

# Manuel sur l'expérience client

Août 2020

# Table des matières

Introduction .....	3
Nouvelles réalités du marché .....	4
Pourquoi l'expérience client est-elle importante? .....	5
Un cadre stratégique pour la transformation de l'expérience client .....	7
Pilier : Interaction avec les clients .....	8
Création d'interactions personnelles qui évoluent .....	9
Optimisation d'une expérience client autonome .....	11
Anticipation des besoins des clients .....	13
Les prochaines étapes pour améliorer l'interaction avec vos clients .....	15
Pilier : Optimisation du travail des employés .....	16
Création de profils clients à 360 degrés .....	17
Simplification d'une collaboration à tout moment et partout .....	19
Intégration de l'assistance intelligente dans les flux de travail .....	21
Les prochaines étapes pour outiller vos employés .....	24
Pilier : Optimisation des opérations .....	25
Élimination des cloisonnements organisationnels .....	26
Mise en place de l'agilité opérationnelle .....	29
Amélioration des opérations en temps réel .....	31
Prévision de l'avenir pour garantir la réussite .....	33
Les prochaines étapes pour optimiser vos opérations .....	35
Les clés vers une transformation réussie de l'expérience client .....	36
À propos de Microsoft Dynamics 365 / PSFK .....	38

# Introduction

Aujourd'hui, la quasi-totalité des expériences client dans tous les secteurs, qu'il s'agisse de la distribution en magasin, des opérations bancaires personnelles ou de la fabrication, est dirigée ou soutenue par la technologie numérique. Les clients s'attendent à une attention et à un service à la demande à chaque étape de leur parcours, de la promotion des ventes à l'exécution des commandes et au soutien après-vente. Afin de répondre aux attentes des clients, les entreprises doivent investir dans la technologie appropriée pour optimiser des expériences et des services proactifs et personnels.

Le potentiel des nouvelles technologies d'expérience client actuelles est passionnant. De l'apprentissage automatique au traitement du langage naturel en passant par la réalité mixte, les plateformes et les outils d'entreprise actuels promettent une modification radicale de la façon dont les entreprises interagissent avec les clients, de la rapidité à laquelle elles évoluent et de la précision avec laquelle elles font des recommandations et résolvent les problèmes. Chaque interaction avec les clients donne l'occasion aux entreprises d'en savoir plus sur chaque client et d'améliorer leur parcours de bout en bout grâce au service et à la technologie.

Bien que les entreprises reconnaissent le potentiel de la technologie pour améliorer l'expérience des clients, il est difficile d'aligner les nouvelles solutions sur les services et les scénarios clients appropriés afin d'atteindre leur véritable valeur. La technologie d'entreprise n'est utile que si elle est comprise et utilisée par les employés. Les chefs d'entreprise doivent comprendre comment chaque investissement ou décision lié(e) à la technologie de l'expérience utilisateur permettra à leurs équipes d'exceller dans l'interaction avec les clients et l'efficacité opérationnelle.

Lorsqu'elles se concentrent sur les problèmes, les objectifs et les métriques appropriés, les solutions numériques fonctionnent de concert pour inciter une entreprise à atteindre de nouveaux niveaux de satisfaction et de réussite des clients. Ce rapport sur les tendances est conçu pour explorer les dernières technologies d'entreprise et partager la façon dont elles impactent l'expérience utilisateur grâce à l'interaction avec les clients, à la productivité des employés et à l'efficacité opérationnelle. Conjointement, ces systèmes offrent des expériences client modernes et unifiées, qui permettent à votre entreprise de devancer les actions de vos concurrents et, plus importantes encore, les attentes de vos clients.

# Nouvelles réalités du marché

## L'interaction avec les clients a évolué

Le monde est désormais axé sur la mobilité, et il se caractérise par sa fluidité numérique. En conséquence, les clients s'attendent à ce que les marques et les entreprises soient toujours disponibles au bon moment et au bon endroit pour leur offrir des expériences cohérentes, pratiques et personnalisées.

## La confiance dans les marques et les entreprises s'est affaiblie

Les réseaux sociaux ont amplifié la voix du client et ont démocratisé l'influence des informations et l'accès à celles-ci. Les opinions des amis et des pairs ont un impact plus important, et il est plus facile que jamais de passer à la concurrence. Désormais, les clients ont le contrôle.

## Les clients et les marchés évoluent en temps réel

Les systèmes hérités et les opérations cloisonnées ne peuvent plus suivre le rythme. Pour réussir, les marques et les entreprises doivent permettre à leurs employés et à leurs processus de réagir immédiatement face au changement, pour offrir des expériences exceptionnelles et saisir de nouvelles occasions de revenus.

## Les données constituent la ressource la plus précieuse

Les marques et les entreprises détiennent une multitude d'informations générées par les opérations internes, ainsi que des interactions avec les clients qui couvrent les canaux et les plateformes, mais une grande partie de leur potentiel n'est pas concrétisée. Pour tirer véritablement parti de la situation, les entreprises doivent adopter une approche intégrée capable d'extraire des informations exploitables et de les partager au sein de l'organisation.

## De nouvelles solutions pour mettre à l'échelle

L'équilibre entre les ressources existantes et les nouveaux investissements pour stimuler la croissance demeure un défi pour toutes les organisations. L'adoption d'outils d'automatisation intelligents génère des gains de productivité et d'efficacité significatifs, ce qui permet aux employés de se concentrer sur les tâches axées sur le client et l'innovation afin d'augmenter le chiffre d'affaires.

# Pourquoi l'expérience client est-elle importante?

## L'expérience client contribue à une interaction positive avec les clients

94 %

94 % des consommateurs qui accordent une très bonne note à l'expérience client d'une entreprise ont de « très grandes chances » d'acheter davantage de produits ou de services auprès de cette entreprise à l'avenir. 95 % des consommateurs qui accordent une très bonne note à l'expérience client d'une entreprise ont de « très grandes chances » de la recommander.

[ROI of Customer Experience, XM Institute, 2019](#)

82 %

82 % des acheteurs d'entreprise et 59 % des consommateurs sont prêts à payer plus pour une expérience formidable.

[State of the Connected Customer Report, Salesforce, 2019](#)

## L'expérience client augmente le chiffre d'affaires



La transformation numérique et l'accent mis sur l'expérience client peuvent générer une augmentation de 20 à 30 % de la satisfaction des clients, une amélioration de 10 à 20 % de la satisfaction des employés et des gains économiques de 20 à 50 %.

[What Matters In Customer-Experience Transformations, McKinsey, 2019](#)



63 % des cadres dont les entreprises ont adopté l'IA déclarent que cela a permis d'augmenter le chiffre d'affaires dans les secteurs d'activité où elle est utilisée, et 44 % estiment que l'IA a réduit les coûts.

[Global AI Survey, McKinsey, 2019](#)



Entre 2018 et 2019, les organisations qui ont déployé l'intelligence artificielle ont connu une croissance de 4 % à 14 %.

[2019 CIO Agenda Survey, Gartner, 2018](#)

# L'expérience client optimise votre avantage concurrentiel



81 % des grandes entreprises envisagent d'accroître leur intérêt pour l'expérience client au cours de l'année à venir.

[The State of Customer Experience Management, XM Institute, 2019](#)



93 % des dirigeants informatiques affirment que l'amélioration de la technologie en contact direct avec les clients est essentielle pour que leur entreprise puisse rivaliser avec ses concurrents. 77 % des responsables informatiques augmentent l'investissement dans l'expérience client.

[Enterprise Technology Trends Report, Salesforce, 2019](#)



En ce qui concerne l'innovation, 35 % des entreprises performantes ont été les premières à agir contre 11 % parmi les entreprises peu performantes.

[State Of Innovation, CB Insights, 2018](#)



70 % des entreprises qui obtiennent d'excellents résultats sont suffisamment agiles pour répondre rapidement aux demandes et aux informations des clients, par rapport à 37 % de celles qui ont des résultats médiocres. 72 % des entreprises qui obtiennent d'excellents résultats recueillent en permanence des informations sur les attentes des clients, les tendances et les commentaires, contre 54 % des entreprises qui ont des résultats médiocres.

[Consumer Experience In The Retail Renaissance, Deloitte Digital And Salesforce, 2018](#)

# Un cadre stratégique pour la transformation de l'expérience client

## Interagir avec les clients

- Création d'interactions personnelles qui évoluent
- Optimisation d'une expérience client autonome
- Anticipation des besoins des clients

## Outils des employés

- Création de profils clients à 360 degrés
- Simplification d'une collaboration à tout moment et partout
- Intégration de l'assistance intelligente dans les flux de travail

## Optimiser les opérations

- Élimination des cloisonnements organisationnels
- Mise en place de l'agilité opérationnelle
- Amélioration des opérations en temps réel
- Prévion de l'avenir pour garantir la réussite

# Pilier : Interaction avec les clients

En ce qui concerne l'expérience client, les organisations excellent lorsqu'elles répondent non seulement aux préoccupations des acheteurs, mais également à l'élaboration de relations proactives et personnalisées avec leur public. Les clients ne se considèrent pas comme des problèmes à résoudre, mais comme des individus ayant des objectifs et des besoins particuliers, et ils espèrent que les marques pourront le comprendre et s'adapter en conséquence. En combinant les meilleures pratiques en matière d'interaction avec les clients avec les solutions numériques pilotées par les données, comme les systèmes CRM synchronisés et les services anticipés optimisés par l'IA, les entreprises peuvent s'assurer que chaque interaction est pertinente, personnelle et efficace.



*« Les clients savent que les entreprises peuvent offrir une expérience transparente, personnalisée et attrayante, et s'attendent à en vivre une chaque fois qu'ils ont affaire à une marque spécifique. L'ensemble de l'organisation joue un rôle dans la satisfaction de cette attente. »*

Christi Olson, Responsable de l'évangélisation pour la recherche, Microsoft

## Mise en place des solutions

- **Profils unifiés de données client :** des plateformes de données client complètes rassemblent des informations sur les clients de chaque canal et à chaque étape du parcours de l'utilisateur pour tirer des enseignements exploitables sur leurs besoins et préférences.
- **Organisation informatisée :** les plateformes d'apprentissage automatique trouvent des modèles dans les comportements, les choix et les commentaires des clients pour personnaliser les recommandations et les plans d'action futurs.
- **Recherche guidée :** le traitement du langage naturel tire parti des données massives de votre entreprise pour guider les clients vers les produits ou les réponses dont ils ont besoin avec un minimum de difficulté et de frustration.
- **Service proactif :** à l'aide des données historiques et en temps réel recueillies à partir d'interactions personnelles, d'appareils dotés de l'intelligence artificielle et d'autres points de contact avec les clients, les logiciels basés sur l'IA prévoient les besoins futurs, les obstacles ou les événements, et modifient le cours de l'entreprise pour résoudre ces situations avant même qu'elles ne surviennent.



# Création d'interactions personnelles qui évoluent

Les clients ont peu de temps et d'attention. Pour réduire le désordre des informations, des notifications et des communications qui caractérisent le paysage actuel, ils attendent de la personnalisation et de la pertinence. Les profils de données client unifiés et les systèmes CRM avancés permettent aux entreprises de proposer des services personnalisés et adaptés qui dépassent les attentes des clients. Ces plateformes intelligentes suivent et analysent les préférences des clients, les objectifs et l'historique d'interaction, ainsi que des facteurs externes comme l'évolution des conditions du marché, afin de fournir un niveau de service personnalisé autrefois réservé uniquement aux meilleurs agents des clients. La gestion des relations axée sur les données renforce le rapport client, accroît la satisfaction et favorise la demande, le tout à l'échelle de l'entreprise.

## Données à l'appui



« Ce qui est important dans une expérience d'achat Nike, c'est qu'avec l'apprentissage automatique et l'IA, nous pouvons faire en sorte que chaque expérience numérique avec Nike soit unique et personnelle. Je souhaite qu'un jour vous ayez la sensation d'avoir votre propre magasin personnel organisé pour vous dans le cadre de nos expériences d'application. »

Heidi O'Neill, Présidente, Nike Direct

62 %

Une personnalisation accrue dans le secteur de la distribution entraîne une augmentation de 40 % dans la valeur moyenne des commandes et une augmentation de 110 % du nombre d'articles achetés.

Level of Personalization in Retail,  
Boston Consulting Group, 2019

## Comment cela se manifeste-t-il?

### 24 Hour Fitness

#### Mise à l'échelle de la personnalisation grâce à l'analyse intelligente des données

Afin de se démarquer sur un marché saturé, le centre de remise en forme américain 24 Hour Fitness a relié ses données de marketing et de vente à Microsoft Dynamics 365 et Adobe Experience Cloud sur Microsoft Azure, en proposant des messages marketing personnalisés pour l'ensemble de sa base de membres. En appliquant l'analyse de données au marketing des membres, l'approche de la personnalisation basée sur l'intelligence de 24 Hour Fitness a finalement optimisé des expériences personnalisées à grande échelle pour les millions de membres fréquentant ces quelques 400 centres de remise en forme. Grâce à sa collaboration avec Microsoft pour créer de nouvelles solutions, 24 Hour Fitness est désormais capable d'atteindre ses clients de nouvelles façons plus exceptionnelles les uns que les autres, en offrant aux membres de longue date et aux nouveaux participants le même niveau de personnalisation, et en aidant davantage de personnes à atteindre leurs objectifs de remise en forme.

[En savoir plus](#)

### Citizens Bank

#### Produits financiers adaptés aux différentes étapes de la vie et aux objectifs des acheteurs

Le groupe financier Citizens Bank a lancé Made Ready, une nouvelle initiative de services bancaires pour les particuliers qui permet d'adapter les produits financiers de l'entreprise aux stades actuels de la vie ou de l'entreprise des clients. En utilisant les données individuelles des clients, Citizens Bank organise des produits et des services autour d'une expérience adaptée au parcours de chaque client, comme l'inscription à l'université, l'achat d'une première maison, le lancement d'une entreprise ou la planification de la retraite. Conçu pour plaire aux plus jeunes clients en particulier, Made Ready se concentre sur les besoins financiers de la génération Y, notamment avec les prêts au point de vente et le refinancement des prêts étudiants.

[citizensbank.com](https://citizensbank.com)

# Optimisation d'une expérience client autonome

À l'ère de la technologie omniprésente, les clients sont de plus en plus à l'aise pour naviguer, acheter et même résoudre des problèmes par eux-mêmes avant de se tourner vers les marques pour obtenir de l'aide. Au lieu d'entraver l'indépendance des clients, les entreprises peuvent améliorer l'expérience en automatisant les étapes du parcours, en supprimant les obstacles et en développant des soutiens faciles à utiliser qui simplifient le processus et permettent aux clients d'obtenir davantage de choses par eux-mêmes.

## Données à l'appui

57 %

Lorsqu'un client de vente au détail est en ligne et qu'une option en libre-service est disponible pour l'aider, 57 % des clients déclarent qu'ils essaieront généralement une option en libre-service avant de contacter le service à la clientèle.

[Retail Report, CFI Group and Radial, 2019](#)



« Les organisations de service à la clientèle doivent faciliter et optimiser le libre-service. Le libre-service doit connecter le client à la bonne réponse ou la bonne solution. Il doit être fourni lorsque l'interaction avec le client a déjà été effectuée, avec une compréhension complète de son contexte et du flux de ses actions au sein de l'application qu'il utilise. »

[Your Customers Want to Self-Serve—It's Good For Them And Good For You, Forrester, 2019](#)

## Comment cela se manifeste-t-il?

### Directly

#### Produits financiers adaptés aux différentes étapes de la vie et aux objectifs des acheteurs

Pour automatiser son offre de service à la clientèle, Microsoft a collaboré avec le fournisseur de logiciels Directly pour associer les porte-parole de la marque à l'intelligence artificielle. Cela a permis de créer une expérience d'assistance plus efficace et plus autonome pour les clients. Tandis que l'IA entraînée gère les problèmes plus simples, les experts en produits et services sont libres de s'occuper de problèmes plus complexes. Alors que son service de soutien à la clientèle gère 2 millions d'interactions en moyenne par an, Directly a opté pour une stratégie d'économie à la demande, ce qui a permis à Microsoft de s'appuyer sur des employés déjà formés et de mettre à l'échelle ses équipes de soutien aux moments les plus critiques tout au long de l'année, en fournissant de la valeur aux clients à la recherche de solutions instantanées. Ce niveau de service autonome a permis à Microsoft d'atteindre des scores de satisfaction des clients supérieurs à 90 %, tandis que 25 % de tous les problèmes liés à la Xbox peuvent désormais être résolus automatiquement.

[En savoir plus](#)

### Ethos

#### L'apprentissage automatique simplifie les applications d'assurance-vie

Ethos, une compagnie d'assurance qui s'adresse directement au consommateur, utilise l'apprentissage automatique et l'analyse des données massives pour réduire le temps et les soucis des clients qui souhaitent souscrire à une assurance-vie. L'assurance-vie classique est vendue aux clients par l'intermédiaire d'agents, et l'ensemble du processus peut prendre en moyenne 15 semaines. Cela oblige parfois les clients à subir des examens médicaux et des bilans sanguins complets. Afin de simplifier l'expérience, Ethos demande aux clients de remplir un questionnaire en ligne d'une durée de quelques minutes, les réponses étant ensuite comparées aux dossiers médicaux. Les données personnelles sont analysées de manière algorithmique en fonction des modèles de données massives pour établir plusieurs devis d'assurance, que les clients peuvent examiner et sélectionner dans le navigateur. En simplifiant la réalisation des devis, Ethos améliore l'accès à l'assurance et guide les clients afin qu'ils prennent des décisions éclairées lors du choix de leurs polices d'assurance.

[ethoslife.com](https://ethoslife.com)

# Anticipation des besoins des clients

À mesure que les entreprises utilisent des logiciels et des systèmes de plus en plus connectés, les outils d'intelligence artificielle exploitent la rétroaction liée à leur utilisation répétée afin de mieux comprendre les besoins et les objectifs des clients. Grâce à ce cycle de performance et de commentaires, les expériences basées sur l'intelligence artificielle évolueront d'une prise en charge réactive à l'offre d'un service proactif, qui inclut l'automatisation des tâches régulières, l'offre d'une assistance ponctuelle et le dépannage pour résoudre les difficultés potentielles avant qu'elles ne deviennent des problèmes. Les clients recherchent des entreprises qui sont équipées pour gérer l'expérience client d'une telle manière.

## Données à l'appui



« Depuis toujours, nous excellons dans la génération réactive de rapports. Aujourd'hui, c'est principalement la maintenance préventive qui a été le déclencheur de la mise en place des analyses. »

Peter Wallin, Architecte de solutions de veille stratégique, Volvo Group



L'analyse du parcours du client devrait atteindre près de 25,93 milliards de dollars d'ici 2026.

Global Customer Journey Analytics Market Opportunities, Verified Market Research, 2019



Lorsqu'elle est intégrée dans la maintenance prédictive, l'IA peut entraîner une réduction de 10 % des coûts de maintenance annuels, de 20 % des temps d'arrêt et de 25 % des coûts d'inspection.

Smartening Up With AI, McKinsey, 2017

## Comment cela se manifeste-t-il?

### Lexmark

#### Anticiper les besoins des clients grâce à des appareils basés sur le nuage et connectés à l'Internet des objets

Le fabricant d'imprimantes et fournisseur de services infonuagiques Lexmark a combiné ses appareils IdO avec la plateforme CRM infonuagique Microsoft Dynamics 365 Field Service pour offrir une fonctionnalité de service après-vente connectée. Une prise en charge prédictive a ainsi pu être proposée pour permettre aux agents de service sur le terrain de Lexmark de détecter les problèmes, de les résoudre et de fournir systématiquement toutes les pièces de rechange nécessaires au bon technicien, à l'échelle.

En tirant parti de Dynamics 365 pour suivre et analyser en continu les données issues de leurs imprimantes connectées à l'Internet des objets, à savoir le temps, l'emplacement, les taux d'utilisation et la saisonnalité, les équipes de Lexmark peuvent ensuite utiliser les fonctionnalités de modélisation visuelle dans Azure Machine Learning pour créer un algorithme qui calcule la quantité restante de poudre d'encre et le calendrier d'épuisement des imprimantes, afin d'offrir au client une expérience positive.

[En savoir plus](#)

### Marvis de Juniper Mist

#### Les moteurs d'IA prédisent et corrigent les problèmes de connectivité Internet

Le logiciel de gestion de réseau Juniper Mist associe l'intelligence artificielle et les données massives pour résoudre les problèmes de manière proactive dans les réseaux Internet câblés et sans fil locaux. L'entreprise a lancé son moteur d'intelligence artificielle, Marvis, pour suivre les performances du réseau, résoudre automatiquement les problèmes de connectivité lorsque cela est possible, et fournir à son équipe informatique une analyse des causes profondes et des suggestions de prochaines étapes le cas échéant. En gérant la connectivité pour les entreprises, les organisations, les espaces publics et même les réseaux automobiles automoteurs, Marvis offre à ses clients d'entreprise une expérience Internet fiabilisée et simplifiée.

[mist.com/juniper](https://mist.com/juniper)

# Les prochaines étapes pour améliorer l'interaction avec vos clients

- Les clients s'attendent à ce que vous leur présentiez une vue à 360 degrés de leur parcours. Investissez dans l'unification des profils de données de vos clients afin de suivre leurs expériences complètes et de définir les obstacles qu'ils rencontrent le plus souvent
- Le parcours client continue, quel que soit l'appareil utilisé par vos clients. Engagez-vous à développer une expérience transparente sur tous les canaux et à vous assurer que vos plateformes de données client fonctionnent selon un modèle omnicanal.
- Les clients se tournent vers des services qui leur facilitent la vie, et les marques les plus serviables sont les premières qui leur viennent à l'esprit. Intégrez les capacités d'intelligence artificielle à vos produits et systèmes, en leur permettant d'apprendre à partir d'interactions répétées, de personnaliser en fonction de l'implication des utilisateurs et de prévoir les besoins et les défis futurs.
- Respectez les compétences de vos utilisateurs finaux. Qu'il s'agisse de consommateurs de détail, de cliniciens hospitaliers ou de décisionnaires d'entreprise, développez des interfaces intuitives qui les aideront à atteindre leurs objectifs sans les obliger à maîtriser de nouveaux logiciels.

# Pilier : Optimisation du travail des employés

Qu'il s'agisse de travailler individuellement ou en équipe, les employés constituent le plus grand atout d'une entreprise pour développer des solutions innovantes et offrir un service exceptionnel. Toutefois, les employés travaillent mieux lorsqu'ils ont à leur disposition des plateformes numériques et des outils qui automatisent les tâches fastidieuses, fournissent des informations en temps réel sur les clients et facilitent de nouvelles formes de collaboration. En combinant l'expertise des employés avec des logiciels agiles, les entreprises permettent aux employés de consacrer davantage de temps et d'efforts à la pensée créative et à la résolution des problèmes.



*« À mesure que l'IA aide les dirigeants à gérer plus efficacement leurs tâches opérationnelles, ils peuvent se concentrer davantage sur l'outillage de leur personnel. Cela signifie qu'il est nécessaire de faire confiance aux personnes pour relever les défis à leur manière et s'assurer qu'elles disposent du meilleur équipement possible. Pour résumer, les dirigeants peuvent passer plus efficacement du rôle de gestionnaire à celui de mobilisateur. »*

Michel van der Bel, Président,  
Microsoft EMEA

## Mise en place des solutions

- **Logiciel de collaboration de réalité mixte** : les plateformes de RA et de RV permettent à tous les employés, équipes ou services d'itérer en temps réel sur les concepts, les conceptions et les schémas de produits.
- **Analyse des sentiments** : le logiciel d'intelligence artificielle traite les données textuelles, vocales et de reconnaissance faciale pour aider les employés à mieux comprendre les états émotionnels des clients ou de leurs coéquipiers, et à ajuster leur plan d'action en conséquence.
- **Assistance à distance en temps réel** : les employés peuvent tirer parti de la diffusion vidéo chiffrée et des plateformes de réalité augmentée pour voir directement ce que les clients ou d'autres collègues connaissent et fournir une assistance ou un dépannage sur le moment.



# Création de profils clients à 360 degrés

Afin de garantir la personnalisation et la reconnaissance que les clients sont en droit d'attendre, les entreprises doivent investir dans la synchronisation des profils des clients et l'utilisation d'outils d'analyse client fiables, accessibles par les employés sur n'importe quelle plateforme et à n'importe quelle étape du parcours du client. Même lorsque les clients traitent avec différents agents et sur différents canaux, cette vue à 360 degrés de l'historique de chaque client permet aux employés de tous les niveaux d'une organisation de traiter le client comme une personne valorisée, et de s'assurer qu'il reçoit une expérience cohérente accompagnée d'une touche personnelle.

## Données à l'appui



*« Je pense à l'endroit où nos clients grandissent et à la nécessité de les rencontrer sur leurs parcours individuels, avec des expériences personnelles basées sur les données et ce que nous savons à leur sujet. Le parcours de chacun est unique, et ces parcours ne sont plus linéaires. »*

**Beth Johnson, Directrice marketing, Citizens Bank**



*« Notre utilisation des données n'a pas seulement pour objectif d'automatiser, mais aussi d'équiper [les employés] d'outils et d'informations leur permettant de faire des choses qu'ils ne seraient pas en mesure de réaliser autrement. »*

**Brad Klingenberg, Responsable des algorithmes, Stitch Fix**

## Comment cela se manifeste-t-il?

### AEP Energy

#### Les profils clients unifiés créent une vue à 360 degrés et une expérience plus personnalisée

Pour mieux s'aligner sur les attentes croissantes des clients, le fournisseur de solutions énergétiques nationales AEP Energy a adopté Microsoft Dynamics 365 Customer Insights, une solution de plateforme de données client. Grâce à cette solution, AEP Energy peut créer des profils clients unifiés en rassemblant des sources de données transactionnelles généralement cloisonnées comme la CRM et la planification des ressources d'entreprise, ainsi que des données comportementales sous la forme d'une utilisation réelle du produit pour créer une véritable vue à 360 degrés du client. Grâce à cette vision plus détaillée de leurs clients, les équipes du service à la clientèle d'AEP Energy sont en mesure de les aider à mieux comprendre les différents produits et services que la société peut leur offrir, en leur proposant un service de conseil plus personnalisé. En associant les profils unifiés des clients à l'IA, les agents d'AEP Energy sont en mesure d'exploiter de nouvelles informations en repérant les prospects les plus susceptibles de devenir des clients. Ils peuvent également repérer les comptes existants qui répondraient favorablement à une nouvelle offre énergétique, ou encore ceux qui risquent de cesser leur relation avec l'entreprise et qui ont besoin d'un soutien plus poussé.

[En savoir plus](#)

### Stitch Fix

#### Les cartes de style client informent les recommandations des stylistes

Le service de style personnalisé en ligne Stitch Fix fait appel à l'IA et à l'apprentissage automatique pour fournir à ses stylistes humains des informations qui leur permettent d'améliorer les recommandations qu'ils font à leurs clients. En analysant les comportements d'achat et les préférences de mode exprimées par les acheteurs, Stitch Fix génère une carte de style pour chaque client qui est composée de centaines de suggestions pour des pièces vestimentaires. Les stylistes associent les informations contenues dans ces cartes de style avec leurs propres relations personnelles avec les acheteurs pour organiser régulièrement des livraisons de nouveaux produits pour les clients. Grâce à des cartes de style exhaustives, les 3 000 stylistes de Stitch Fix peuvent personnaliser leur service pour les 3,2 millions de clients de l'entreprise.

[stitchfix.com](https://stitchfix.com)

# Simplification d'une collaboration à tout moment et partout

Les membres du personnel bénéficient de ce travail conjoint, mais les moments de coopération et de collaboration ne doivent pas nécessairement se produire dans la même pièce. Les services de communication en diffusion, les espaces de collaboration de réalité mixte et les plateformes d'assistance à distance permettent d'effectuer plusieurs tâches au sein d'une organisation (qu'il s'agisse des représentants du service sur le terrain, du personnel de vente ou d'experts en la matière) afin de faciliter le travail conjoint et de combler les lacunes en matière de compétences, sur place ou à distance. Ces solutions permettent une communication et une résolution des problèmes en temps réel, ce qui accélère les délais de mise en œuvre et de résolution, tout en détruisant les cloisonnements des services.

## Données à l'appui

36 %

Parmi les principaux défis cités par les fabricants qui pourraient compromettre les investissements dans des solutions intelligentes à l'avenir, 36 % ont cité des « lacunes en compétences techniques » qui les empêchent de profiter au maximum de leur investissement.

**Creating Lasting Value in the Age Of AI And IoT: Futureproofing Your Business, Intel, 2019**

50 %

D'ici 2022, plus de 50 % des fournisseurs de services sur le terrain offriront une expérience client numérique qui permettra une interaction bidirectionnelle et une initiation au flux de travail par l'intermédiaire de multiples canaux humains et non humains.

**Magic Quadrant for Field Service Management, Gartner, 2019**

## Comment cela se manifeste-t-il?

### Chevron

**Les outils de RA permettent une collaboration simplifiée à tout moment, où que vous soyez**

Pour créer un environnement de travail fiable, sécurisé et collaboratif sur chacun de ses sites, la multinationale énergétique Chevron utilise Microsoft Dynamics 365 Remote Assist et HoloLens afin d'améliorer les performances de ses employés. Après avoir examiné la façon dont ses employés utilisaient la technologie, Chevron a commencé à utiliser le HoloLens afin de permettre à ses ingénieurs de consacrer plus de temps à la valeur ajoutée du travail, et d'atteindre le prochain niveau de numérisation. Pour Chevron, HoloLens facilite deux services distincts, le premier étant Remote Expert, dans le cadre duquel l'entreprise peut placer n'importe quel expert n'importe où dans le monde en moins d'une minute pour fournir des solutions guidées, et Remote Inspection, dans le cadre duquel les inspecteurs de Chevron sont en mesure d'observer à distance la construction et les opérations au sein de l'un des sites en temps réel. Étant donné qu'ils peuvent transporter numériquement des experts vers des zones et des installations difficiles à atteindre à travers le monde, les ingénieurs de Chevron sont en mesure de simplifier et de simplifier leurs flux de travail, ce qui réduit les dépenses au sein de l'entreprise et améliore sa rentabilité.

[En savoir plus](#)

### Walgreens

**Les appareils portables relient les employés du magasin au soutien humain et à l'assistance par IA**

La chaîne nationale de drugstores Walgreens a équipé ses employés chargés de la vente au détail d'appareils portatifs mains-libres qui les relient à leur équipe en magasin, ainsi qu'à un assistant intelligent. Non seulement les vendeurs en magasin peuvent demander le soutien d'employés supplémentaires, mais ils sont en mesure d'interagir avec un assistant optimisé par l'IA pour accéder à des informations sur les stocks en magasin, la marque Walgreens et l'expérience client. Walgreens a l'intention de mettre en œuvre l'assistant vocal dans ses 9 560 magasins afin de relier ses employés de la distribution à son réseau d'entreprise, ce qui permettra aux équipes en magasin d'améliorer l'expérience des clients et des patients.

[walgreens.com](https://www.walgreens.com)

# Intégration de l'assistance intelligente dans les flux de travail

Même les employés les mieux formés ont besoin d'un soutien supplémentaire pour gérer des scénarios particulièrement complexes. Les organisations déploient des logiciels sensibles au contexte pour comprendre les besoins du personnel à un moment donné et les associer aux ressources nécessaires pour réussir. Les outils en contact direct avec les employés, comme l'IA conversationnelle, peuvent fournir des informations et des analyses de sentiments appropriées afin de résoudre plus rapidement les problèmes et d'éviter la remontée du problème. De plus, les programmes et outils de formation en temps réel peuvent être intégrés directement aux flux de travail quotidiens, en informant les agents des derniers conseils et fonctions, tout en améliorant leurs performances.

## Données à l'appui



Dans une enquête réalisée auprès de plus de 500 employés, seuls 10 % des personnes interrogées ont déclaré avoir l'impression de contrôler la façon dont elles passaient leur temps au travail.

**Workplace Communication Survey,  
RescueTime, 2018**



Les DSI automatiseront 10 % de leurs tâches informatiques et cherchent à améliorer les compétences de chacun.

**Predictions 2020, Forrester, 2019**



*« Nos clients s'attendent à ce que nous les menions jusqu'à leurs destinations en toute sécurité et dans les temps, quels que soient les obstacles à affronter. C'est pourquoi nous ajoutons une plateforme d'apprentissage automatique à notre gamme d'outils en coulisses, afin que les quelques 80 000 [employés] de Delta puissent résoudre les problèmes encore plus rapidement et efficacement, même dans les situations les plus difficiles. »*

**Erik Snell, Vice-président principal des opérations et du centre client, Delta**



*« L'objectif est d'aider les humains en agrégeant et en traitant des données, puis en créant des informations à partir de celles-ci. La salle de contrôle fournira des informations et des prédictions, mais c'est à l'humain qu'il appartient de prendre la décision. À mesure que les systèmes deviennent plus intelligents, nous pouvons passer à l'automatisation complète par l'IA. Cela peut soulager les humains de se concentrer sur des opérations que l'IA ne peut pas faire : les relations, la chaîne d'approvisionnement ou les problèmes de clients, et la gestion des employés. »*

**Stuart Wong, Directeur principal de groupe, Advanced Remanufacturing and Technology Centre**

## Comment cela se manifeste-t-il?

### KPMG

#### L'assistance intelligente intégrée simplifie les flux de travail

L'organisation des services professionnels KPMG a collaboré avec Microsoft pour intégrer la solution Microsoft Azure Cognitive Services aux flux de travail de ses clients financiers et les aider à automatiser les transcriptions et à analyser les communications pour fraude, fausses déclarations, violations de données et autres risques liés à la conformité. En combinant l'analyse des risques client avec plusieurs composants de services cognitifs (notamment les services vocaux, l'analyse de texte, la compréhension du langage pour transcrire des appels enregistrés, la détection des modèles de texte et des mots-clés spécifiques et le signalement des risques liés à la conformité), KPMG aide ses clients à respecter leurs responsabilités en matière de conformité et à gérer les risques liés à l'entreprise. En transformant la rapidité avec laquelle KPMG peut répondre aux besoins de conformité des clients, l'entreprise est désormais en mesure de fournir des informations utiles en deux à quatre heures, ce qui permet aux clients de réduire de 80 % au maximum le temps, les efforts et le coût de la transcription et de l'analyse des appels.

[En savoir plus](#)

### EmployBridge

#### Le logiciel de langage naturel améliore les appels téléphoniques du service à la clientèle

La société de recrutement industriel EmployBridge communique quotidiennement avec les clients et les candidats potentiels au téléphone, ce qui explique les besoins de l'entreprise en matière d'interaction téléphonique efficace et de qualité. Pour soutenir cet objectif, EmployBridge a mis en œuvre un logiciel d'IA afin d'encadrer les employés, en analysant les appels des vendeurs de première ligne avec les clients. Le logiciel en tant que service (SaaS) applique le traitement du langage naturel et la détection des temps morts pour déterminer la satisfaction du client et détecter les lacunes des agents. En repérant les agents performants, le logiciel peut diffuser ses pratiques exemplaires aux autres employés, tout en améliorant les appels avec des informations qui peuvent être utilisées pour personnaliser et améliorer l'expérience client. Le soutien téléphonique augmenté permet à EmployBridge de réduire le temps d'intégration des nouveaux employés, d'améliorer le contrôle de la qualité des appels téléphoniques et de définir des stratégies efficaces qui seront mises en œuvre au sein de toute l'entreprise.

[employbridge.com](https://employbridge.com)

# Les prochaines étapes pour outiller vos employés

- Prenez le temps de comprendre les besoins et les frustrations spécifiques liés à chaque service. Si certains services ont besoin d'aide pour effectuer des recherches dans les fichiers et les bases de données, d'autres en ont besoin pour les conversations courantes. Intégrez des solutions numériques appropriées comme les recherches dans les bases de données et les outils de traitement du langage naturel pour répondre à leurs besoins spécifiques.
- N'oubliez pas de rechercher également la meilleure expérience utilisateur pour les outils des employés. Alors que les équipes internes ou dorsales peuvent préférer une application de bureau, les employés sur le terrain et les associés de vente au détail ont probablement besoin d'appareils mains libres ou portables.
- Examinez comment les plateformes de soutien peuvent contribuer à combler les lacunes en matière de connaissances. Qu'il s'agisse d'intégrer de nouveaux employés ou de fournir un soutien dans une situation particulièrement complexe, l'assistance basée sur l'intelligence artificielle peut réduire la dépendance constante envers le personnel d'encadrement.
- Bien que de nombreuses entreprises prennent en charge la collaboration entre bureaux ou à distance, elles ne prennent pas toujours le temps de déterminer quels outils numériques améliorent l'efficacité du travail. Assurez-vous que les outils de travail à distance fournissent une communication rapide, ainsi que des temps en face à face numérique ou des espaces virtuels nécessaires à la création conjointe des employés.
- Continuez à surveiller et à gérer la satisfaction des employés grâce aux outils de soutien numérique. Établissez des relations étroites avec les fournisseurs de technologies afin de vous assurer que vos employés connaissent l'ensemble des fonctionnalités des produits, et que les mises à jour de produits sont conformes aux commentaires et aux besoins de votre entreprise.



# Pilier : Optimisation des opérations

La transformation numérique n'est pas simplement une question de technologie supplémentaire qui serait ajoutée au-dessus des opérations existantes. Elle oblige les entreprises à repenser leurs modèles d'affaires et à réorganiser les personnes, les informations et les processus afin d'accélérer la rapidité des activités et d'anticiper de nouvelles occasions. Cette approche exige des systèmes de données et de logiciels dotés d'une analyse et d'une intelligence intégrées, qui permettraient d'optimiser des informations partagées et des stratégies cohérentes dans tous les services, notamment les finances, la fabrication, la chaîne d'approvisionnement, le commerce de détail et la distribution.



« Avec nos clients, nous constatons les premiers signes de concrétisation des avantages grâce à l'intelligence artificielle, le plus souvent en améliorant la qualité des produits, la production et l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement, ainsi que l'efficacité de leurs opérations de service. »

Chris Harries, Directeur mondial des solutions industrielles pour la fabrication, Microsoft

## Mise en place des solutions

- **Infrastructure en tant que service :** les systèmes fournissent des ressources informatiques virtualisées sur Internet; ainsi, la personnalisation est moins tributaire des sites de serveur physiques ou des logiciels de calcul intensifs.
- **Développement peu exigeant en code :** les nouvelles plateformes exploitent des composants à glisser-déplacer et des interfaces graphiques, qui permettent aux employés avec peu ou pas de compétences en codage de programmer des applications pour répondre à des problèmes non résolus. Les plateformes sont également suffisamment sophistiquées pour prendre en charge les développeurs professionnels dans des scénarios appropriés.
- **Applications à code source libre :** le logiciel à code source libre permet à l'équipe d'inspecter, de surveiller et de contribuer aux travaux numériques ou de données de chacun, en accélérant le processus d'harmonisation, de collaboration et d'innovation.
- **Fabrication à la demande :** même avec l'analyse des données en temps réel, les entreprises doivent mettre à jour leurs processus dorsaux afin d'agir sur des informations instantanées. La fabrication juste-à-temps réduit les temps de flux des systèmes de production afin de mettre en marché les idées plus rapidement.
- **Analyse prédictive :** grâce à des techniques comme la modélisation statistique et l'apprentissage automatique, l'analyse prédictive génère et affine les prévisions sur les clients, les marchés ou les tendances pour les entreprises.

# Élimination des cloisonnements organisationnels

En s'éloignant de leurs cloisonnements, les entreprises adoptent des solutions flexibles et basées sur le nuage qui leur permettent d'unifier en toute sécurité leurs systèmes de données et leurs opérations. Cette structure centralisée permet aux équipes internes et aux partenaires externes de collaborer plus efficacement, en partageant une vue unique et fiable des processus, des relations et des informations.

## Données à l'appui

80 %

Plus de la moitié des entreprises envisagent de réduire les dépenses de logiciels sur place, tandis que 80 % s'attendent à stimuler les investissements dans le nuage public et SaaS.

[IT Spending Survey, Flextera, 2020](#)



D'ici la fin de l'année 2019, plus de 30 % des nouveaux investissements des fournisseurs de technologie dans le domaine des logiciels passeront d'un modèle basé sur le nuage à un modèle entièrement infonuagique.

[Forecast: Public Cloud Services, Worldwide, 2016-2022, 4Q18 Update, Gartner, 2019](#)

70 %

D'ici 2022, 70 % des organisations auront une stratégie infonuagique officielle.

[Formulate A Cloud Strategy In The Context Of Your Overall Strategy, Gartner, 2019](#)



*« Les marques qui ont réellement des difficultés sont celles qui exercent leurs activités en ligne et en magasin dans des cloisonnements, sur des systèmes qui n'ont jamais été conçus en pensant à d'autres canaux. La clé d'un système omnicanal consiste à disposer d'un système unique pour les données omnicanales en temps réel (stocks, clients et commandes). »*

**Stephan Schambach, Fondateur et directeur général, NewStore**



*« La migration vers le nuage ne concerne pas uniquement le nuage. Les entreprises qui adoptent des modèles opérationnels dynamiques basés sur le nuage se positionnent pour optimiser les coûts et augmenter la compétitivité. »*

**Ed Anderson, Vice-président analyste distingué, Gartner**

## Comment cela se manifeste-t-il?

### Dr. Martens

#### Éliminer les cloisonnements organisationnels grâce à une chaîne d'approvisionnement connectée au nuage

La marque britannique de chaussures emblématique Dr. Martens a collaboré avec Microsoft pour remplacer ses applications héritées par Microsoft Dynamics 365 et faire évoluer ses capacités de vente au détail et de commerce électronique, afin de créer une expérience d'achat omnicanale. En tirant parti de Microsoft Power BI, Power Pivot et du libre-service pour accéder instantanément aux données sur l'ensemble de ses canaux clients et opérationnels, les équipes de Dr. Martens disposent désormais des outils nécessaires pour prendre des décisions d'affaires éclairées. D'un accès instantané à des données client précises, en passant par des d'entrepôts virtuels offrant une visibilité sur les stocks en temps réel pour l'ensemble des canaux, le détaillant de chaussures est en mesure de s'assurer que la bonne quantité de produits est envoyée au bon magasin dans un délai plus court. Les risques de stock insuffisant ou excédentaire au sein de son réseau mondial sont ainsi réduits, et les communications interorganisationnelles sont améliorées.

[En savoir plus](#)

### Target

#### Un système de gestion des stocks optimisé accroît l'efficacité du réapprovisionnement

Le détaillant Target développe un nouveau système de planification et de contrôle des stocks pour accroître l'efficacité du réapprovisionnement des rayons. Ce système sera en mesure de localiser le positionnement des stocks plus précisément tout au long de la chaîne d'approvisionnement, ce qui permettra à Target de réduire la quantité de stocks excédentaires dans les salles de stockage et de mieux organiser les livraisons. Ces changements devraient réduire le nombre de pas nécessaires pour réapprovisionner les surfaces de vente et diminuer le nombre d'heures consacrées au réapprovisionnement par les employés.

[target.com](https://target.com)

# Mise en place de l'agilité opérationnelle

Le rythme rapide des affaires d'aujourd'hui exige des entreprises de disposer d'une infrastructure logicielle et de systèmes flexibles qui leur permettent d'accélérer et de mettre à l'échelle leurs opérations. Les entreprises construisent des solutions de données et d'applications agiles, comme des interfaces peu exigeantes en code et des plateformes à code source libre qui facilitent la réponse aux changements du marché, tout en investissant dans les technologies pour acquérir de nouvelles compétences et explorer des solutions créatives afin de garder une longueur d'avance sur la concurrence.

## Données à l'appui



«[L'adoption des SaaS, des PaaS et des IaaS] implique une plus grande stabilité du système, une évolutivité à la demande, un meilleur [rendement du capital investi] sur le projet et une flexibilité accrue. Ces avantages se répercutent ensuite sur nos clients et nos membres sous la forme de produits plus économiques, d'un traitement plus rapide des demandes de remboursement et de bien d'autres innovations ».

Derek Scheepers, Responsable des opérations informatiques, PPS



La moitié des développeurs affirment avoir adopté ou prévu d'adopter une plateforme peu exigeante en code dans le cadre de leur flux de travail.

The State of Low-Code Platform Adoption, Forrester, 2019



« Nous considérons le code source libre comme un moteur d'innovation important au sein de la communauté de l'ingénierie. »

Julia Liuson, Vice-présidente de la division des développeurs de Microsoft

## Comment cela se manifeste-t-il?

### Toyota

#### Optimisation de l'agilité opérationnelle grâce à la mise en place de solutions adaptées aux employés

En s'associant à Microsoft, le fabricant automobile Toyota a permis aux employés de plusieurs services et disciplines de créer leurs propres applications, en résolvant rapidement et simplement les inefficacités rencontrées au quotidien grâce à une approche peu exigeante, voire pas du tout exigeante en code. Avec Microsoft Power Apps, les employés deviennent des développeurs citoyens, qui construisent facilement des applications ou personnalisent des solutions existantes afin de répondre à leurs besoins. Ils peuvent ainsi aider le personnel des ressources humaines ou celui des services de gestion des installations à économiser sur les coûts matériels, en numérisant les processus auparavant gérés sur papier et en réduisant le temps consacré à la saisie manuelle des données. Power Apps offre aux employés de Toyota une solution qui leur permet de s'adapter rapidement et efficacement aux nouveaux défis et de remédier aux inefficacités quotidiennes spécifiques à leur flux de travail, tout en favorisant la performance globale et l'innovation dans l'ensemble de l'entreprise Toyota.

[En savoir plus](#)

### Nutanix

#### Les employés sans formation d'ingénieur codent des logiciels personnalisés

Au sein de l'entreprise technologique Nutanix, la programmation peu exigeante en code est une priorité stratégique. L'organisation forme des ingénieurs, des ingénieurs réseau et d'autres experts en infrastructure pour scripter et automatiser le code, ce qui leur permet d'affiner leur expertise au fur et à mesure de l'évolution de l'utilisation du nuage public. L'entreprise a également formé certains employés non-ingénieurs à l'utilisation d'outils peu exigeants en code pour créer ou améliorer les flux de travail. Nutanix s'attend à ce que l'apprentissage automatique facilite la mise au point de ses propres solutions numériques pour ces nouveaux « développeurs citoyens ». Par exemple, le DSI de l'entreprise s'attend à ce que plus de la moitié de ses tâches Service Desk soient gérées par le code généré par les employés par l'intermédiaire de l'apprentissage automatique.

[nutanix.com](https://www.nutanix.com)

# Amélioration des opérations en temps réel

Alors que les entreprises mesuraient autrefois leur efficacité à l'aide de tableaux de bord et de rapports mensuels régulièrement mis à jour, elles doivent aujourd'hui analyser ces informations en continu et procéder à des ajustements opérationnels constants. Grâce aux données en temps réel et à des outils comme les tableaux de bord et les notifications instantanées, les entreprises donnent aux principaux décideurs la possibilité de procéder à des ajustements opérationnels en temps réel, notamment en optimisant les effectifs, en réaffectant les ressources, en modifiant la conception des produits et en ajustant les stocks.

## Données à l'appui



« Les données [en temps réel] arrivent dans notre centre de soutien. Nous pouvons voir chaque expresso préparé, et nous pouvons voir de manière centralisée si une machine a besoin d'un ajustement ou d'une maintenance. Nous pouvons ainsi améliorer la qualité des cafés que nous servons. »

**Kevin Johnson, directeur général, Starbucks**



« Dans le cadre de notre transformation numérique, nous nous efforçons de mettre plus d'informations entre les mains de nos employés de première ligne afin qu'ils soient plus connectés aux produits et aux processus, ce qui nous donne accès à des informations nous permettant d'améliorer continuellement ce que nous appelons une approche centrée sur l'opérateur. »

**Peter Stamp, Responsable de l'information, Alcoa**

## Comment cela se manifeste-t-il?

### AccuWeather

#### Affiner les opérations en temps réel grâce à l'intelligence artificielle

La société météorologique mondiale AccuWeather utilise à la fois Microsoft Azure et Microsoft Dynamics 365 pour obtenir des informations sur les modèles météorologiques, fournir des prévisions précises et opportunes, et optimiser les décisions météorologiques et professionnelles en temps réel. Pour les entreprises qui s'appuient sur les solutions d'entreprise personnalisées de AccuWeather, le service de prévisions météorologiques est en mesure de fournir des informations sur les effets potentiels des tempêtes et des températures au fur et à mesure qu'elles évoluent, en aidant ses clients à prendre des décisions plus éclairées et en temps réel pour leurs chaînes d'approvisionnement en fonction d'éventuels interruptions ou changements de niveaux de la demande. De plus, en combinant l'analyse prédictive avec les données de vente de ses clients, AccuWeather est en mesure d'atténuer les problèmes saisonniers d'approvisionnement en fonction des conditions météorologiques ou de repérer les produits les plus demandés par le client dans les modèles météorologiques récurrents, en informant les opérations de la chaîne d'approvisionnement d'une manière percutante.

[En savoir plus](#)

### IKEA

#### Les décisions de la chaîne d'approvisionnement en temps réel réduisent les pertes liées aux retours

Le détaillant de produits pour la maison IKEA analyse les données de la chaîne d'approvisionnement en temps réel pour améliorer son processus de gestion des retours, ce qui réduit les frais généraux et l'impact environnemental de l'entreprise. Dans 10 centres de distribution IKEA et 50 sites de distribution, le logiciel d'apprentissage automatique est utilisé pour acheminer les stocks des retours et en excès vers l'emplacement de distribution optimal au sein du réseau de l'entreprise. En effectuant des ajustements en temps réel de sa logistique inverse, IKEA réduit les pertes et les coûts d'exploitation tout en canalisant les stocks vers les canaux de plus grande valeur du détaillant.

[ikea.com](https://ikea.com)



# Prévision de l'avenir pour garantir la réussite

Les entreprises de tous les secteurs et tailles s'appuient sur des prédictions : les détaillants prévoient la demande des clients, les assureurs prévoient les risques et les cliniciens anticipent les taux de morbidité par saison. Les plateformes d'analyse sont des informations exploitables à partir de métriques traditionnelles comme les performances des entreprises et du marché, ainsi que les nouvelles sources de données qui incluent les réseaux sociaux et les commentaires des clients pour générer des prédictions plus robustes que les entreprises peuvent utiliser pour informer les opérations, orienter les initiatives stratégiques et stimuler l'innovation.

## Données à l'appui



La taille du marché des analyses prédictives mondiales devrait atteindre une valeur de 23,9 milliards de dollars d'ici 2025, enregistrant un TCAC de 23,2 % sur la période de prévision.

**Grand View Research, Inc, 2019**



*« La tendance n'est pas encore généralisée, mais dès l'année prochaine, nous allons voir l'analyse prédictive remplacer l'analyse en temps réel. »*

**Brian Solis, analyste principal et futuriste, Altimeter**



*« Nous sommes désormais en mesure de prendre des décisions stratégiques importantes sur une base plus éclairée. Les données sont devenues plus fondées, car elles sont désormais formalisées dans un système fiable au lieu d'être basées sur des connaissances individuelles. Il est surprenant de voir comment cette nouvelle technologie est capable d'optimiser et d'améliorer des tâches qui étaient jusqu'à présent très fastidieuses. »*

**Michael Bøgh Linde Vinther, directeur de la planification globale du lait, Arla**

## Comment cela se manifeste-t-il?

### Starbucks Deep Brew

#### Les recommandations personnalisées prédisent également la demande

Dans son application mobile, la chaîne de café Starbucks utilise la technologie d'apprentissage par renforcement pour offrir à ses clients des suggestions de cafés personnalisées, qui informent également la planification des stocks dans les sites Starbucks locaux. Starbucks utilise la plateforme Azure de Microsoft afin d'optimiser son initiative Deep Brew, qui génère des recommandations de nourriture et de boissons personnalisées en fonction de l'heure de la journée, des commandes précédentes et des facteurs contextuels comme la météo. Ce moteur de recommandation est également utilisé afin de prévoir la demande pour les magasins Starbucks locaux, ce qui a un impact sur les stocks et les commandes de réapprovisionnement, la prévision des besoins en personnel et l'anticipation de la maintenance des équipements.

[starbucks.com](https://starbucks.com)

### Arla Foods

#### La coopérative laitière utilise l'IA pour améliorer les prévisions de production laitière

La coopérative laitière danoise Arla Foods utilise un logiciel basé sur l'intelligence artificielle pour mieux estimer la production laitière future, en tenant compte de variables comme les changements saisonniers, les aspects géographiques et la proportion d'agriculteurs qui passe à de nouveaux types de lait. Avant de développer le logiciel, Arla calculait manuellement ses prédictions à l'aide de feuilles de calcul Excel. Aujourd'hui, les prévisions d'Arla peuvent être réalisées en quelques heures. En évaluant plusieurs mois à l'avance la quantité de lait qui sera produite par 1,5 million de vaches sur ses 10 300 fermes, Arla peut gérer les commandes des fournisseurs et préparer ses sites afin de commercialiser 199 millions de litres de lait plus efficacement et d'une manière plus durable.

[arla.com](https://arla.com)

# Les prochaines étapes pour optimiser vos opérations

- Concentrez les ressources informatiques et de données sur les projets stratégiques.
- Les outils réactifs et prédictifs sont aussi performants que l'infrastructure de données qui les optimise. Assurez-vous que les systèmes de gestion des données internes sont bien gérés et entretenus et que les données sont soigneusement classées.
- Sans actions, les analyses sont inutiles. Assurez-vous que les services concernés communiquent, partagent et modifient leurs plans et processus en conséquence.
- Une rétroaction régulière est essentielle pour affiner les outils d'optimisation et de prédiction. Assurez-vous que les modèles algorithmiques sont formés sur des boucles de rétroaction solides.
- Créez une culture sous-jacente qui prend en charge les tests/intégration/déploiement continus et donnez à vos employés les moyens de développer de nouvelles approches de création et de livraison de logiciels.
- Il est fort probable que chaque employé de votre équipe soit un utilisateur de logiciels d'entreprise. Permettez à leurs voix et leurs rétroactions de se faire entendre par les équipes d'ingénierie et informatiques avant de procéder à des mises à jour ou à des modifications à l'échelle de l'entreprise.

# Les clés vers une transformation réussie de l'expérience client

## Des solutions conçues pour la flexibilité

- Les organisations doivent rechercher des applications et des systèmes logiciels capables de répondre à leurs besoins et objectifs actuels, tout en optimisant la flexibilité afin de s'adapter à l'évolution des priorités.
- La solution appropriée établit un environnement de données, de communication et d'applications qui facilite l'évolution et la prolongation des opérations commerciales existantes, tout en introduisant des technologies qui permettent aux utilisateurs de créer des solutions là où aucune n'existe actuellement.

## Des activités sans cloisonnements

- Les opérations unifiées permettent aux groupes disparates de collaborer plus efficacement avec une vue unique et fiable des processus, des relations et des données.
- Cette approche permet d'éliminer les redondances, tout en veillant à ce que l'ensemble de l'organisation et ses partenaires clés aient accès aux outils et aux informations appropriés pour effectuer les opérations à un niveau optimal.

## Des décisions basées sur des informations exploitables

- Les interactions avec les clients ont lieu en temps réel. Une compréhension à 360 degrés de chaque parcours unique est impérative pour personnaliser l'expérience et répondre à leurs besoins en temps réel.
- Les organisations doivent passer d'un modèle réactif à un modèle proactif de réactivité. Cela nécessite d'avoir accès aux données appropriées et d'être en mesure de poser les bonnes questions pour anticiper les changements et planifier en conséquence.

## Service et soutien toujours disponibles

- Un marché mondial ne s'arrête jamais. Les organisations doivent mettre en place des solutions pour répondre à cette mentalité d'activité continue.
- L'utilisation d'outils d'IA comme des robots conversationnels, des assistants vocaux et des informations personnalisées peut permettre des interactions continues en toute simplicité.

## L'automatisation pour accélérer les synergies et l'innovation

- La RPA, l'IA et d'autres solutions apportent non seulement rapidité et efficacité, mais permettent également de développer les capacités opérationnelles. Un personnel hybride apporte de nouvelles capacités qui permettront peut-être la prochaine innovation révolutionnaire.
- L'automatisation intelligente permet aux employés d'automatiser des tâches répétitives, manuelles et chronophages afin de les aider à se concentrer sur un travail plus stratégique et à valeur ajoutée pour l'organisation.

# À propos de Microsoft Dynamics 365

Dynamics 365 est une suite d'applications professionnelles intelligentes qui permet aux entreprises de toutes tailles d'exploiter les données pour stimuler la demande, orchestrer des expériences client personnalisées, établir des relations à grande échelle et prendre des décisions éclairées tout au long du parcours client. Cette puissante suite d'outils offre un système intégré qui fournit des informations exploitables à tous les employés de première ligne et du secteur d'activité pertinents de votre organisation. En intégrant Dynamics 365 à la boîte à outils de votre entreprise, vous pouvez générer des informations prédictives et réactives qui aideront vos équipes à concevoir l'expérience client idéale.

[Demander une démonstration en direct](#)

## Au sujet de PSFK

PSFK est la meilleure plateforme de veille stratégique au monde pour l'innovation dans le domaine de la distribution et des parcours d'expérience client. Dans tous les secteurs industriels principaux, nous aidons les marques les plus novatrices à repérer et à exploiter les nouvelles occasions d'expérience de l'acheteur grâce à une combinaison de rapports de tendances, d'événements immersifs, de contenus riches en perspectives, d'ateliers d'idéation et de services de recherche à la demande.

### **Piers Fawkes**

Président et fondateur  
de PSFK  
[piers.fawkes@psfk.com](mailto:piers.fawkes@psfk.com)  
+1 646 520 4672

### **Scott Lachut**

Président, recherche et stratégie  
[scott.lachut@psfk.com](mailto:scott.lachut@psfk.com)  
+1 646 520 4672

### **PSFK**

2 Hartsook Lane,  
Beacon, NY 12508,  
États-Unis  
[psfk.com](http://psfk.com) | [@psfk](https://twitter.com/psfk)