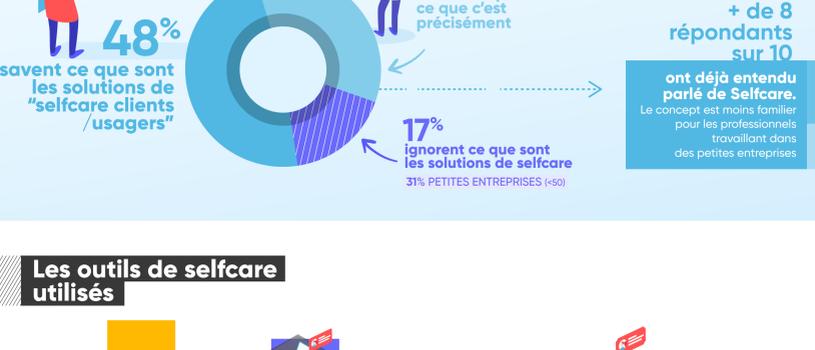


Les solutions de SELF-CARE

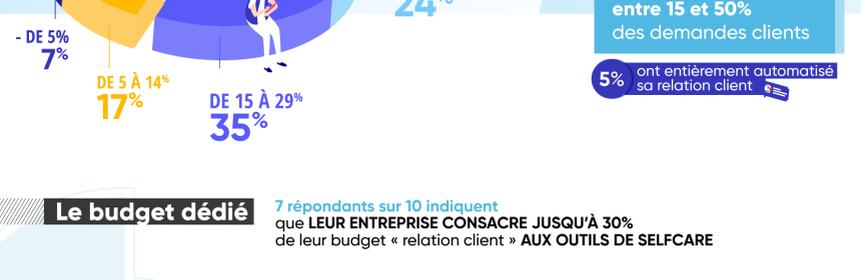
Le self-care désigne l'utilisation de solutions digitales qui permettent d'automatiser tout ou partie de la relation d'un client avec une marque : de la recherche d'information au service-après-vente en passant par la gestion de contrat, de compte ou l'utilisation d'un service ou d'un produit.



Les outils de selfcare utilisés

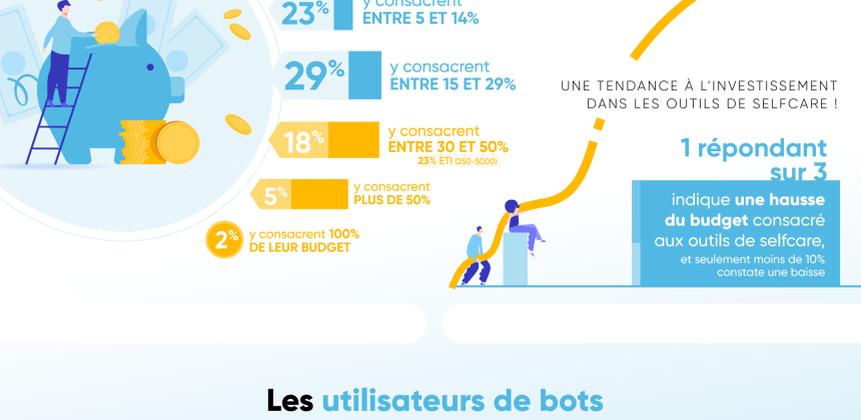


La part des demandes clients prise en charge par les outils de selfcare



Le budget dédié

7 répondants sur 10 indiquent que LEUR ENTREPRISE CONSACRE JUSQU'À 30% de leur budget « relation client » AUX OUTILS DE SELF-CARE



Les utilisateurs de bots

LES RÉPONDANTS AYANT DÉJÀ MIS EN PLACE UN CHATBOT

Les professionnels dotés d'un chatbot sont globalement satisfaits du service rendu et y voient une utilité accrue en temps de crise !



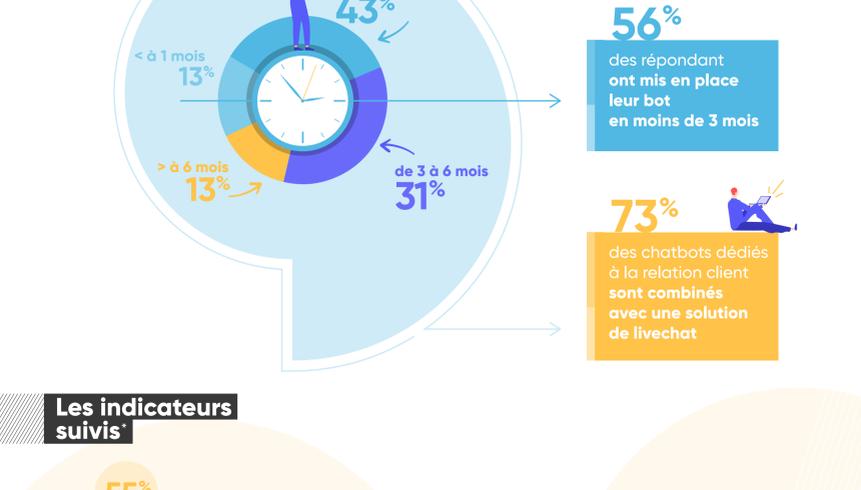
Pour la relation client, un outil plébiscité en temps de crise



Les cas d'usage*



La durée de mise en place



Les indicateurs suivis*

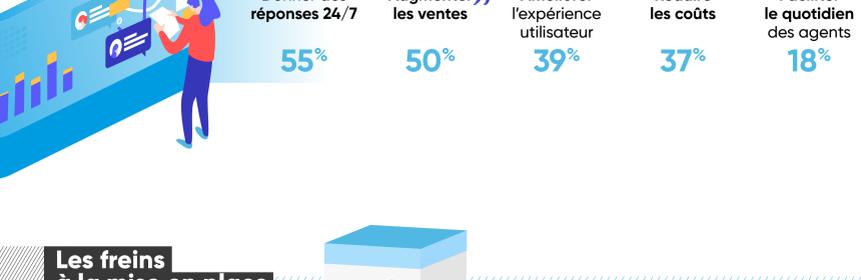


Les non-utilisateurs de bots

LES RÉPONDANTS AYANT POUR PROJET LA MISE EN PLACE D'UN BOT

Informier et maximiser le business comme principaux objectifs, mais une réticence vis à vis des coûts de mise en place toujours présente.

Les principaux objectifs*



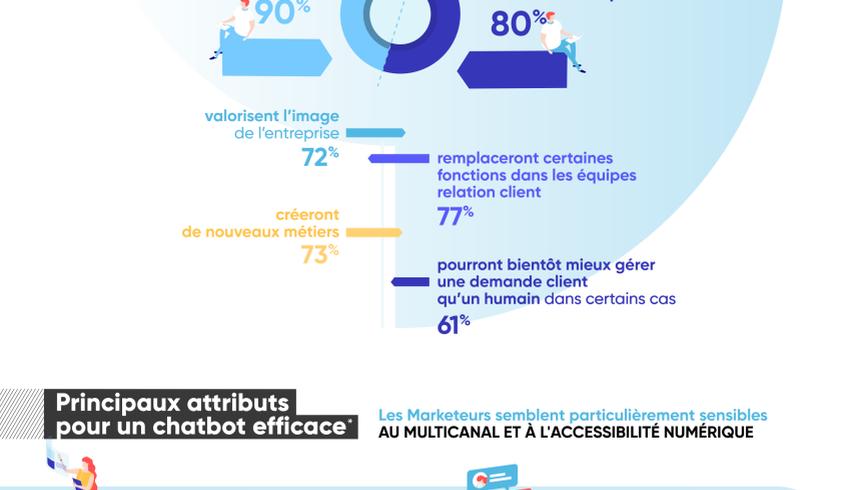
Les freins à la mise en place



Les perspectives

Vers une démocratisation des bots dans la relation client. Le service vocal, une piste sérieusement étudiée.

Les professionnels sondés pensent que les bots...



Principaux attributs pour un chatbot efficace*

Les Marketeurs semblent particulièrement sensibles AU MULTICANAL ET À L'ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE



* Plusieurs réponses possibles