

Qui sont les startups françaises derrière les chatbots ?

À chaque grand groupe son chatbot de service client, à chaque service de conciergerie son chatbot pour gérer les demandes des utilisateurs. En quelques années, les chatbots sont devenus l'outil indispensable des entreprises pour maintenir le lien avec leurs clients. Rémy Granger, consultant en stratégie marketing, a dressé un panorama des startups françaises qui constituent le secteur des technologies de chatbots.

En 2018, les chatbots sont partout. Du service client au recrutement en passant par les assistants virtuels, ils s'intègrent à notre quotidien. Les marques l'ont bien compris et nombreuses sont celles à s'être dotées de l'outil ces dernières années : AccorHotels, Voyages SNCF, Meetic, Axa... Les startups françaises s'activent elles aussi mais souvent dans l'ombre : des acteurs souvent inconnus des Français sont en train de réaliser l'assistant conversationnel de leur assurance en ligne ou de leur enseigne de supermarché favorite.

À lire aussi

10 chiffres à connaître sur le marché des chatbots

Les 4 grandes catégories de startups du chatbot

Le marché des startups françaises du chatbot dénombre aujourd'hui plus de 60 acteurs qui peuvent être répartis en quatre catégories.

En amont :

Les fournisseurs de technologie NLP (comprendre *Natural Language Processing* ou Traitement Automatique du Langage Naturel), servant de socle à la création de tout chatbot. La technologie NLP permet à la machine de reconnaître les champs sémantiques issus du langage naturel (souvent écrit, bien que les technologies de reconnaissance vocale soient en plein boom).

Les plateformes utilisant la technologie NLP pour fournir une plateforme de création de chatbot (pour les développeur et, à terme, pour le grand public). Ces plateformes permettent à l'utilisateur de générer son propre arbre de décision et d'y entrer les questions et les réponses souhaitées. Ces plateformes clé en main peuvent s'avérer limitées pour créer un chatbot « intelligent », capable par exemple de reconnaître des émotions et de réagir en fonction (on parlera alors de NLU, *Natural Language Understanding*).

À lire aussi

10 règles à suivre pour créer un chatbot réussi

En aval :

Les fournisseurs de services spécifiques via un chatbot, qu'ils soient B2B (service client ou support interne) ou B2C (conciergeries en ligne, etc). Il s'agit, pour le volet B2B, de startups proposant un chatbot venant alléger les demandes clients d'un SAV par exemple, prenant le relais du standard téléphonique pour les questions clients classiques et pouvant si besoin rebasculer vers le call center. Il s'agit aussi de chatbots de *knowledge management* allant puiser dans les ressources en ligne de l'entreprise et capables de sélectionner rapidement la bonne information pour les demandes des employés. Il peut enfin être question d'outils pratiques automatisant les tâches récurrentes en entreprise (assistant virtuel à la prise de rendez-vous et gestion d'agenda grâce à Julie Desk, redirection des messages slack en e-mail grâce à MailClark, ou encore évaluation des compétences en langue étrangères grâce à Pipplet). Pour le B2C, on retrouve des chatbots de conciergerie en ligne, le plus souvent accessibles depuis Facebook Messenger, qui nous conseillent sur les bons plans et les sorties en ville (concerts, expositions, restaurants à proximité, etc.).

Enfin en transverse :

Les agences de création de chatbot pour les marques, dont le scope d'intervention va de la définition du cahier des charges à la maintenance du chatbot. Ces agences peuvent utiliser des plateformes de création de chatbots ou bien leur propre système.

Fait notable, plus de 50% des startups cartographiées interviennent en aval, en tant que fournisseurs de services via un chatbot. L'autre moitié sont des startups B2C. Les fournisseurs de technologie NLP sont logiquement minoritaires, avec la présence notamment de Snips, plateforme d'intelligence artificielle de reconnaissance vocale pour objets connectés, qui a levé un total de 12 millions d'euros en juin dernier. Autre startup de services B2B qui a récemment fait parler d'elle : iAdvize, qui a levé 32 millions d'euros en octobre, utilise un chatbot pour sa plateforme de marketing conversationnel.

Les grands comptes, premiers clients des startups

Quel que soit le secteur, les startups françaises du chatbot ont, pour nombre d'entre elles, travaillé sur un projet avec des grands groupes du CAC 40.

À lire aussi

Pourquoi 80% des entreprises prévoient d'investir dans un chatbot

Les agences de conception de chatbot collaborent aussi bien avec des médias que des banques ou des groupes de retail :

Livebotter : La Redoute, Netflix, Société générale

Playbots : FNAC, Bouygues Immobilier, La Mutuelle générale

The bot studio : RATP, Renault Nissan, Orange, Valéo

Vizir : La Poste, EDF, Leroy Merlin, Safran

Botmind : BNP Paribas, La Redoute, Webedia

Les grands groupes font également appel aux startups pour les aider à concevoir et mettre en place leurs chatbots de service client :

CallDesk : La Poste, Bouygues Telecom, Mgen, Voyages SNCF

iAdvize : Disney, Air France, Cdiscount, EDF, Voyages SNCF, Nespresso, IKKS

Automatisation des tâches :

Pipplet : Adecco, Saint Gobain, TelentSoft, Zalando, Kering

Plateforme de création de chatbot :

Smartly.AI : BNP Paribas, Orange, BPCE, SEB, PSA, Deloitte, BETC

Nouveau défi pour 2018 : la reconnaissance vocale

Nouveau défi à venir pour les startups du chatbot : intégrer la reconnaissance vocale à leur système. Si près de 60% des acteurs cartographiés sont

disponibles sur Messenger, 30% incorporables à des sites internet et 30% disponibles via une application mobile dédiée, seuls 8% sont configurables avec un *dongle* vocal. L'ère des assistants vocaux, dont Snips est un acteur très prometteur, n'en est qu'à ses débuts en France et représente peut-être l'un des défis de cette nouvelle année.

Rémy Granger est consultant en stratégie marketing et spécialiste des chatbots.

Article écrit par RÉMY GRANGER