

Playbook sur l'orchestration de l'expérience pilotée par IA



À l'ère de l'économie de l'expérience, les stratégies d'expérience client (CX) traditionnelles ont fait leur temps. En effet, les interactions automatisées pilotées par IA ont redéfini les attentes des consommateurs en proposant des expériences fluides, personnalisées et intuitives. Ainsi, les clients exigent de plus en plus ce même niveau de cohérence et d'intelligence à chaque interaction, dans le cadre d'une expérience de marque unifiée et cohérente. Cependant, de nombreuses entreprises continuent de gérer leurs différents canaux comme des interactions et des contacts distincts. Cette déconnexion nuit à l'expérience de leurs clients. Chaque interaction est en effet décisive : elle détermine si le client est satisfait ou mécontent de son vécu au contact de votre entreprise. Bien que l'IA et l'automatisation permettent de simplifier le service, c'est en orchestrant les expériences à travers chaque système, rôle et point de contact que les marques peuvent gagner un avantage compétitif sur le long terme. Et l'IA agentique élargit encore plus ce potentiel : elle permet aux systèmes semi-autonomes de percevoir le contexte, de planifier des actions et de s'adapter en temps réel – le tout dans la limite des mesures de sécurité définies par l'humain.

Ce guide présente les leviers essentiels de l'orchestration de l'expérience client sur tous les canaux, à chaque interaction. Où que vous en soyez dans votre parcours CX, vous y trouverez des stratégies qui vous permettront de passer au niveau supérieur.



L'IA et l'automatisation ne permettent pas seulement aux entreprises de simplifier l'expérience client. Elles sont aussi les leviers d'un écosystème CX beaucoup plus vaste.

Remporter la bataille de la CX

Pour se différencier dans l'économie de l'expérience client, il ne suffit pas d'offrir un service de qualité. Vous devez proposer un engagement hautement intelligent, personnalisé et proactif sur tous les points de contact. Les clients attendent des marques qu'elles anticipent leurs besoins et offrent des interactions et des parcours fluides. Ainsi, les entreprises leaders de la CX ne font pas qu'automatiser les tâches : elles orchestrent des parcours – clients et collaborateurs – sans effort et intuitifs de bout en bout. C'est ce que l'on appelle l'orchestration de l'expérience pilotée par IA.

Celle-ci poursuit deux objectifs principaux :

- Renforcer la fidélité client pour assurer une croissance à long terme
- Réduire les coûts opérationnels



Orchestrer chaque moment, c'est sublimer chaque expérience

L'orchestration de l'expérience pilotée par IA permet d'aller au-delà de l'automatisation pour coordonner les interactions, les données et les technologies en temps réel et en toute transparence. Elle permet aux entreprises d'anticiper l'intention des clients, de guider les parcours clients de manière proactive et de fournir aux collaborateurs les bonnes informations au bon moment. Résultat : des résolutions plus rapides, des interactions simplifiées et une fidélité accrue des clients. L'orchestration de l'expérience élimine les silos, réduit les frictions et libère tout le potentiel de l'engagement client et collaborateur, avec à la clé un avantage concurrentiel et des résultats métiers en hausse.

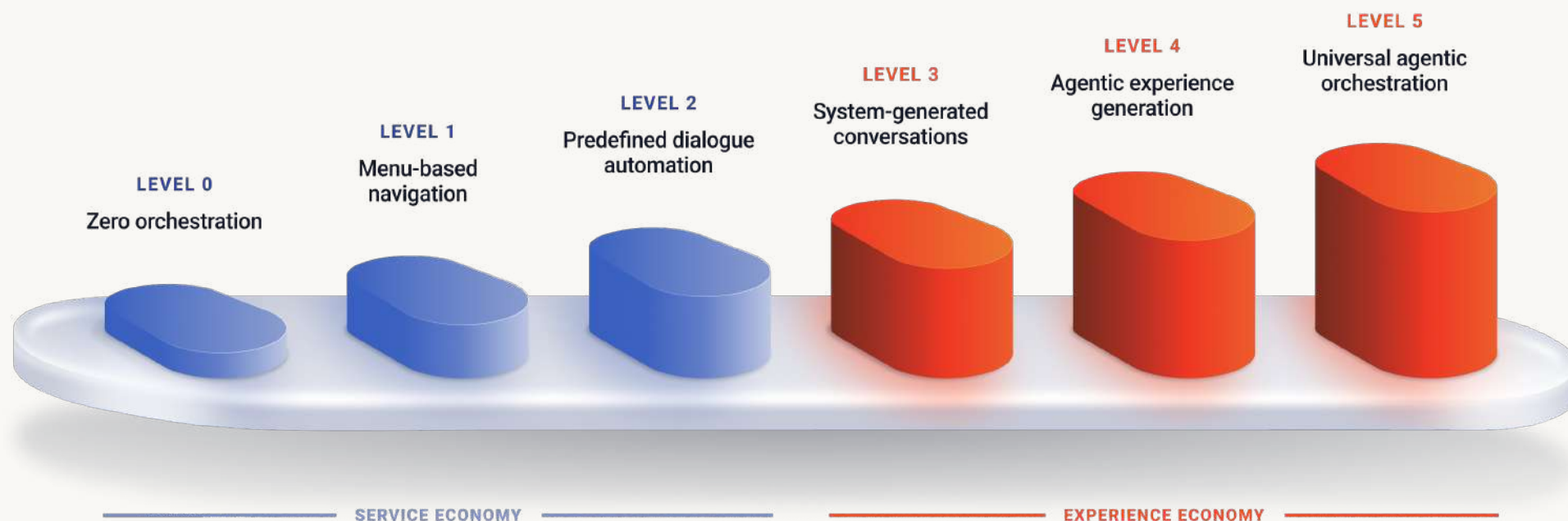
La valeur de l'orchestration de l'expérience pilotée par IA :

- Automatise les expériences clients pour réduire les coûts
- Améliore les expériences collaborateurs pour optimiser l'efficacité opérationnelle
- Personnalise les expériences grâce aux données pour renforcer la fidélité et réduire l'attrition
- Optimise les processus à l'aide d'insights pour booster les résultats métiers
- Coordonne les systèmes, les données et les actions en temps réel pour offrir une expérience client empathique et réduire les points de friction



Les niveaux d'orchestration de l'expérience

Bien qu'adopter l'innovation contribue à vous faire passer au niveau supérieur de l'orchestration, chaque entreprise évolue à son propre rythme. Avant tout, l'expérience client repose sur le parcours – qui garantit des expériences plus fluides, plus pertinentes et de meilleure qualité à vos clients et collaborateurs. Les stratégies les plus efficaces pour accélérer l'orchestration intègrent l'IA conversationnelle, l'IA prédictive, l'IA générative et l'IA agentique. Ce sont les clés de l'automatisation, l'amélioration, la personnalisation et l'optimisation continue des expériences. Pour évoluer vers l'orchestration universelle, il est essentiel de comprendre à quoi correspondent les différents niveaux d'orchestration de l'expérience client. Ce modèle de maturité permet d'évaluer la situation actuelle de votre entreprise et de définir des axes d'amélioration.



Les niveaux d'orchestration de l'expérience

Niveau 0

Aucune orchestration

Toutes les interactions sont manuelles, réactives et entièrement gérées par des agents humains, sans aucun insight ni aucune aide de l'automatisation. Cela se traduit par une charge de travail élevée et des expériences médiocres.

Niveau 1

Navigation par menu

L'automatisation de base s'appuie sur des menus SVI et des capacités de self-service limitées. Cela permet de réduire une partie du volume des demandes, mais la plupart nécessitent encore une intervention humaine.

Niveau 2

Automatisation prédéfinie des dialogues

Les bots utilisent le traitement du langage naturel (NLP) pour suivre des flux scriptés et gérer les tâches de routine sur tous les canaux. Ainsi, les agents peuvent se consacrer à des besoins clients plus complexes.

Niveau 3

Conversations générées par le système

L'IA générative fournit des réponses dynamiques et étend l'automatisation en s'appuyant sur des agents virtuels et des copilotes IA, lesquels opèrent selon des workflows et des schémas structurés.

Niveau 4

Génération d'expériences agentiques

L'IA agentique permet aux systèmes de planifier et de s'adapter activement, tout en restant dans un périmètre délimité. Ainsi, elle offre une assistance semi-autonome qui personnalise et optimise les parcours complexes.

Niveau 5

Orchestration agentique universelle

Les agents virtuels des différents systèmes et rôles collaborent pour créer des interactions autonomes et axées sur les objectifs, qui optimisent dynamiquement chaque expérience client et collaborateur.



L'orchestration de l'expérience : un avantage compétitif

Dans tous les secteurs, créer des expériences de qualité est devenu un facteur de différenciation stratégique pour les entreprises – au même titre que les tarifs, la qualité et la praticité de leurs produits et services. Même si les entreprises sont conscientes de l'impact de l'expérience client sur leurs résultats métiers, il existe toujours un écart entre leurs objectifs et l'expérience telle qu'elle est vécue par les clients. L'édition 2025 du rapport « État des lieux de l'expérience client » de Genesys révèle d'ailleurs que 30 % des consommateurs ont cessé de faire appel à une marque suite à une interaction négative l'année passée.

C'est en intégrant les données clients et les informations pertinentes provenant de différents pôles de l'entreprise que les marques peuvent mieux comprendre le comportement, les préférences et les besoins des clients. Découvrez comment l'orchestration de l'expérience client joue un rôle essentiel dans les principaux secteurs d'activité.



30 % des consommateurs déclarent avoir cessé de faire appel à une entreprise suite à une interaction négative l'année passée.

« État des lieux de l'expérience client », Genesys, 2025



Cinq secteurs où l'orchestration de l'expérience a fait ses preuves

Banque

Dans le secteur des services financiers, les collaborateurs en contact direct avec les clients ont besoin de l'analytique pour favoriser la réussite et l'engagement prédictif. L'orchestration de l'expérience permet aux acteurs de ce secteur de briser les silos internes pour unifier les communications sur tous les canaux d'engagement. Les établissements financiers peuvent ainsi déclencher des offres personnalisées en fonction des actions précédentes d'un client.

Santé

La simplification du parcours des patients est essentielle pour faciliter l'accès aux soins et à l'assistance dont ils ont besoin. En orchestrant les expériences, les systèmes de santé peuvent envoyer des rappels automatiques pour les rendez-vous à venir, programmer des visites de suivi ou avertir un patient qu'il doit renouveler son ordonnance. L'automatisation de ces étapes allège la charge de travail des équipes soignantes et contribue à orienter les patients vers la prochaine étape de leur parcours de soins.

Hôtellerie

L'IA a transformé le marketing hôtelier : désormais, les marques peuvent interagir avec les clients en temps réel grâce à des recommandations et offres personnalisées. Intégrée à la stratégie d'orchestration de l'expérience, l'IA peut également aider les hôtels à identifier des influenceurs pour leurs campagnes, à surveiller les réseaux sociaux pour récolter le feedback client et à automatiser les campagnes digitales.

Cinq secteurs où l'orchestration de l'expérience a fait ses preuves

Retail

Les campagnes marketing favorisent l'engagement client, tandis que l'orchestration de l'expérience optimise leur impact grâce à l'automatisation proactive. En déclenchant des interactions personnalisées par e-mail, chat ou SMS à partir d'actions clients et d'insights basés sur les données, les marketers peuvent optimiser l'engagement client.

Tech

L'automatisation des tâches répétitives, simples ou prédictives permet aux agents de se concentrer sur les demandes clients à plus forte valeur ajoutée, ce qui se traduit par une meilleure expérience client. En utilisant des options en self-service telles que des agents virtuels pour gérer les requêtes courantes (réinitialisation de mots de passe, mise à jour des informations de facturation, etc.), les équipes d'assistance client peuvent gérer des problèmes plus complexes et plus urgents, accélérant ainsi la résolution pour les clients.



L'orchestration de l'expérience réinvente l'assistance client

Client : Genesys Product Support

Secteur : Tech

Localisation : Mondiale

Centre de contact : > 450 professionnels de l'assistance

Problématiques :

- Besoin d'automatisation pour déployer le service à grande échelle et soutenir la croissance
- Disponibilité limitée pour innover avec l'IA
- Technologies on-prem multiples et cloisonnées
- Flexibilité et prévisibilité limitées en raison d'une planification par feuilles de calcul

Résultats :

- 35 % des interactions en direct transférées au chat
- Augmentation de 20 points des scores au Customer Experience Index
- 157 000 heures de travail cumulées économisées ; ~25 % de gains de productivité
- > 90 % d'augmentation du temps consacré au développeur collaborateur, ce qui a contribué à maintenir le taux de départs volontaires à moins de 3 %

Genesys Product Support se transforme avec Genesys Cloud

En tant que département d'assistance produit d'un leader de l'orchestration de l'expérience, Genesys Product Support bénéficiait d'une opportunité unique. L'équipe a ainsi pu moderniser son modèle de service avec Genesys Cloud, la même plateforme qui aide les clients Genesys à fournir un service exceptionnel à des milliers de clients finaux. Chargée de gérer le service après-vente et l'assistance technique à l'échelle mondiale, l'équipe a entrepris d'unifier ses systèmes, d'intégrer l'IA aux opérations de l'entreprise et de réinventer son approche autour de l'orchestration d'expériences en temps réel.

« L'expérience client figure dans notre ADN. Il ne s'agit pas que de proposer une solution ; nous devons orchestrer une expérience de premier plan pour nos clients », déclare Dominic LoBosco, Vice-président senior de l'assistance client Genesys.



Pour mieux servir les clients et donner les bons outils aux ingénieurs support, Genesys Product Support s'est concentré sur quatre axes d'amélioration clés :

1. Une plateforme pour une expérience unifiée

Autrefois, les ingénieurs devaient sans cesse jongler entre les systèmes et planifier sur des feuilles de calcul. Aujourd'hui, le routage piloté par IA, les prévisions et les workflows de Workforce Engagement Management (WEM) assurent un matching rapide et précis des demandes des clients avec le bon agent, tout en améliorant le coaching – le tout dans une solution cloud unique. « Nous avons maintenant la capacité, à tout moment, d'effectuer des ajustements dans la plateforme et d'orchestrer un parcours optimal pour les clients », explique Angelo Arezzi, Directeur Senior des services d'assistance chez Genesys.

2. Messagerie web et agents virtuels

En seulement quelques jours après le lancement de la messagerie web, 35 % des interactions en direct sont passées au chat – révélant une forte demande en services digital-first. Les agents virtuels et l'assistance aux agents (Agent Copilot) ont réduit le temps de traitement moyen (AHT) de trois à cinq minutes par interaction. Au total, Genesys Support a économisé 157 000 heures de travail sur trois ans.

« Genesys Cloud AI a changé la donne », s'émerveille M. LoBosco. « La plus grande victoire a été l'amélioration de l'expérience – tant pour nos clients que pour nos collaborateurs. »

3. L'IA au service des collaborateurs

Genesys Product Support a continué à progresser dans les niveaux du modèle de maturité d'orchestration de l'expérience. En atteignant le niveau 3, le département a notamment doté les agents d'une assistance IA en temps réel et a pu renforcer l'engagement collaborateur grâce aux insights générés par IA. Le temps consacré au développement collaborateur a augmenté de plus de 90 %, tandis que le taux de départs volontaires a été maintenu en dessous de 3 %.

4. Orchestrer l'avenir

Et ce n'est pas terminé ! Grâce à ses copilotes d'IA générative et au déploiement prochain de fonctionnalités d'engagement prédictif, Genesys Support se prépare à atteindre – et à franchir – le niveau 4. « Nous sommes prêts à franchir ces nouvelles étapes au fur et à mesure. Et nos clients, à leur tour, ont l'avantage de les voir en action », conclut M. LoBosco.

**Lire l'étude
de cas**



L'avenir de l'expérience client passe par l'orchestration

Les attentes des clients évoluent et les approches traditionnelles de l'expérience client ont fait leur temps. Il faut désormais dépasser le stade de l'automatisation et adopter une orchestration de bout en bout afin d'éliminer les silos et de connecter canaux, données et IA pour offrir une expérience client et collaborateur fluide.

Que votre entreprise débute tout juste dans l'orchestration de l'expérience ou qu'elle progresse déjà vers l'orchestration agentique (dans laquelle les systèmes d'IA prennent des initiatives et s'adaptent dynamiquement pour obtenir de meilleurs résultats), chaque pas en avant optimise les expériences clients et les résultats métiers.

L'orchestration de l'expérience commence par l'adoption d'une solution cloud complète pilotée par IA pour intégrer et coordonner l'IA, les technologies, les données et les canaux tout au long du parcours client. Bien que ce parcours évolue en permanence, avec la stratégie et la technologie adaptées, vous pouvez créer une expérience supérieure à grande échelle.



Franchissez la nouvelle frontière de l'expérience avec Genesys

[Consulter](#)





À propos de Genesys

Genesys permet aux entreprises de toutes tailles d'améliorer la fidélité et leurs résultats en créant les meilleures expériences pour leurs clients et collaborateurs. Grâce à Genesys Cloud™, la plateforme d'orchestration de l'expérience pilotée par IA, les entreprises peuvent accélérer leur croissance en proposant des expériences conviviales et personnalisées à grande échelle, favorisant ainsi la fidélisation des clients, l'engagement collaborateur, l'efficacité et l'amélioration des opérations.

Rendez-vous sur www.genesys.com/fr-fr/.

