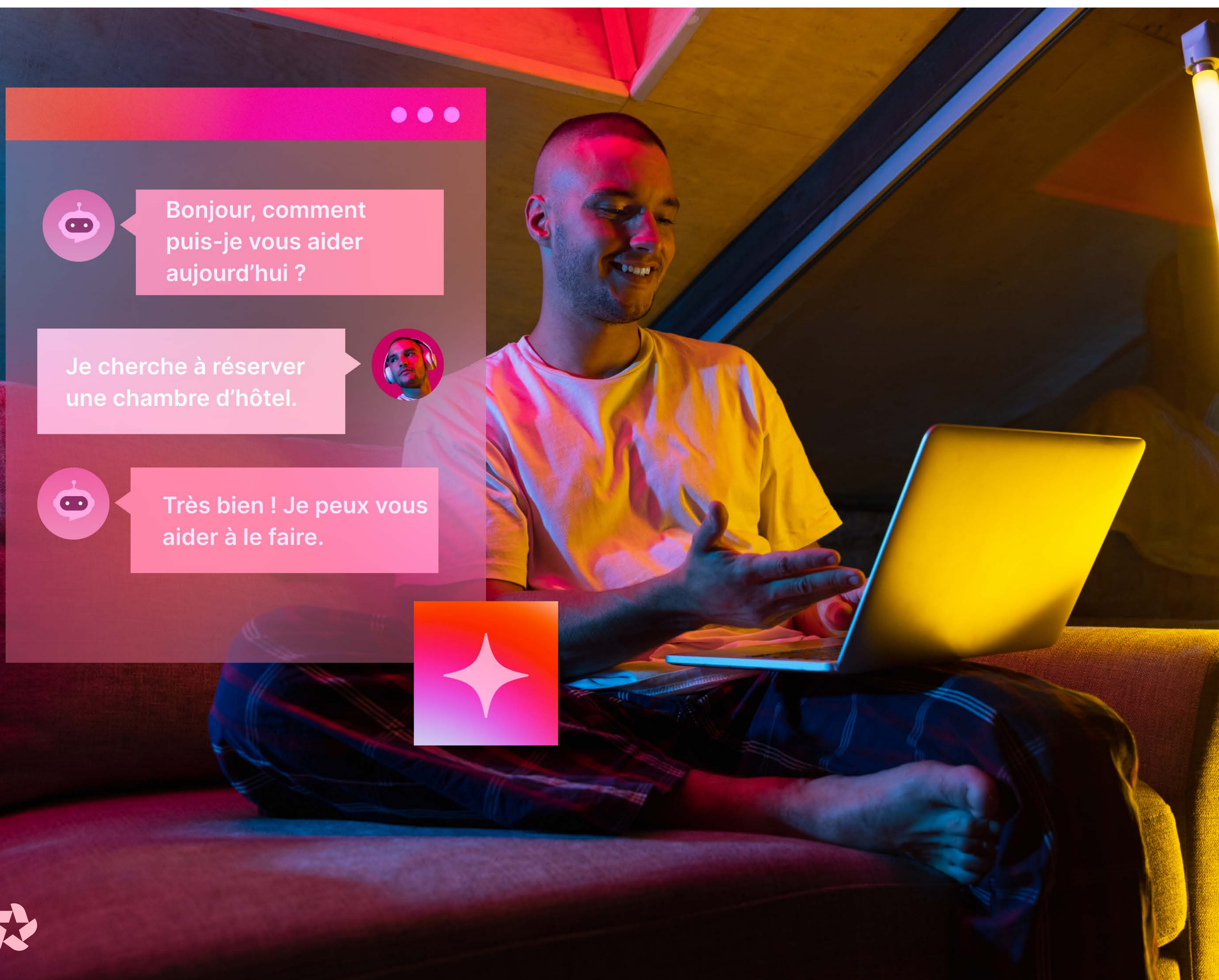
Des mises à jour régulières des modèles permettent de s'assurer qu'ils restent pertinents, qu'ils reflètent les nouvelles données et tendances, et qu'ils conservent donc leur efficacité.

Pour être vraiment efficaces, les solutions d'IA doivent s'intégrer harmonieusement aux systèmes existants, comme les plateformes de gestion de la relation client (CRM) et de service d'assistance.

L'accès aux API peut faciliter la flexibilité et l'évolutivité, ce qui permet aux entreprises de s'adapter et de se développer.

Il est aussi essentiel de veiller à ce que ces systèmes soient faciles à utiliser pour le personnel non technique, afin de favoriser une adoption généralisée et une utilisation optimale dans l'ensemble de l'organisation.

Les modèles d'IA doivent également faire l'objet d'un suivi continu, afin de s'assurer qu'ils restent performants. L'évaluation régulière des modèles à l'aide de mesures telles que l'exactitude, la précision et le rappel peut aider à identifier les domaines à améliorer.



Conclusion

Le contenu généré par les utilisateurs est une ressource précieuse, et les feedbacks clients en particulier ont rendu la connaissance client aussi importante pour une marque que le développement d'un produit.

Maîtriser la quantité, la qualité, la fréquence et l'analyse des feedbacks collectés n'est pas simple : heureusement il existe des solutions de gestion du feedback client.

Alimentées par l'IA, ces solutions vous permettent d'aller beaucoup plus loin, au-delà de tout ce qui était possible jusqu'à présent. Elles fournissent non seulement des informations exploitables en temps réel de manière proactive et allègent également la charge de travail des équipes marketing.

Cependant, **il est important de se rappeler que l'IA est un outil et non une stratégie**. Si l'IA a clairement un rôle à jouer dans l'amélioration de la connaissance client, elle ne doit jamais remplacer la voix du client qu'elle analyse.

La transformation par l'IA se produit tout autour de nous, et certaines capacités de l'IA telles que le TLN (traitement du langage naturel), sont en train de devenir incontournables.

À une époque où la fidélité des clients est remise en question, l'IA permet de se différencier, en permettant à une organisation d'améliorer l'expérience clients grâce à la perspicacité, l'intelligence et la compréhension, pour garder une longueur d'avance.

La GenAI est déjà en train de devenir l'outil marketing le plus important du moment. Alors qu'attendez-vous ?

