

MARKETING / COMMUNICATION

DOPEZ VOTRE BUSINESS AVEC LES CHATBOTS

Créez et développez votre bot sans coder

Frédéric CANEVET

DUNOD

Crédits Iconographiques

Couverture : © Stocker top / Shutterstock ; Introduction : © studiostoks / Shutterstock ;
Figure Intro.1. : © Momento Design / © Gregor Cresnar / © Mohamed Mb / © Atif Arshad /
© Lee Mette / © Stuart O'Neil / © Sarah Stenseng – The Noun Project ; Figure Intro.2. :
© Momento Design / © Gregor Cresnar / © Mohamed Mb / © Henning Gross – The Noun
Project ; Figure Intro.3. : © Fabio Nucatalo / © DAVIVONGSA PATHRPOL / © Henning Gross /
© Stuart O'Neil – The Noun Project ; Partie 1 : © studiostoks / Shutterstock ; Chapitre 1 :
© studiostoks / Shutterstock ; Figure 1.1. : © Momento Design / © Graphic Engineer – The Noun
Project ; Chapitre 2 : © studiostoks / Shutterstock ; Partie 2 : © studiostoks / Shutterstock ;
Chapitre 3 : © studiostoks / Shutterstock ; Chapitre 4 : © studiostoks / Shutterstock ;
Figure 4.3. : © Shashtra / © Vectors Point – The Noun Project ; Conclusion : © studiostoks /
Shutterstock.

Captures écran : Frédéric Canevet

Composition : Nord Compo

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres

nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée. Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du

droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2020

11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff

www.dunod.com

ISBN 978-2-10-080876-2

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Sommaire



Remerciements	IV
Préface	1
Complétez votre lecture gratuitement en ligne !	5
Introduction : pourquoi avoir un Bot à sa botte ?	7
Partie 1	
Avant de se lancer pour de Bot...	23
Chapitre 1 ■ Valider la mission du Bot vs la stratégie d'entreprise	25
Chapitre 2 ■ La méthodologie pour mettre en place un Chatbot	37
Partie 2	
Mettre en place un Bot	81
Chapitre 3 ■ Créer un Chatbot Marketing	83
Chapitre 4 ■ Mettre en place un Bot dans un service client	145
Conclusion	193
Postface	199

Remerciements



Je tiens tout d'abord à remercier mon épouse Émilie, qui a eu la patience de m'accorder du temps pour rédiger ce livre durant nos journées (et vacances !) déjà bien chargées.

Je remercie aussi Laurent Duc, Alain Bouveret et Benjamin Duthoit dans le cadre du développement de notre offre « Bots » chez Eloquant.com, ainsi que Jérôme Le Cœur pour sa relecture attentive.

Je remercie également tous les contributeurs de ce livre qui l'ont enrichi de leurs différents points de vue : Frédéric Cavazza, Tanguy Vincent, Rudy Som, Christophe de Botmind, Maaïke Coppens, Éric Buhagiar, Julien Hervy...

Je remercie tout particulièrement mes deux filles Anaïs et Chloé pour leurs rires et toute la joie qu'elles m'apportent au quotidien, carburant de mon travail.

Je fais également une dédicace spéciale à Raphaël Ducottet, qui a été mon coach durant ces quelques mois pour me dépasser et atteindre mes objectifs.

Enfin, parce qu'un livre est un monologue, j'aimerais engager avec vous, lecteurs, un vrai échange conversationnel, et vous invite à me contacter sur fred@conseilsmarketing.com et à découvrir des bonus sur le site du livre : **FormationChatbot.com**.

Préface

« Les agents conversationnels et assistants numériques amorcent la transition vers l'ère post PC et post-smartphone »

Frédéric Cavazza



Saviez-vous que les premiers Chatbots sont apparus au début des années 2000 ? Dès 2006, *À vendre à louer* proposait déjà une déclinaison de son service sur MSN Messenger. Fortement médiatisés 10 ans plus tard, les Chatbots étaient le nouveau canal relationnel à la mode en 2016. Cette popularité soudaine était la résultante d'un alignement de planètes : des applications de messagerie toujours plus populaires, une saturation des applications mobiles de marque, d'innombrables ressources informatiques disponibles dans le *Cloud* avec une tarification à l'utilisation, d'énormes progrès réalisés dans les algorithmes de reconnaissance de langage naturel...

Outre ces conditions techniques/logistiques très favorables, **les Chatbots présentent également l'énorme avantage d'être particulièrement versatiles** : ils peuvent couvrir de nombreuses fonctions (assurer un premier niveau de support client, informer, vendre...) et peuvent être déployés sur de nombreux canaux : sur un site web, intégré dans une application mobile, à travers des systèmes de messagerie (SMS, Facebook Messenger, Kik Messenger...) ou à travers les médias sociaux (Twitter...). Leur polyvalence et les faibles

barrières à l'entrée ont alimenté une incroyable croissance avec la création de dizaines de milliers de Chatbots en quelques mois.

L'essentiel des Chatbots créés est serviciel (ils répondent aux questions qu'on leur pose), donc avec des cas d'usage assez limités. Mais nous n'en sommes qu'au tout début d'une nouvelle ère de l'outil informatique : avec les Chatbots, nous n'avons fait qu'explorer la partie visible de l'iceberg, car ces derniers sont une première étape vers l'ère post-PC et post-smartphone. Les Chatbots, bien qu'uniquement exploitables sur ordinateurs et smartphones, appartiennent en effet à une nouvelle catégorie d'outils numérique : les assistants à interface naturelle. Le seul moyen d'utiliser un Chatbot est d'interagir à travers des commandes textuelles. Un dialogue s'établit alors entre l'utilisateur et le système que l'on appelle interface conversationnelle.

Assez rapidement, les éditeurs de Chatbots les ont dotés d'une synthèse vocale pour pouvoir en faire des assistants vocaux et passer à un niveau d'abstraction supérieur, celui où l'on peut se passer des ordinateurs et des smartphones.

Avec les enceintes connectées et toutes leurs déclinaisons (montre connectée, télécommande connectée, tableau de bord connecté, oreillettes connectées...), les Voicebots prennent tout leur intérêt en autorisant l'accès à un certain nombre de contenus et services numériques en mode « main libre ». Les assistants numériques des géants du web (*Alexa* pour Amazon, *Assistant* pour Google, *Siri* pour Apple, *Aloha* pour Facebook, *Cortana* pour Microsoft...) deviennent alors les interlocuteurs uniques des utilisateurs d'enceintes et objets connectés, le point d'entrée vers l'ensemble des contenus et services numériques. Si les Chatbots évitent aux utilisateurs d'installer l'application mobile d'une marque en dialoguant avec elle à travers un service de messagerie (ex. : Oui.sncf), **les assistants vocaux vont plus loin et se substituent aux *app stores* et aux navigateurs web**. Ceci étant dit, n'allez pas croire que la montée en puissance des assistants numériques bouleverse l'ordre établi, ils ne font que renforcer la position dominante des GAFAM.

Avec la généralisation des objets connectés (à la maison, en voiture, dans notre poche...), **ces assistants numériques vont potentiellement prendre une place considérable dans notre quotidien.** Non qu'ils proposent des fonctionnalités révolutionnaires (les services vocaux ne sont qu'une version dégradée des services en ligne), mais ils ont la capacité d'anticiper nos besoins et de proposer des contenus et services dans le contexte le plus pertinent : rappel d'un rendez-vous et estimation du temps de trajet, affichage du billet de train à votre arrivée à la gare, suggestion de réponses en fonction des messages entrants... L'*Assistant Google* va même un cran plus loin en proposant de réserver une table au restaurant à votre place ou de filtrer vos appels entrants.

L'ironie de cette situation est que cette fonction de filtre servirait à réduire les nuisances provoquées par les robots de télé-prospection : des robots pour bloquer d'autres robots !

Cette mise en perspective doit vous faire sourire, mais elle devrait surtout vous aider à ouvrir les yeux sur la place qu'occupe aujourd'hui le numérique dans notre quotidien. **En une dizaine d'années, les smartphones et objets connectés ont été massivement adoptés et offrent un accès permanent à une infinité de contenus et services.** Si la majorité de ces services sont encore rendus par des humains (ex. : livraison de repas), de plus en plus de tâches sont en voie d'automatisation pour pouvoir maximiser les rendements et faire des économies d'échelle. Cette recherche de la performance touche à la fois **des fonctions mécaniques** (ex. : véhicules autonomes), mais également **des fonctions logiques** (ex. : orienter les clients qui appellent un *call center*, voire leur fournir un premier niveau de réponse). Amazon propose ainsi aux professionnels de l'hôtellerie une déclinaison B2B de son assistant *Alexa* pour pouvoir effectuer un certain nombre de tâches et se substituer au personnel d'accueil (ex. : réserver un taxi, commander un repas ou se renseigner sur la météo du lendemain).

Comme vous pouvez le constater, la progression est spectaculaire : en à peine 5 ans, nous sommes passés de Chatbots plutôt limités (ne

comprenant qu'une demande sur deux) à des services professionnels robustes potentiellement capables de générer des économies substantielles. Telle est la situation dans laquelle nous nous trouvons aujourd'hui, une période de transition entre deux paradigmes d'outils numériques : **d'un côté l'informatique traditionnelle et ses ordinateurs ; de l'autre, les terminaux connectés et leurs assistants vocaux.**

Consultant et conférencier, Frédéric Cavazza travaille dans les métiers de l'Internet depuis plus de 20 ans. Spécialiste du marketing digital (commerce en ligne, médias sociaux, mobiles, plateformes numériques, intelligence artificielle...), il accompagne les grandes marques européennes dans leur compréhension des nouveaux usages et leur transformation numérique. En tant qu'entrepreneur, il a co-créé SYSK, le premier accélérateur des grandes entreprises. Il est l'auteur de deux livres (Social Business et Internet mobile) et le rédacteur du blog fredcavazza.net depuis plus de 16 ans.

Complétez votre lecture gratuitement en ligne !

Ce livre synthétise en quelques centaines de pages l'essentiel de ce qu'il faut savoir pour mettre en place un Bot (Chatbot, Callbot ou Voicebot) dans votre entreprise. Cependant, comme il est difficile de faire rentrer toutes les connaissances nécessaires ou les vidéos explicatives, j'ai créé pour vous un espace de formation réservé à vous, lecteurs.

Cet espace privé est complémentaire du livre et vous permettra d'obtenir des contenus exclusifs, comme des tutoriels pas à pas, et d'aller encore plus loin dans l'exploitation de vos projets de Bots.

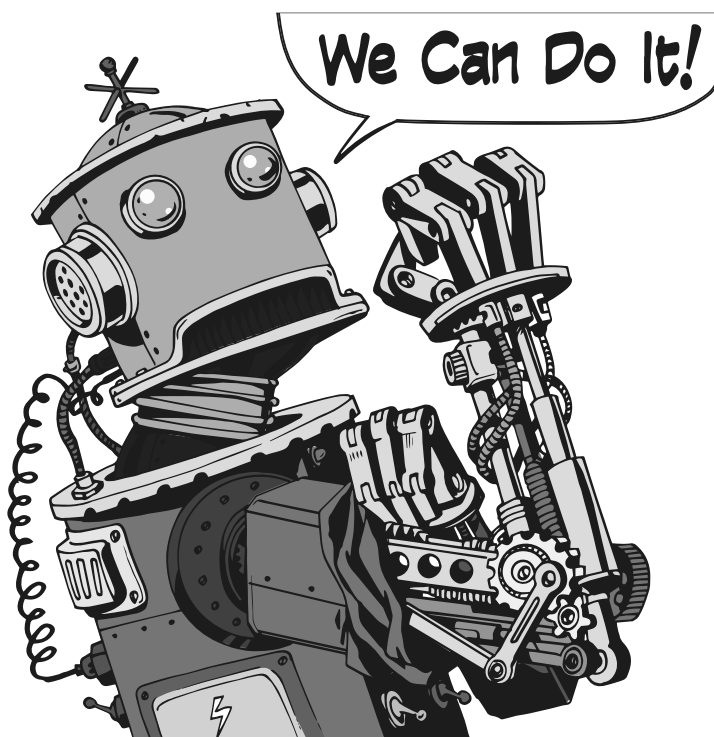
Vous y retrouverez des bonus supplémentaires sur :

- la formation complète à *Manychat*, la solution retenue pour les Bots Messenger ;
- une mini-formation à *Dialogflow*, la solution que j'ai retenue pour les Chatbots sur le service client et les Callbots ;
- des ateliers sur les Chatbots & les Callbots ;
- et bien d'autres encore.

Connectez-vous dès maintenant sur FormationChatbot.com !



Introduction : pourquoi avoir un Bot à sa botte ?



Mettre en place un Chatbot ne consiste pas à mettre en place un logiciel de paie, de comptabilité ou de bureautique. Tout comme un logiciel de CRM, un Chatbot doit vous « aller comme un gant ». Là est le **message majeur à retenir de ce livre : un Bot doit s'adapter exactement à votre activité et à votre stratégie**, sinon il sera au mieux un gadget marketing ou, au pire, vous ridiculisera et ennuiera vos clients et prospects. C'est pourquoi, même si mettre en place un Bot peut seulement prendre deux heures, **il faut d'abord réfléchir au Pourquoi et au Comment pour en tirer la quintessence.**

Cet ouvrage comprend donc différentes parties qui vous permettront de mener à bien votre projet de Bot :

- **un bref rappel de ce qu'est un Bot**, afin de savoir ce qui est possible actuellement de faire (ou non), au-delà des beaux discours marketing ;
- **les questions à se poser avant l'intégration du Bot à votre stratégie globale ;**
- **la méthodologie pour mettre en place un Bot avec les différentes phases nécessaires ;**
- **la mise en place d'un Chatbot Messenger Marketing *via Manychat.com ;***
- **la réalisation d'un Chatbot Web dans un service client avec *Dialogflow ;***
- **les clés pour un projet de Voicebot ou de Callbot (les Bots basés sur la voix).**

J'ai conçu chacun de ces chapitres pour être lus de manière indépendante, selon votre niveau et vos besoins. Libre à vous de le lire dans l'ordre ou de consulter immédiatement ceux qui vous intéressent.

À qui s'adresse ce livre ?

Il ne s'agit pas d'un manuel de développement sur comment créer un Bot en le codant de A à Z ou en utilisant des outils que les seuls

« geeks level 107 » peuvent maîtriser, ou encore une encyclopédie sur l'histoire des Bots. Afin de vous donner toutes les clés pour mettre en place votre propre Bot, que vous soyez seul dans votre entreprise, ou que vous soyez dans une grande entreprise avec un projet qui aura des impacts sur de multiples intervenants, ce livre va à l'essentiel.

Si vous cherchez un manuel technique pour coder votre propre Chatbot, je vous invite à suivre l'un des milliers de tutos sur Youtube qui seront bien plus complets et à jour. De même, **ce livre se concentre sur la méthodologie et non sur les outils et leur évolution rapide** (sans parler d'acteurs comme Facebook changeant les règles du jeu tous les 6 mois). **Mon ambition est de vous d'apprendre à créer un Bot, avec un focus sur deux thématiques majeures apportant un ROI (Retour sur investissement) maximum avec un minimum d'efforts : le marketing et le service client.**

En ce qui concerne les solutions pour créer un Bot, nous ferons un grand écart, entre celles dites « *self-service* », utilisables en à peine deux heures (*Manychat, Chatfuel, BotNation...*), tout en vous donnant les clés pour utiliser des plateformes de Bot évoluées comme *Dialogflow, IBM Watson...* utilisées pour mettre en place des projets à plusieurs dizaines de milliers d'euros.

En complément de mon point de vue de Product Manager, des clients et des experts vous livreront tout du long leurs petits secrets et conseils afin de vous faire gagner du temps et ainsi vous éviter les principaux écueils.

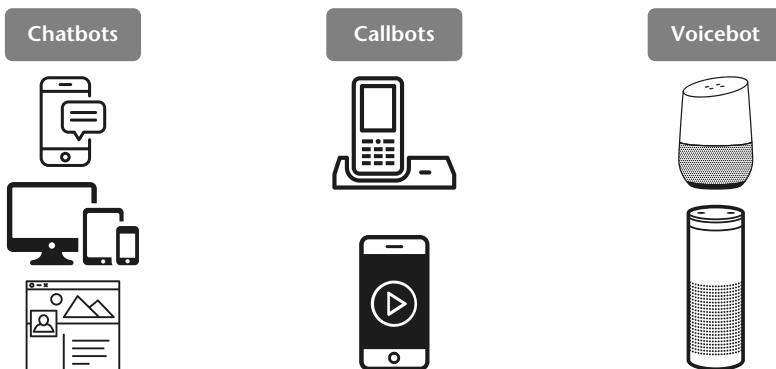
C'est quoi un Bot ? Comment ça fonctionne ?

Pour réussir son projet de Chatbot, il est essentiel de comprendre leur fonctionnement. Retenez surtout une chose essentielle : il n'y a aucune « magie » ou intelligence supérieure qui comprend tout automatiquement avec un Bot. Même si les technologies évoluent, un Bot ne comprend que ce qu'on lui a appris, ce n'est qu'un

logiciel qu'il faut programmer. C'est pourquoi, ma définition des Bots est la suivante : *un Bot est un programme qui communique avec les utilisateurs en langage naturel, c'est-à-dire en utilisant des phrases de tous les jours.*

Quelques explications :

- **un Chatbot** est un logiciel pouvant dialoguer avec une personne *via* une solution de chat ou tout autre canal de communication (site Internet, Facebook Messenger, Whatsapp, app mobile...) afin de comprendre les demandes en langage naturel et de proposer des réponses ou de lancer des actions. Les capacités de compréhension du Chatbot sont alors issues d'une programmation initiale et d'un entraînement continu. Dans la famille des Chatbots, il est possible de différencier les Chatbots Messenger (se basant sur Facebook Messenger comme canal de communication et de stockage des données) et les Chatbots Web (totalement indépendants et accessibles *via* une interface web) ;
- **le Voicebot** utilise la voix pour interagir *via* une enceinte connectée ou un smartphone ;
- **le Callbot** utilise quant à lui le téléphone (fixe ou mobile) pour interagir.



Selon le canal, la dénomination du Bot change, mais les principes de bases sont toujours les mêmes : comprendre le langage humain.

Figure Intro.1 – Les différents Bots

En français, le Chatbot est communément appelé « agent conversationnel ». Les Bots permettent donc aux entreprises de communiquer instantanément avec leurs clients, prospects, prescripteurs, fournisseurs, collaborateurs... et de répondre à leurs demandes.

Avec les Bots, vous entrez dans le monde du conversationnel, où les entreprises et les acheteurs se connectent et échangent ensemble. C'est un changement majeur pour la communication des entreprises qui, traditionnellement, communiquent de manière unidirectionnelle et asynchrone avec leurs contacts. De plus, **les Chatbots ont l'avantage d'être disponibles 24 heures/24 et d'utiliser l'intelligence artificielle pour analyser les demandes** afin de créer une expérience client personnalisée et réactive, ou servir comme alternative à des mailings ou appels téléphoniques. **Un Bot n'est cependant pas un programme obéissant bêtement à un script** (comme un formulaire d'aide au choix) ou répondant uniquement sur la base de mots-clés, mais bel et bien les débuts de l'intelligence artificielle, **avec un programme qui essaie de comprendre ce que disent les individus** (grâce à un apprentissage initial effectué par l'humain).

Pour schématiser, voici le fonctionnement d'un Bot.

- 1. Un Bot est hébergé sur différents canaux de communication** (chat sur un site web, page Facebook, publicité Facebook Ads, téléphone, enceinte connectée...). Sachant que sur certains canaux, comme Facebook Messenger, l'utilisateur doit faire une étape de plus afin d'autoriser le Chatbot à lancer la conversation.
- 2. L'utilisateur échange avec le Bot *via* des boutons ou *via* le langage naturel** (c'est-à-dire en faisant des phrases).
- 3. Le Bot interprète la demande grâce à des outils d'analyse sémantique.** Cette analyse permet de déduire la probabilité que la demande soit liée à une demande que le Bot sait déjà traiter (sinon il classe cette demande comme « inconnue » en répondant par un message type). Dans une phrase, le moteur d'analyse sémantique peut utiliser

des entités¹, c'est-à-dire des éléments prédéfinis dans son système qui peuvent être des dates, des types de produits ou de services, des événements... L'usage d'entités permet alors au Bot de repérer facilement les éléments de la phrase ou de préciser des informations qui seront mémorisées pour être recherchées (ex. : un numéro de client, une date de contrat...).

4. Suite à sa compréhension de la phrase, **le Bot peut** soit :

- **répondre directement car la réponse est simple** (ex. : donner des horaires d'ouverture...);
- **poser des questions complémentaires** pour préciser une demande (ex. : demander un numéro de commande pour faire un suivi);
- **se connecter au système d'information de l'entreprise** pour aller rechercher une information ou lancer une action (ex. : un retour produit, un ticket de rappel...);
- **faire une escalade à un conseiller ou à un community manager**, si par exemple la demande comprend des termes sensibles, des insultes... ou si le Bot n'a pas compris X fois de suite la demande de l'utilisateur;
- **simplement stocker les informations dans sa base de données** (ex. : mettre à jour des coordonnées, segmenter un client...).

¹ En informatique, une entité est un élément d'un concept (produit ou service) qui permet de le définir (ex. : chez un assureur un contrat est une entité qui a une date de souscription, un acheteur...). Gérer des entités permet, par exemple, de faire des requêtes avec le système d'information, d'associer un client à un produit...