

# Nuance présente ses prédictions pour l'année 2018, en matière de technologies conversationnelles

Nuance présente ses prédictions pour l'année 2018, en matière de technologies conversationnelles

La fin d'année approche et est synonyme de projections sur ce qui attend les entreprises l'année prochaine. 2017 aura marqué l'avènement de l'intelligence artificielle qui est aujourd'hui un terme et par extension, un concept sur toutes les lèvres. Parmi eux, [Nuance Communications](#), qui depuis des années travaille à fournir des solutions intelligentes qui permettront aux hommes d'être à la fois plus productifs dans leur travail, et plus épanouis dans leur quotidien, grâce à l'assistanat technologique et aux assistants intelligents conversationnels.

L'aspect différenciant de Nuance : son positionnement de pionnier, son avant-gardisme et sa maîtrise des réseaux neuronaux complexes. Pionnière dans ce domaine depuis le début des années 1990, elle applique le deep learning à toutes les technologies qu'elle développe, y compris la reconnaissance vocale dans les domaines du service à la clientèle, de l'automobile, des soins de santé et de la maison intelligente. De par ses recherches, son leadership et son observation des tendances auprès de ses clients et prospects, Nuance Communications présente les tendances technologiques qui illustreront l'année 2018 : Au programme, intelligence artificielle, mais également biométrie et de manière générale, la transformation des relations entre les hommes et les machines.

## *Votre voix va devenir votre mot de passe*

2017 était une année record en matière de piratage d'identifiants et d'informations personnelles pour les consommateurs. Ces failles ont permis aux fraudeurs d'accéder aux éléments d'identification des individus, incluant les réponses à ces horribles questions de « sécurité ». S'il existe une chose que les fraudeurs auront du mal à utiliser ? La data vocale. Et c'est la raison pour laquelle les banques et les opérateurs de télécommunications remplacent de plus en plus les questions de sécurité par la biométrie.

Avec quelques mots, la biométrie vocale peut confirmer l'authenticité de l'identité, avec des niveaux de sécurité et de pertinence bien plus élevés que les mots de passe, les codes pins, ou les questions de sécurité. Et la biométrie est également capable de détecter des enregistrements par rapport à de la dictée en direct, rendant les données et appareils inutilisables pour les fraudeurs, en cas de vol.

Robert Weideman, *Executive Vice President & General Manager, Nuance Enterprise Division* explique : *"Aujourd'hui l'utilisation de la voix, composée de milliers de caractéristiques, unique et propre à chaque individu, s'impose comme une alternative pleine d'avenir dans un secteur où la fraude est en constante progression, les solutions de Nuance, mais également les technologies biométriques en règle générale devraient s'imposer sur un marché où la protection des données personnelles et la sécurité sont au cœur des préoccupations des entreprises, institutions et particuliers. L'introduction de ce mode d'authentification donne une image à la fois rassurante et innovante des établissements auprès de leurs clients. »*

Les assistants virtuels dans les services clients seront de plus en plus présents, et efficaces.

Les avancées en intelligence artificielle conversationnelle ont engendré une nouvelle génération d'assistants virtuels experts et spécifiques à chaque service : les banques, les livreurs de pizzas, les opérateurs télécoms etc. Tous fournissent des services personnalisés et attentionnés. En 2018, cette nouvelle génération d'assistants virtuels sera encore plus performante, grâce à des technologies appelées HAVA (Assistants virtuels assistés par des humains). L'HAVA ajoute des compétences humaines aux assistants, afin d'aider l'assistant à répondre à des questions qu'il pourrait ne pas connaître, mais surtout d'apporter un circuit d'apprentissage qui met à jour l'intelligence de l'assistant virtuel en temps réel.

En 2018, toute l'efficacité des assistants virtuels pour services clients sera dans le fait de recentrer les professionnels sur les actions les plus complexes, nécessitant une intervention technique approfondie. Cela aura pour impact, à la fois de rendre plus épanouissantes les tâches des travailleurs, à la fois de maximiser les possibilités de traitement de demandes des consommateurs, et enfin, de par l'intelligence des assistants virtuels, d'offrir aux consommateurs des échanges pertinents, rapides et fiables. Les services clients gagneront ainsi en efficacité, les consommateurs gagneront en satisfaction et les entreprises gagneront en réputation en matière de SAV.

Vous ajouterez volontairement des entreprises comme « amis » dans vos messageries instantanées.

En 2017, Facebook Messenger, Line, Kik et autres ont ajouté des possibilités, pour leurs utilisateurs de « devenir ami » avec des entreprises et des organisations. Plus tard dans l'année, Apple a annoncé le lancement d'Apple Business Chat, qui propose la même chose pour les messages Apple. En 2018, on commencera à s'engager, [échanger avec des marques de la même manière qu'on discute avec des amis](#), via les applications de messagerie, SMS et même au sein même des applications d'opérateurs téléphoniques ou bancaires. L'intelligence artificielle permettra à chaque assistant virtuel de marque de répondre aux utilisateurs de manière personnalisée, en se référant aux échanges précédemment effectués à travers différents canaux.

Les marques anticiperont nos besoins, grâce aux données prédictives.

Les services clients produisent des tonnes de données. En 2018, ces données seront plus que jamais exploitées pour alimenter les nouvelles machines intelligentes. Les services clients prédictifs vont permettre aux marques d'anticiper les besoins et actes des consommateurs, avant même qu'ils le sachent eux-mêmes. Ça sera possible en analysant et en détectant les échantillons de milliards d'engagements clients à travers le temps.

Robert Weideman explique : « *Les services clients disposent aujourd'hui d'une grande richesse de données, mais il leur est souvent difficile de valoriser cette richesse. En étant capable d'analyser, via l'IA, la quantité de données récoltée grâce aux engagements et habitudes clients, chacune des entreprises pourra ainsi capitaliser sur ces informations, et anticiper les besoins des consommateurs. La mise en parallèle de données clients plus d'éléments de contexte (rentrée scolaire, périodes d'affluence commerciale etc.) permettra à chacune des entreprises de proposer à la fois les bons produits et services, aux bonnes personnes, au bon moment, et ce, avant même que le consommateur n'ait émis le besoin de ces services. Il s'agit du futur de la relation marques/consommateurs, et du futur de la consommation* ».

Les numéros de téléphone des services clients vont prendre une retraite anticipée.

L'engagement client digital additionné aux appareils mobiles, tablettes et lignes de données vont tendre vers la diminution des appels téléphoniques. Une forte diminution. En 2018, on s'engagera avec des assistants virtuels et s'ils ne peuvent pas résoudre un problème, alors on échangera par texto en direct avec un agent. Si le problème est vraiment compliqué et ne peut pas être résolu via des messageries instantanées, on ne téléphonera toujours pas aux services clients. En 2018, cette étape sera intégrée dans des technologies avancées telles que WebRTC et IVR-to-digital, permettant au centre de contact de se connecter directement

avec l'utilisateur par voix, ou vidéo à travers l'application, sur l'ordinateur et même à travers l'écran de TV ou le haut-parleur intelligent.

Robert Weideman conclut : « *Il est assez intéressant de constater que malgré la généralisation de l'usage de la voix, pour connecter les Hommes et les machines, ou assistants, cette tendance ne concerne pas le téléphone. L'avènement de la connectivité et de l'instantanéité des conversations via les chatbots, ou même directement via les outils rend finalement obsolète l'acte de composer un numéro de téléphone, pour obtenir de l'aide ou des réponses. Cette diminution de l'usage des lignes téléphoniques devrait se généraliser pour concerner tous types de conversations à l'avenir.* »

## À propos de Nuance Communications, Inc.

Nuance Communications, Inc. (NASDAQ: NUAN) est leader sur les marchés des solutions vocales, de compréhension du langage et de gestion des documents destinées aux professionnels et aux particuliers du monde entier. Ses technologies, applications et services optimisent la productivité des utilisateurs en révolutionnant la manière dont ils interagissent avec les informations et créent, partagent et utilisent leurs documents. Chaque jour, des millions d'utilisateurs et des milliers d'entreprises bénéficient des services professionnels et des applications de Nuance, qui ont fait leurs preuves. Pour plus d'informations, rendez-vous sur [www.nuance.com](http://www.nuance.com)

*Nuance et le logo Nuance sont des marques commerciales ou des marques déposées de Nuance Communications, Inc. ou de ses filiales aux Etats-Unis et/ou d'autres pays. Tous autres noms d'entreprises ou noms de produits peuvent être des marques déposées de leurs propriétaires respectifs.*

Contacts presse:  
Hotwire PR pour Nuance

[NuanceFR@hotwireglobal.com](mailto:NuanceFR@hotwireglobal.com)

Noémie Minster / Aurélie Kouider / Elise Martin

01 43 12 55 73 / 66 / 77

---

<https://news.nuance.com/2018-02-13-Nuance-presente-ses-predictions-pour-lannee-2018-en-matiere-de-technologies-conversationnelles>