

ORANGE MET L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE AU SERVICE DE L'AUTONOMIE DE SES CLIENTS PROFESSIONNELS ET DE L'EFFICACITÉ DE SES COLLABORATEURS

Entreprise innovante, toujours à l'affût des nouvelles technologies, **Orange** a récemment été classée à la 19^e position du classement mondial du top 50 mondial des entreprises les plus innovantes établi par le Boston Consulting Group. Aujourd'hui, Orange saisit l'opportunité de l'intelligence artificielle pour poursuivre ses objectifs de digitalisation, améliorer la relation client en répondant aux besoins d'autonomie et de gain de temps exprimés par ses clients B2B, mais aussi en faisant gagner en efficacité ses collaborateurs. Séverine Marquay, Directrice de la Relation Client Augmentée nous en dit plus.



Séverine Marquay

En tant que Directrice de la Relation Client Augmentée, quel est votre périmètre d'action ?

Je travaille au sein de la Direction Entreprises France pour le marché Pro, PME et Entreprises, hors grands comptes et entreprises internationales. Ma direction, qui est rattachée à la Direction du Digital, est un levier au service de la digitalisation du groupe.

L'appellation « Direction de la Relation Client Augmentée » véhicule notre vision de l'intelligence artificielle. En effet, nous travaillons sur une symétrie des attentions pour générer de la satisfaction pour nos clients professionnels et nos collaborateurs. Nous envisageons l'intelligence artificielle comme une somme de tech-

nologies, d'outils et de données pour réinventer notre relation client. Elle est aussi mise au service du développement de collaborateurs « augmentés ».

Comment cela se traduit-il ?

Il s'agit d'un sujet très opérationnel. Nous sommes partis de la compréhension des points de douleurs et des attentes de nos clients. Ils nous ont notamment exprimé leur volonté d'être plus autonomes sur des actes simples du quotidien, qu'ils veulent pouvoir réaliser seuls 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Nous avons identifié le chatbot comme la technologie la plus adéquate et pertinente pour répondre aux attentes de nos clients B2B.

À partir de là, nous avons défini un premier « user case » : la détention du code PUK. Depuis octobre 2017, un agent conversationnel accompagne, en ligne, nos clients dans le cadre de l'obtention de leur code PUK. Autour de ce sujet, nous travaillons en mode agile, comme des start-ups. Nous avons mis en place un MVP (Minimal Viable Product) pour tirer rapidement des enseignements clients. Enfin, parce que nous remontons des données « personnalisées », la démarche d'apprentissage du chatbot est assez complexe.

Aujourd'hui, nous avons plusieurs centaines de conversations par semaine avec le bot autour de ce service digital ; qui s'appuie sur une solu-

tion d'intelligence artificielle. Ces résultats soulignent, par ailleurs, l'efficacité du service et la satisfaction de nos clients professionnels.

Dans cette démarche, quels sont vos enjeux, vos perspectives ?

Un de nos principaux enjeux est d'étendre le champ fonctionnel du bot pour continuer à apporter des réponses aux attentes des clients. À l'horizon 2020, nous souhaitons que 66 % des actes simples du quotidien puissent être réalisés et gérés via le digital.

Au niveau de nos collaborateurs, la digitalisation de ce type d'opérations va leur permettre de se concentrer sur des actions à plus forte valeur ajoutée pour nos clients Entreprises. Par ailleurs, en 2018, nous allons aussi lancer des projets d'intelligence artificielle au service de l'efficacité de nos conseillers et de nos commerciaux.

Ces évolutions et innovations font émerger de nouveaux métiers et des besoins en nouvelles compétences. Nous essayons de nous entourer de compétences et de talents, mais aussi de former nos collaborateurs en interne, pour relever ces défis et atteindre nos objectifs en termes de digitalisation et de satisfaction client. Enfin, cela passe aussi par l'accueil de stagiaires, venant notamment de Polytechnique, pour favoriser les échanges avec nos collaborateurs. ■

EN BREF

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 40,9 milliards d'euros en 2016 et 152 000 salariés au 30 septembre 2017, dont 93 000 en France. Présent dans 29 pays, le Groupe servait 269 millions de clients dans le monde au 30 septembre 2017, dont 208 millions de clients mobile et 19 millions de clients haut débit fixe. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services.

Envie de vivre une expérience unique ?

**Nous croyons que la transformation numérique
dessine un monde de progrès.**

**Un monde où Orange met la technologie
au service de l'humain.**

**Ce monde nous le vivons déjà, dans tous nos pays,
en travaillant chez Orange.**

Il concilie le meilleur de l'humain et du digital.

**Chez Orange, nous apprenons
et progressons chaque jour.**

**Nous inventons de nouvelles manières
de coopérer au service de nos clients.**

**Nous osons entreprendre car nos initiatives
sont reconnues et valorisées.**

**Rejoignez-nous et fabriquons ensemble
un monde de progrès pour tous.**

Rendez-vous sur orange.jobs

