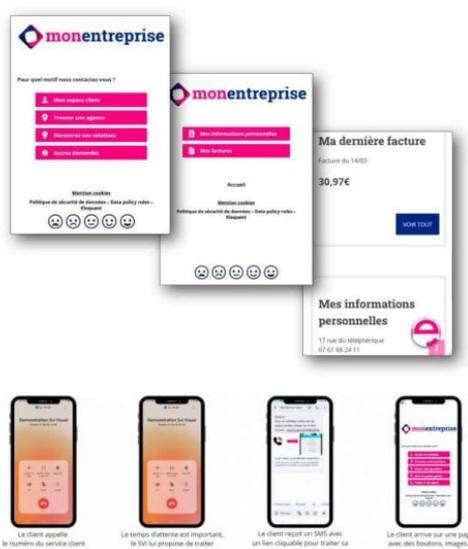




# Eloquent et son SVI visuel : une digitalisation des appels pour une meilleure expérience client



AccueilTechno & UXsolutions

Publié par  
Jérôme Pouponnot

le  
15 mai 2024

- mis à jour à  
09:00

Le SVI visuel **d' Eloquent** permet de digitaliser les appels téléphoniques, de choisir son motif d'appel et trouver une réponse en ligne sans avoir à attendre un conseiller. Outre cette réduction du temps d'attente et le nombre d'appels abandonnés lui aussi en baisse, le SVI Visuel offre une meilleure expérience client.

Le SVI traditionnel, ou Serveur Vocal Interactif, permet de qualifier et router les appels téléphoniques entrants. Les appelants interagissent avec le SVI en choisissant parmi des options proposées en DTMF « Tapez 1 pour le service réservation... », en Reconnaissance Vocale, telles « Pour réserver un séjour Dites Voyage » ou encore en Langage Naturel « Je souhaite organiser un voyage au Maroc » pour obtenir une réponse ou être dirigés vers le service compétent.

Souvent moqué, parfois critiqué en termes d'expérience utilisateur, **le SVI s'impose néanmoins aujourd'hui comme un outil incontournable d'orchestration des flux des appels entrants pour tout service client.** Parce qu'il joue un rôle clé dans



l'expérience délivrée au client, les nouvelles technologies visent à l'optimiser, à l'enrichir de nouvelles fonctionnalités et à le rendre plus accessible pour des parcours digitaux avec une dimension « customer friendly ».

Le canal voix reste encore le canal préféré pour contacter un service client, mais néanmoins il peut engendrer de la frustration, voire de l'insatisfaction, en particulier lorsque le SVI traditionnel présente des aléas comme un parcours à multiples étapes, un temps d'attente trop long, des répétitions fréquentes en cas d'erreur sur les options... Avec le risque de nuire à l'image de la marque.

Digitaliser les appels via le SVI visuel

**Faire évoluer les Services Vocaux Interactifs (SVI) pour répondre aux nouveaux usages des clients** qui utilisent en majorité leur smartphone est une opportunité d'améliorer l'expérience et de répondre à un besoin fort d'instantanéité.

Grâce à son moteur d'orchestration et à la compréhension fine du contexte (profil client, numéro appelant...) et de l'intention du client en phase de **qualification, Eloquant** propose une solution de digitalisation des appels via un SVI Visuel. Ainsi, il devient possible de rediriger un appel téléphonique vers un parcours digital, tel du self-service digital (FAQ) ou via un autre canal. Une fois l'appel digitalisé via ce **SVI Visuel, le client qui souhaite contacter l'entreprise pourra donc qualifier son motif d'appel plus finement, et trouver réponse à sa question en selfcare et donc en totale autonomie, depuis une interface web.**

Le **SVI visuel** est donc une solution idéale pour faire évoluer le SVI vocal vers une approche plus omnicanale et une expérience plus en adéquation avec les nouvelles attentes client.

Comment fonctionne le SVI visuel **Eloquant ?**

Lors d'un parcours vocal (SVI, HNO, attente, dissuasion...), le **SVI visuel** va générer l'envoi d'un sms contenant un lien *tiny url* sur le smartphone de l'appelant. Via ce lien, celui-ci accède à une page web, visuelle, digitale et personnalisable à l'image de la marque.

Cette page se présente sous la forme d'un questionnaire avec une liste et des sous-listes de motifs de contact du service client, correspondant aux demandes les plus courantes. Pour chaque motif, le client est redirigé vers une page du site web de l'entreprise qui contient, soit :

- Une FAQ expliquant au client comment traiter sa demande en toute autonomie
- Un formulaire de contact proposant un rappel, un canal digital de contact, un chatbot, etc.
- Ou même une enquête de satisfaction

**Ce système permet à la marque de rebondir efficacement sur un appel abandonné, dissuadé et de ne pas laisser le client sur le banc de touche avec sa frustration.**

Au contraire, il va de manière autonome et intuitive trouver une réponse à sa demande. Les prérequis pour sa mise en place

Il est important de bien appréhender que le SVI Visuel ne se substitue pas au SVI traditionnel, mais le complète. En amont, il convient donc de :

- Identifier les demandes à digitaliser : les demandes simples qui peuvent être traitées en toute autonomie grâce à l'accès à l'information via une base de connaissance ou accès à des données métiers.
- Déterminer les modalités de digitalisation de chaque type de demandes (FAQ du site web, formulaire de contact, etc.)
- Définir les parcours de digitalisation de chaque type de demandes (SVI, HNO, attente, dissuasion, etc.)



Les équipes **Eloquent** accompagnent tout au long du projet pour un déploiement rapide de cette solution, livrée clé en main.

Les bénéfices du SVI visuel **Eloquent**

Le SVI visuel présente de multiples avantages. En termes d'expérience client délivrée, il limite le taux d'abandon des clients frustrés de patienter ou d'obtenir une réponse. En termes d'ergonomie et d'UX, les clients préfèrent finaliser leur intention de contact via un parcours visuel plutôt que vocal. Dans le détail, le SVI visuel **Eloquent** permet de :

- **Répondre aux exigences d'instantanéité de vos clients** en leur proposant une alternative appréciable, sans effort à fournir, lorsque le service client n'est pas en mesure de répondre (dissuasion, HNO, file d'attente pleine).
- **Améliorer votre joignabilité et votre QoS** (qualité de service) en réduisant drastiquement l'attente en ligne, le débordement d'appels et la frustration de vos clients ! Il devient possible de proposer une réponse à vos clients quelle que soit la disponibilité de vos conseillers.
- **Rendre le client plus autonome** en mettant à sa disposition l'aide et les réponses dont il a besoin sans aucune interaction humaine et limiter ainsi l'escalade d'appels vers le service client.
- **Offrir une interaction plus riche et engageante** : l'immersion visuelle permet aux utilisateurs de mieux comprendre les informations délivrées, renforçant ainsi leur satisfaction.
- **Pouvoir mieux connaître vos clients** en collectant une quantité de données conséquentes (navigation, satisfaction client, utilisation des contenus...) pour acquérir une connaissance des parcours client issus de ce canal.
- **Accroître la consultation des FAQ** et le trafic sur votre site.
- **Valoriser le rôle de vos conseillers** via la gestion des demandes à plus forte valeur ajoutée.

