

# Comment concevoir un vrai bon chatbot

---

**Du conseil de vente au service client, les chatbots deviennent des supports de communication à part entière. Encore faut-il qu'ils soient bien réalisés et répondent aux problématiques des clients. L'agence de conseil Conversationnel guide les marques dans la réalisation de leurs chatbots.**

Le chatbot pour tous ! L'agence de conseil en communication numérique Conversationnel a publié fin mai un livre blanc dédié à ce nouvel outil de relation client. Intitulé *Comment concevoir un chatbot : notre méthodologie pour concevoir un chatbot pertinent pour votre marque*, il aide pas à pas les entreprises à développer un chatbot adapté à leur service. Voici quelques astuces tirées de l'ouvrage.

## Définir à quoi va servir votre chatbot

Faire un chatbot simplement pour pouvoir dire que vous avez un chatbot n'est pas une bonne idée. Du tout. Il doit d'abord présenter une valeur ajoutée pour votre marque (réduction du temps humain consacré au service client, par exemple) et pour l'utilisateur (facilité d'accéder à des offres personnalisées, premier contact pour le SAV...). « *Il est nécessaire de bien définir le rôle du chatbot en lui attribuant une mission précise*, souligne Conversationnel. *Celui-ci doit être considéré comme étant la meilleure solution pour répondre à une problématique.* » Il faut donc également bien définir la cible d'utilisateurs du chatbot pour pouvoir calibrer au mieux son contenu.

Viennent ensuite les considérations techniques. Attention à ne pas les prendre à la légère : elles définiront en grande partie l'expérience utilisateur et ce seront elles qui définiront un bon ou un mauvais chatbot. Bien choisir le support (SMS, Messenger, Twitter...), les formats supportés par la conversation

(texte, images, vidéos, gifs...), les réponses suggérées ainsi que les produits mis en avant est donc un exercice essentiel.

## Créer l'arborescence de votre chatbot

C'est le coeur de la machine ! L'arborescence découle de la stratégie que vous aurez définie pour votre chatbot et définira ses missions concrètes : à quelles questions devra-t-il répondre, vers quelles personnes doit-il éventuellement renvoyer ? « *Il est nécessaire d'isoler les thématiques les plus abordées et les questions les plus recherchées par les utilisateurs, pouvant se trouver grâce à un travail d'écoute consommateur sur le web, précise Conversationnel. Il s'agira ensuite de classer les sujets les plus récurrents en grandes catégories principales qui serviront de point d'entrée au chatbot.* »

Pour pouvoir créer l'arborescence, vous devez rédiger l'ensemble des (nombreux) scénarii que suivra chaque utilisateur jusqu'à avoir la réponse pertinente à sa question. Or, pour cela, il faut être en capacité d'anticiper toutes les réponses possibles. « *Il existe plusieurs sortes de questions, rappelle Conversationnel. On trouve les questions fermées, où les réponses sont prédéfinies et les clients n'ont pas d'autre choix que de choisir une des réponses proposées. Mais aussi les questions ouvertes avec traitement, où les utilisateurs devront taper leur propre réponse qui sera enregistrée par le chatbot. Et enfin, les questions ouvertes sans traitement, où les internautes tapent librement leur réponse.* »

A vous de savoir ce dont vous disposez comme technologie pour gérer les réponses de vos utilisateurs : les bots les plus évolués sont capables de comprendre un texte non suggéré rédigé par l'utilisateur (avec d'éventuelles fautes de frappe et/ou d'orthographe) mais certains ne peuvent que suivre un schéma conversationnel pré-établi. Mieux vaut donc ne pas surestimer vos capacités, ce qui mettrait invariablement votre bot dans l'embarras. Ménagez-lui aussi la possibilité de se référer à un humain s'il se retrouve coincé, c'est toujours préférable que de laisser un mauvais souvenir à votre utilisateur.

## Façonner la personnalité de votre chatbot

Considérez votre bot comme un interlocuteur à part entière : les utilisateurs vont discuter avec lui, lui faire confiance, se sentiront reconnaissants s'il règle leur problème ou frustrés s'il n'y parvient pas... comme avec n'importe quel conseiller. Il va donc falloir « former » votre bot pour qu'il soit capable de réagir aux situations qui sortent de l'ordinaire, comme une déclaration d'amour, un utilisateur insultant ou des « trolls » qui chercheront à tester les limites de votre outil. Celui-ci doit non seulement pouvoir réagir mais aussi selon une ligne de conduite prédéfinie : empathie et sympathie sont des

valeurs clés pour proposer une expérience positive à vos utilisateurs.

A vous de choisir si vous préférez que votre chatbot « incarne » un personnage doté d'un prénom, d'une image et pourquoi pas d'une voix ou s'il doit rester plus anonyme. Vous devrez aussi définir le ton avec lequel il s'adressera aux utilisateurs, en fonction de la cible que vous aurez définie, car on ne parle pas de la même manière à des adolescents qu'à des personnes âgées. Or, c'est bien en se rapprochant le plus possible de vos utilisateurs que vous leur proposerez l'expérience la plus pertinente.