



OBSERVATOIRE DES CHATBOTS

Le chatbot, un outil de selfcare en pleine ascension qui s'inscrit pleinement dans les habitudes des entreprises.



LES SOLUTIONS DE SELF CARE

LES OUTILS DE SELF CARE UTILISÉS EN 2023

7%

des répondants n'envisagent pas de déployer un chatbot (contre 32% en 2021).

40%

des répondants ont déjà déployé un chatbot au sein de leur entreprise.

92%

des répondants ont installé un chatbot ou ont l'ambition de le faire contre 48% en 2021.

LES DIFFÉRENTS OUTILS DE SELF CARE

61%

des salariés souhaitent mettre en place un CALLBOT en 2023, contre 46% en 2021.

des salariés souhaitent mettre en place un VOICEBOT en 2023, contre 46% en 2021.

59%



FAQ

Forums

Site internet



LES USAGES DES SOLUTIONS SELF CARE

60%

des répondants ont mis en place des solutions de selfcare pour la demande d'informations et le SAV.



61% avec un CHATBOT



50% avec un VOICEBOT

52% avec un CALLBOT

50%

des répondants ont mis en place des solutions pour la consultation, la gestion de comptes clients ou la commande de produits.



50% avec un CHATBOT



46% avec un VOICEBOT

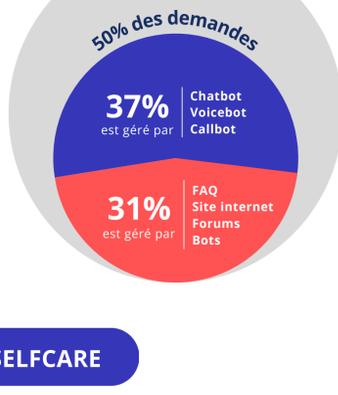
39% avec un CALLBOT

L'EFFICACITÉ DES SOLUTIONS SELF CARE



31% des répondants déclarent que plus de la moitié des demandes sont traitées en selfcare.

Dans 37% des cas, les bots parviennent à gérer plus de la moitié des demandes.



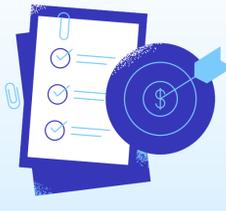
LE BUDGET DÉDIÉ AUX SOLUTIONS SELF CARE

35%

du budget dédié à la relation client est investi dans les solutions de selfcare.

10k à 50k €

C'est le montant investi par plus d'un-tiers des entreprises pour les solutions de selfcare.



Moyenne du montant investi dans la relation client

131 000€

25 000€

Montant investi chaque année par la moitié des répondants dans la relation client

LES UTILISATEURS DE BOT

NOTE DE SATISFACTION

8/10

La note de satisfaction à l'égard des bots s'élève à 8 sur 10, et connaît une hausse de 0,5 points par rapport à 2021.

Seuls environ 10% des clients de solutions bots se déclarent insatisfaits de l'outil.

LA DURÉE DE LA MISE EN PLACE



3 à 6 mois

C'est la durée de mise en place des BOTS.

La durée de mise en place des chatbots a tendance à s'allonger et à passer à 6 mois.

LES ATTRIBUTS D'UN BOT

La performance perçue d'un bot est multicritère :

38% Apprentissage automatique

37% Sécurité et authentification

36% Compréhension du langage naturel (CLN)



34% Multicanal

31% Accessible en plusieurs langues

28% Simple à mettre à jour

25% Accessible aux personnes handicapées

LA MISE EN PLACE D'UN BOT

Objectif n°1 des bots selon les répondants :

DONNER DES RÉPONSES 24/7



56%

préfèrent le CHATBOT pour la demande d'informations



55%

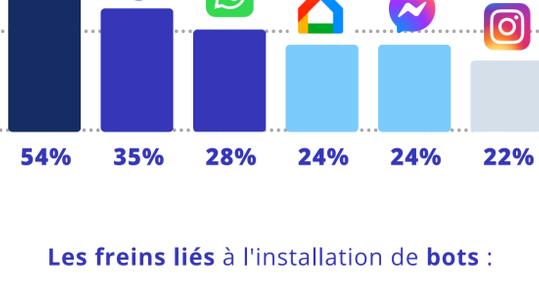
privilégient le CALLBOT pour le SAV



47%

utilisent le VOICEBOT pour la consultation ou la gestion de comptes clients

Supports d'installation les plus utilisés pour les bots :



Les freins liés à l'installation de bots :

Fiabilité des réponses

33%

Suivi par le coût & diversité des solutions

29%

Maintenance

24%

Détails de mise en place

23%

FOCUS SUR CHATGPT



94%

des répondants ont déclaré connaître ChatGPT (soit 9 répondants sur 10).

38% l'utilisent en informatique

48% pour la relation client

31% pour la communication externe



● connaît mais ne l'ont jamais utilisé

● utilisent ChatGPT

● ne connaissent pas

65% des répondants ont l'intention d'utiliser ChatGPT dans leur entreprise

55% voient une complémentarité entre ChatGPT et les solutions de selfcare

TAILLES ET DÉPARTEMENTS REPRÉSENTÉS

400 professionnels participants aux décisions marketing et relation client ont participé à cette étude en ligne du 24 au 30 mars 2023.

