



APRR X OWI

Cas client

APRR gère les autoroutes de l'Est et du Sud de la France

Le service client porte sur des sujets aussi variés que :

- L'ensemble des abonnements télépéage
- Les badges, leur utilisation et leurs pannes éventuelles
- La facturation du télépéage et les trajets parcourus
- Les objets perdus, principalement sur les aires d'autoroutes
- La qualité de l'accueil et du service client
- Le prix des péages, des demandes sur de duplicata de tickets ou des problèmes de classification de véhicules
- Des opérations ponctuelles comme l'exonération de péages pour les personnels soignants pendant le COVID
- ... etc



BLANC Vivien

Responsable Marketing Digital

Le problème

Une partie très importante de ces demandes sont faites par écrit, par mail et depuis un formulaire de contact.

Une part significative des demandes pourraient être traitées directement par les usagers, parce que les informations sont présentes sur le site web, et que des fonctionnalités de self care existent, pour les abonnés.

Il existe également des situations d'urgence et, dans tous les cas, un service doit être disponible 24/7.

Les périodes de vacances amènent des pics de charges très importants, et les difficultés de gestion des ressources humaines associées.

Pour finir, un volume important de mail nécessitent des informations du client lors de l'envoi de son mail.

L'analyse d'APRR a été de prioriser trois axes :

- Diminuer le flux de mails entrants, pour concentrer les conseillers sur des tâches à plus forte valeur ajoutée
- Faciliter le self care (au sens large, y compris pour des demandes de renseignements), à la fois pour diminuer le flux de mails, et pour améliorer la qualité de service ressentie par les usagers
- Diminuer les demandes d'informations supplémentaires lors d'une première sollicitation



La démarche

APRR a envisagé deux types de solutions : mailbot, et chatbot. Suite à un appel d'offres, 2 éditeurs ont été retenus pour réaliser des PoC.

Avant même d'amener au choix de la meilleure solution, ces PoC ont mis en évidence certains points clés pour APRR :

- Importance d'une analyse des pièces-jointes (tickets de péages, factures)
- Importance d'un couplage avec le S.I. interne, pour les demandes des abonnés
- Fort gisement d'économies sur la réduction des allers-retours, et donc importance d'une assistance pour que la demande initiale soit complète
- Besoin de souplesse de la solution, pour une adaptation progressive aux différents enjeux

Les résultats obtenus sur ces PoC ont permis, non seulement de retenir la technologie et les équipes du prestataire, mais aussi de définir précisément le cas d'usage prioritaire, couplage de chatbot et de mailbot : le Formulaire Très Intelligent OWI (FTI, ou smartform)

Les bénéfices

La solution a été mise en production début juin 2021, peu de temps avant le grand rush des vacances. **En quelques jours seulement, le flux de mails a diminué de façon importante et les usagers se sont appropriés ce nouveau service à leur disposition**, contrairement à ce qui est généralement constaté suite au déploiement de chatbots.

Pendant les semaines qui ont suivi, l'utilisation réelle et massive de la solution a mis en évidence les principaux manques et besoins d'amélioration. En collaboration étroite entre les équipes OWI et APRR, et avec **une prise d'autonomie progressive des experts internes, la fiabilité a atteint le niveau requis , et l'ensemble des irritants ont été éliminés**

La suite

Lorsqu'APRR a remplacé ses outils de gestion de la relation client, l'intégration avec OWI s'est faite naturellement, pour des processus encore plus performants.

Il s'agit aujourd'hui d'intégrer dans cette chaîne l'ensemble des mails qui restent à traiter notamment les mails libres.



EDF X OWI

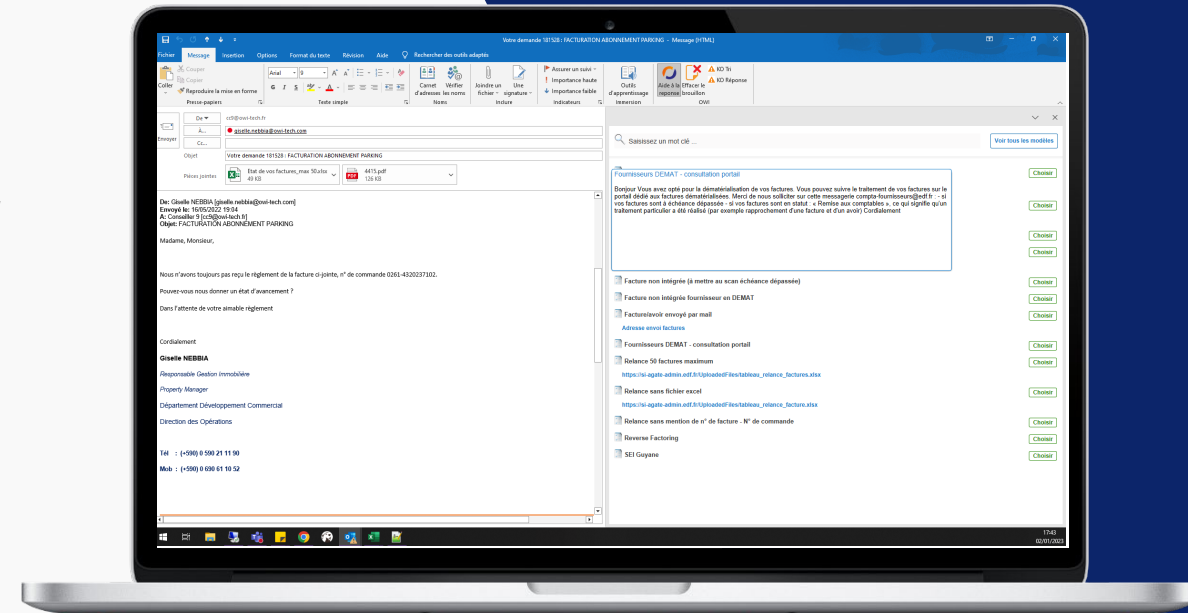
Cas client



Utilisation de l'IA OWI par EDF pour la gestion de la flotte automobile.

OWI.mail en place depuis 2020 et toujours actif.

- Le service flotte automobile EDF reçoit un flux importants de mails environ 50 000 mails/an. En l'absence de solution d'analyse, les gestionnaires doivent ouvrir et analyser chaque courriel et ses pièces jointes – essentiellement des factures, commandes et restitution de véhicules, avis de mise en service... – avant de pouvoir l'affecter et de le traiter.
- L'organisation est chronophage, de plus, une attention particulière est portée aux coûts de structure.





Les objectifs

- Améliorer les relations avec les acteurs
- Automatiser les tâches à faible valeur ajoutée, 20% des courriels hors périmètre de traitement, 10% des courriels avec des demandes simples...
- Réduire la part des tâches chronophages dans le travail des gestionnaires : ouverture de chaque pièce jointe 65% des mails, consultation du SI
- Accompagner la volonté de maintenir les coûts de structure

Déroulement du projet

- Diagnostic Relation Client pour cadrer le projet et valider les optimisations possibles
- Pilote pour valider l'utilisation de la solution sur des cas réels
- Généralisation progressive à d'autres cas d'usage (Comptabilité fournisseur,

Les bénéfices

- Lecture des pièces jointes et interrogation du SI EDF, analyse des courriels pour priorisation et routage automatique, aide à la réponse sur les courriels entrants et sortants, fourniture de tableaux de suivi de l'activité sur le canal courriel.
- Nombre ETP divisé par 2, ROI constaté de 200%

Contact & Information



Lamia HAMANI

Ingénieure Commerciale Grands Comptes

lamia.hamani@owi-tech.com

0698415491



Christophe DANY

CEO

christophe@dany@owi-tech.com

