



A Whitepaper from Mitel

L'expérience client à l'ère de l'intelligence des appels

Pourquoi les centres de contact modernes favorisent la connexion, le service et la continuité



Insight des leaders : l'expérience, nouveau facteur de différenciation

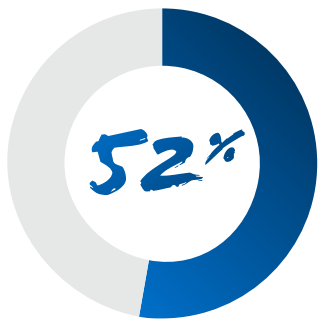
Les entreprises modernisent leurs systèmes de communication avec audace, mais il ne s'agit plus seulement d'assurer la disponibilité. Selon la dernière étude de Techaisle, 52 % des entreprises considèrent la qualité de l'expérience comme la principale raison de la modernisation de leurs communications. Dans cette nouvelle ère, le centre de contact n'est plus seulement un canal d'assistance, c'est le centre névralgique de la connexion et du service, qu'il s'agisse de servir la clientèle, les citoyens ou citoyennes, ou encore les équipes internes.

Aujourd'hui, l'exigence du public va au-delà de la simple disponibilité. Il demande une réactivité sur-mesure et une assistance efficace. Les entreprises misent de plus en plus sur les communications hybrides et les capacités basées sur l'IA pour répondre à ces attentes. 48 % des entreprises considèrent désormais les fonctionnalités de centre de contact comme indispensables lors du choix d'une plateforme de communication.

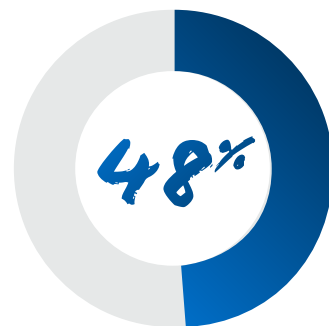
Les impératifs d'une expérience modernisée

Les systèmes de communication traditionnels freinent les organisations. Pas moins de **68 %** d'entre elles utilisent des systèmes de plus de sept ans, ce qui limite l'intégration, les performances et la qualité des interactions. Les raisons les plus citées qui justifient une mise à niveau sont :

L'amélioration de l'expérience
des clients, employés et parties
prenantes



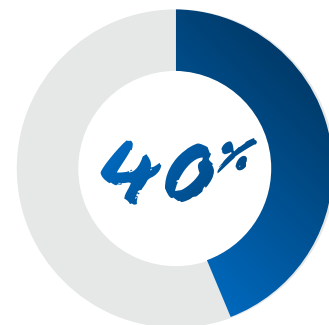
Le remplacement des
systèmes obsolètes



Le soutien aux agents à
distance/mobiles, et aux
équipes internes



L'intégration de
nouvelles fonctionnalités
différenciées



Les grandes entreprises, en particulier, accordent davantage d'importance à l'engagement **(54 %)** que leurs homologues de taille moyenne **(49 %)**. Qu'elle soit externe ou interne, la pression pour offrir un service fluide, personnalisé et basé sur des informations pertinentes ne fait que s'intensifier.

L'impératif de l'hybride : quand contrôle rime avec agilité

Les systèmes de communication hybrides sont désormais la norme, **91 %** des entreprises les privilégient dans leurs plans de modernisation. Pourquoi ? Parce qu'ils offrent l'équilibre exigé par les stratégies actuelles en matière d'expérience employé (EX) et d'expérience client (CX). Principaux facteurs favorisant l'adoption du modèle hybride :

Collaboration à distance :

68%

citent une meilleure prise en charge des équipes dispersées

Contrôle et sécurité des données :

57%

préfèrent le modèle hybride pour protéger les informations sensibles

Évolutivité et uniformité :

53%

affirment que le modèle hybride favorise la croissance et la continuité des opérations

Maximisation de la valeur :

45%

souhaitent intégrer leurs investissements PBX existants à de nouvelles fonctionnalités

Pour des secteurs tels que les services financiers, la santé, l'éducation et l'administration publique, l'architecture hybride permet un engagement moderne tout en préservant la conformité et le contrôle local, ce qui en fait une architecture essentielle pour les entreprises à mission.

Une expérience optimisée par l'IA : passer du service à l'accompagnement

L'intelligence artificielle (IA) n'est plus une option, elle est fondamentale. Plus de la moitié des entreprises interrogées explorent activement l'IA pour améliorer leur productivité et leur réactivité. Comment les organisations utilisent l'IA :

Augmenter l'efficacité
du personnel :

56%

utilisent l'IA pour automatiser les
tâches routinières

Améliorer le temps
de réponse :

53%

déploient des agents virtuels et des
outils d'assistance

Faciliter la
collaboration interne :


52%

affirment que l'IA aide à relier
les équipes en silos

Résumer et personnaliser les
interactions :

48%

utilisent l'IA pour personnaliser les
communications



Les centres de contact intelligents d'aujourd'hui passent d'un service transactionnel à une prise en charge riche en information. Des outils tels que l'assistance des agents basée sur l'IA, l'analyse des sentiments et la synthèse aident les agents à comprendre non seulement ce qui est demandé, mais aussi pourquoi, pour une approche plus empathique et proactive. Les fonctionnalités les plus importantes sont les suivantes :

51% Gestion de la qualité

44% Gestion des effectifs

50% Intégration CRM

41% Agents virtuels intelligents

Ce que recherchent les leaders qui privilégient l'expérience

Les organisations n'achètent pas seulement des technologies, elles sélectionnent ce qui donne du résultat. L'étude montre un déplacement net vers des solutions qui allient qualité de service et impact à mission.

Principaux critères de décision pour les communications orientées sur l'expérience :

Intégration avec les applications métier

58%

Capacités d'IA et d'assistance virtuelle

53%

Technologie de centre de contact

48%

Automatisation des flux de travail et insights issus de l'IA

43%

Les clients de Mitel, en particulier, accordent une importance accrue à l'innovation dans les centres de contact, à l'analyse IA et à l'intégration CRM approfondie, ce qui témoigne de stratégies d'expériences plus abouties autant auprès des environnements orientés clients qu'employés.



La force du partenariat : plus qu'un software, des résultats durables

Les centres de contact modernes n'arrêtent pas leurs besoins aux licences et fonctionnalités : ils requièrent stratégie, intégration et support en continu. Les organisations de premier plan recherchent des partenaires de communication qui les aident à accroître leur valeur au fil du temps. Ce que les acheteurs attendent :



73%

souhaitent bénéficier d'une aide pour élaborer une stratégie de communication de bout en bout



48%

des clients Mitel prévoient d'investir dans des intégrations personnalisées



La qualité du service et de l'assistance est déterminante dans le choix d'un partenaire à long terme

Cela est particulièrement important dans les secteurs de l'éducation publique, de la santé et autres à but non lucratif où les ressources internes sont limitées et la prestation se doit d'être constante. Le prestataire adéquat contribue à améliorer à la fois l'expérience des agents et les résultats obtenus.

Conclusion : l'expérience concerne tout le monde

L'expérience ne se limite pas à la clientèle. Les employés, les citoyens et les équipes comptent sur des interactions rapides, réactives et réfléchies. Ces expériences commencent et se terminent de plus en plus dans votre centre de contact.

La modernisation de votre centre de contact n'est pas seulement une décision d'infrastructure, c'est une étape stratégique vers la mise en place d'une connexion, d'un service et d'une continuité, où cela compte le plus. Grâce à la flexibilité hybride, aux insights délivrés par l'IA et aux flux de travail intégrés, vous êtes mieux à même d'aider les personnes qui comptent sur vous, chaque jour, à chaque interaction et expérience.

Montrez la voie.

Proposez des expériences à la hauteur de vos équipes.