



Humaniser votre relation client en ligne & créer de la valeur

# DOSSIER DE PRESSE

Contact : Maxime Baumard +33 (0)2 85 52 16 20 [maxime@iadvize.com](mailto:maxime@iadvize.com)

**1/ IADVIZE, LEADER DE LA RELATION CLIENT EN LIGNE**

**2/ LA RELATION CLIENT EN LIGNE**

**3/ IADVIZE, UN OUTIL ET DES EXPERTS**

**a/ FONCTIONNALITES CLES**

**b/ CREATION DE VALEUR ET RETOUR SUR INVESTISSEMENT**

**c/ QUELQUES METIERS D'IADVIZE**

**4/ IADVIZE A L'INTERNATIONAL**

**5/ REFERENCES ET CAS CLIENTS**

**6/ NOS PARTENAIRES**

**7/ IADVIZE INNOVE AUSSI DANS SES RESSOURCES HUMAINES**

**8/ LES DERNIERES ACTUALITES**

# 1/ IADVIZE, LEADER DE LA RELATION CLIENT EN LIGNE



iAdvize est né en 2010 d'un double constat : les internautes exigent aujourd'hui une relation client en ligne à la fois humaine et instantanée, gratuite et simple ; les entreprises déployant leur activité sur Internet expriment un besoin croissant de répondre et assister leurs visiteurs en temps réel.

En quatre ans, la société iAdvize a su s'imposer en France comme leader de la relation client en ligne garantissant, grâce à la performance de ses solutions et à l'expertise de ses équipes, des gains de productivité et une augmentation de la satisfaction client. En intégrant la solution iAdvize, les sites Internet permettent à leurs conseillers clients de dialoguer en temps réel avec les visiteurs par messagerie instantanée (Click to Chat), par rappel automatique (Click to Call) ou par vidéo (Click to Video).

Grâce à son moteur de ciblage comportemental, iAdvize permet de proposer une assistance à la bonne personne, au bon endroit et au bon moment. La solution est utilisée aussi bien en avant-vente qu'en après-vente, dans une logique d'augmentation des ventes, de satisfaction client et de fidélisation.

Choisi par plus de 1000 sociétés en Europe, iAdvize a été classé n°1 du benchmark des solutions de Click to Chat du magazine En-Contact et est utilisé dans près de 40 pays. Sites marchands, banques, assurances, acteurs du tourisme, iAdvize collabore notamment avec Air France, Voyages SNCF, FNAC, CDiscount, Rueducommerce, Numéricable, Monoprix, Maaf, Amaguiz, Cofinoga, Mutuelle Générale ou encore Pôle Emploi.

## Julien Hervouet - CEO



Diplômé d'un Master en Sciences de gestion, Julien Hervouet débute sa carrière comme directeur produit chez Zlio. En 2010, il crée iAdvize à 28 ans, avec Jonathan Gueron. Ils sont soutenus dès le début par Kima Ventures et quatre Business Angels – Oleg Tscheltzoff, Jeremie Berrebi, David et Jean-Michel Sokol.

Rentable depuis 2011 et affichant 100 % de croissance par an, iAdvize lève un million d'euros en 2012 auprès du fonds d'investissement Alven Capital pour étendre son offre à de nouveaux canaux et se développer à l'international. Implantée à Nantes, la société compte 70 collaborateurs au 1<sup>er</sup> septembre 2014.

Alors que le secteur de l'e-commerce connaît une croissance de 11 % au premier trimestre 2014 (FEVAD), la relation client en ligne joue un rôle primordial de différenciation et de fidélisation pour les sites marchands. Tour d'horizon en chiffres.

Le temps d'attente est le premier critère de la relation client en ligne pour **77 %** des e-acheteurs, devant la gratuité et la simplicité  
(source : étude Timeliving - Février 2012)

**52,8 %** des e-acheteurs admettent que pouvoir dialoguer avec un conseiller par Chat les inciterait à l'achat  
(source : étude Timeliving - Février 2012)

Temps d'attente, coût et simplicité : le Chat, canal **n°1** des méthodes d'assistance en ligne  
(source : étude Timeliving - Février 2012)

Click to Call, la méthode d'assistance en ligne ayant le plus fort volume d'avis positif, avec **56 %**  
(source : étude Timeliving - Février 2012)

**80 %** des conseillers ressentent une proximité plus forte avec les internautes par Chat que sur les autres canaux  
(source : étude CCM Benchmark - mai 2014)

**100 %** des conseillers préfèrent échanger par Chat que par email, et **90 %** par Chat que par téléphone  
(source : étude CCM Benchmark - mai 2014)

**10 % à 30 %** d'appels et d'emails entrants en moins grâce au Chat  
(source : Forrester Research 2009)



solution n°1 du benchmark des solutions de Click to Chat du magazine En-Contact

**2010**

date de création

**70 collaborateurs**

au 1er septembre 2014, effectif multiplié par quatre en 2 ans

**+100 %**

croissance par an

**2,5 M€**

chiffre d'affaires 2013

**+ de 1000**

clients en Europe

**48 pays**

utilisateurs dans le monde

**1 M€**

levée de fonds 2012



Récompenses

Lauréat des trophées  
Territoire innovation  
catégorie Numérique

Lauréat des e-commerce  
awards 2013  
catégorie Relation Client

Sélectionné parmi les  
100 Startup d'Avenir par  
Challenges

3<sup>ème</sup> Startup Academy  
2010

### **Une solution multicanal et multisupport**

Le Click to Chat permet aux visiteurs d'être assistés immédiatement, simplement et gratuitement par un conseiller par messagerie instantanée. Par Click to Call, les visiteurs sont rappelés automatiquement après avoir indiqué leur numéro. Le Click to Video offre la possibilité d'assister des visiteurs en visioconférence, l'utilisateur peut choisir d'être visible ou non.

Disponible sur ordinateur, tablette et smartphone - sur site mobile ou application -, iAdvize permet de proposer un échange quel que soit le support utilisé par l'internaute.

### **Un moteur de ciblage comportemental**

Les fenêtres de dialogue apparaissent sur l'écran de l'internaute selon des scénarios préalablement définis par l'e-commerçant avec l'aide d'un expert iAdvize. Ils peuvent choisir de se focaliser sur des visiteurs visualisant des produits à forte valeur ajoutée ou en situation critique. Le paramétrage des règles pourra, par exemple, permettre de détecter un visiteur présent depuis un temps anormalement long sur la page paiement d'un site et de le rassurer immédiatement ou de lui fournir l'information sans laquelle il n'aurait pas finalisé son achat.

### **Des experts dédiés**

De l'identification des besoins, en passant par l'analyse des parcours visiteurs jusqu'à la définition de la stratégie d'engagement et la formation des équipes, les experts - Program managers, formateurs, web designers, développeurs - accompagnent les clients pour faire performer la solution et leurs conseillers. Un suivi continu permet aux clients de disposer de reporting réguliers et de benchmarks sectoriels.

### **Des outils pour faciliter le travail des conseillers**

Saisie prédictive, raccourcis, auto-complétion, réponses pré-enregistrées, les conseillers ont accès à de nombreuses fonctionnalités leur permettant d'être plus performants. De plus, pour accélérer la compréhension du besoin du visiteur, ses actions sont visibles en temps réel. Si nécessaire, les conseillers peuvent proposer une navigation collaborative : l'ensemble des actions du conseiller sont alors reproduites à l'écran du visiteur : mouvements de souris, scroll, changement de page...

En assistant un visiteur, par Chat, Call ou Vidéo, le conseiller peut lui adresser des éléments (liens, coupons, produits, etc) qui resteront visibles tout au long de la conversation, dans un volet latéral à la boîte de dialogue.

## b/ CREATION DE VALEUR ET RETOUR SUR INVESTISSEMENT

Chaque client peut suivre en temps réel la performance de ses équipes et l'évolution de ses ventes grâce au pupitre de supervision d'iAdvize : taux de conversion, taux de satisfaction, panier moyen, chiffre d'affaires généré, délai de réponse, durée moyenne de traitement, historique des conversations, etc. Il peut ainsi évaluer précisément le retour sur investissement et la valeur créée par la solution.

### Résultats moyens observés auprès des clients iAdvize (2013-2014)

**86 %**

Plus de 86 % des visiteurs assistés en direct se déclarent satisfaits, voire très satisfaits.

**3**

En moyenne, un conseiller traite 3 conversations en simultané.

**20 %**

En moyenne, 20 % des visiteurs qui dialoguent sont convertis en client.

**+ 30 %**

Le panier moyen augmente de 30 % pour les visiteurs ayant été assistés par Chat.

**- 30 %**

Le coût au contact est réduit de 30 % par rapport aux autres canaux.

**53 %**

de ventes incrémentales : plus de la moitié des visiteurs assistés par Chat n'auraient pas finalisé leur achat sans cette assistance.



“ Je reviens juste d'une expédition aux salons du e-commerce et du call centre à Londres avec deux collègues pour prendre la température du marché. Un moment riche d'apprentissage ; tout comme la dernière soirée blind-test, pendant laquelle j'ai été épatée par les connaissances en musique de certains collègues et par certaines réactions instinctives et de compétition qui sont souvent assez comiques.

**Miranda, Chargée de communication UK**

“ Mon meilleur souvenir est sans surprise ma première signature client! La concrétisation de nombreux rendez-vous et de plusieurs semaines d'accompagnement commercial dans la construction d'une offre sur-mesure pour le client. Chez iAdvize j'apprécie l'enthousiasme de chacun, lorsque l'on a organisé le premier match d'urban foot, tout le monde a répondu présent, sportifs et moins sportifs. Depuis c'est devenu un rendez-vous hebdomadaire... troisième mi-temps comprise !

**David, Ingénieur d'affaires**

“ Mon rôle consiste à accompagner nos clients dans l'optimisation de leur utilisation d'iAdvize. J'avance avec mes clients : je suis heureux lorsqu'ils atteignent et dépassent leurs objectifs et lorsque mes conseils génèrent une augmentation de leur performance. Cela se traduit généralement par un accompagnement sur le long terme en fonction du client et des périodes clés définies avec lui. C'est le type de succès que l'on fête les soirs d'été, où l'on va boire un verre dans notre bar préféré, assis dans l'herbe sur les bords de Loire à parler de tout et de rien jusqu'à pas d'heure !

**Geoffrey, Program Manager**

“ La première chose que je fais tous les matins en arrivant, c'est vérifier l'état de toutes les métriques de suivi mises en place, pour m'assurer du bon fonctionnement général de la solution. Mes missions sont valorisantes car elles rendent la solution iAdvize plus performante. Par exemple, grâce à la mise en place d'indicateurs de suivi ou encore l'amélioration des algorithmes pour la satisfaction client ou la performance commerciale, nos équipes ont une meilleure visibilité de nos points forts et de nos axes d'amélioration au quotidien.

**Marion, Statisticienne**



## 4/ IADVIZE A L'INTERNATIONAL

### **iAdvize en Europe**

En 2012, iAdvize a levé un million d'euros auprès du fonds d'investissement Alven Capital afin d'accélérer son implantation en Europe. La société est présente sur le marché espagnol depuis 2011, et en Allemagne et au Royaume-Uni depuis 2013.

Les clients européens d'iAdvize sont accompagnés par une équipe d'experts dédiée, natifs de ces pays ou ayant la double nationalité afin que la dimension culturelle soit un atout.

### **Une solution polyglotte**

Utilisée dans une quarantaine de pays à travers le monde, iAdvize est une solution multilingue, qui permet d'accompagner les visiteurs dans plus de 20 langues. De l'anglais au chinois, en passant par l'allemand et le portugais, elle est également disponible en néerlandais et en japonais.

Grâce au ciblage comportemental, la solution peut détecter la langue du navigateur utilisée par le visiteur et l'adresser au conseiller qui parle sa langue. Les conseillers disposent également d'un outil de traduction directement intégré au pupitre de discussion.



**Une solution utilisée dans plus de 40 pays**

## 5/ QUELQUES REFERENCES CLIENTS

### Retail/E-business

**Cdiscount** L'ORÉAL



LA REDOUTE

MONOPRIX

MAISONS  
DU MONDE

GALERIES  
Lafayette

DECATHLON

IKKS

SONY

### Assurance, Finance

amaguiz.com



CAISSE D'ÉPARGNE



### Tourisme

AIRFRANCE

Voyages  
snf.com



Pierre & Vacances



### Téléphonie

numericable<sup>TH</sup>

### Institutionnel

DROGUES INFO SERVICE



pôle emploi



LA POSTE



**Secteur**  
Tourisme

**Canaux**  
Click to Chat

**Objectif**  
Augmenter la satisfaction client

Fondée en 1933, Air France est la principale compagnie aérienne française. Son objectif : «Proposer le meilleur produit du marché et faire la différence par le service.»

## RÉSULTATS

**93 %**  
satisfaction globale après un échange par Click to Chat

**85 %**  
taux d'occupation sur une 20<sup>aine</sup> de conseillers AirFrance et Flyingblue

**10 min**  
de DMT moyenne et un délai de réponse au 1<sup>er</sup> message de  
**30 sec**

## CAS CLIENT

# AIR FRANCE

**En assistant ses visiteurs par Click to Chat dans un objectif de satisfaction client, Air France atteint un taux de satisfaction de 93% sur plus de 50 000 conversations**



### Le challenge : assister et conseiller ses visiteurs pour augmenter la satisfaction client

En octobre 2013, Air France fête ses 80 ans d'existence. Aujourd'hui, 243 destinations sont desservies dans 103 pays, et plus d'1,6 million de kilomètres sont parcourus chaque jour, soit 4 fois la distance Terre-Lune.

Les centres de Relation Client d'Air France en France sont composés de **800 conseillers** répartis sur 5 sites en France pour servir 4 millions d'appels de 0h30 à 22h 7/7, 120000 emails, **50000 conversations Chat**, 30000 web call back et 60000 tweets ou posts Facebook. C'est aussi un réseau de 15 agences dans les grandes villes françaises qui accueillent, conseillent et distribuent les offres Air France à 350000 clients par an.

L'activité d'Air France a basculé d'un univers de vente à distance vers des **activités en interface digitale avec le site AirFrance.com**, ce qui représente aujourd'hui près d'un motif de contact sur 2.

En partant du besoin qu'ont les clients d'obtenir une **réponse de plus en plus rapide aux demandes d'assistance écrite** et pour lesquelles l'email est aujourd'hui mal adapté, ainsi que la volonté d'**augmenter la satisfaction sur tous les points de fragilité connus de**

*« Le contact humain permet de rendre fluide donc facile la relation commerciale attentionnée que nous ambitionnons pour nos clients afin de les fidéliser »*

son site, grâce à un contact plus humain, Air France a décidé de déployer la solution Click to Chat d'iAdvize.

**La solution** : assister par Chat les visiteurs en recherche d'aide, sur des phases finales de réservation, ou sur des problématiques «care» à valeur ajoutée

Aujourd'hui, plus d'une centaine de conseillers sont formés à la relation client par Chat, dont un tiers en triple session afin de proposer une assistance par Click to Chat du lundi au samedi de 9h à 21h.

Après une courte période de lancement sur les pages Aide & contact, Air France a déployé avec iAdvize une stratégie de mise en relation sur les étapes en amont du moteur de réservation des billets primes et payants mais aussi sur les pages de modification des réservations (gestion de commande).

Air France avait la volonté de ne pas offrir d'assistance pro-active à ses visiteurs. Une stratégie d'assistance par Chat 100% réactif a alors été déployée. **Des boutons fixes et flottants sont proposés aux visiteurs en fonction de leurs comportements**, leur permettant ainsi d'être assistés en temps réel dans leurs démarches.

Intégrer le Click to Chat dans la relation client d'Air France permet de **mettre en place un canal de communication international**, déjà déployé en France, au Royaume Uni, en Suède, au Portugal, en Norvège, au Danemark, etc.

*« 30 minutes de formation suffisent côté outil ensuite nous avons réalisé un briefing d'une demi-journée pour communiquer sur les objectifs et les procédures spécifiques à ce média »*

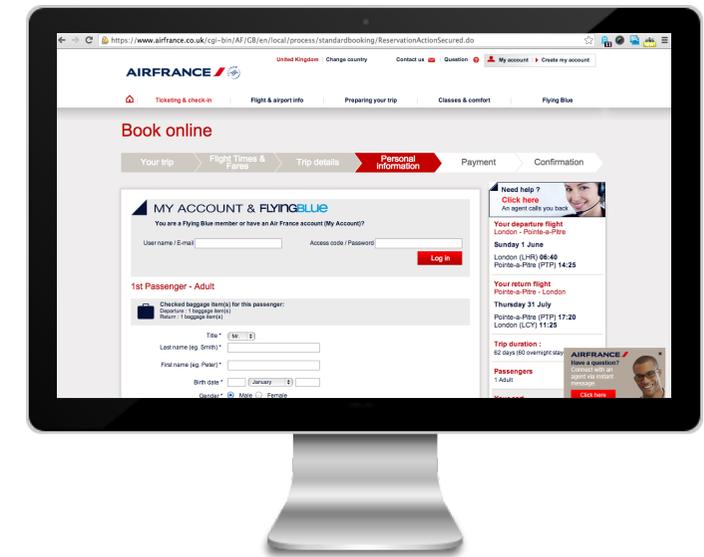
Alain Vendrasco

Grâce à des **règles de ciblage comportemental portant sur des étapes sensibles** liées à la réservation de billet ou à l'aide et l'assistance une fois ce billet acheté, ainsi qu'à un service client internalisé, AirFrance apporte à la fois **réactivité et satisfaction pour les visiteurs** de son site internet.

En 6 mois d'utilisation du Click to Chat iAdvize, **93% des voyageurs ayant échangé avec un conseiller se déclarent satisfaits à très satisfaits**, avec notamment 96% de satisfaction client concernant la rapidité de réponse, lié au fait qu'en moyenne, **la première réponse est adressée aux visiteurs en 30 secondes**.

Lorsque l'interaction par Chat se déroule sur des étapes définies comme « avant-vente », **25% de ces visiteurs assistés sont convertis en clients**.

Découvrez le retour d'expérience d'Air France : [vimeo.com/78794884](https://vimeo.com/78794884)



Invitation réactive d'Air France



AIR FRANCE

## The Kooples

**Secteur**  
Mode

**Canal**  
Click to Chat

**Objectif**  
Apporter la meilleure  
qualité de conseil

Lancée en 2008, cette griffe de vêtements destinés aussi bien à l'homme qu'à la femme a frappé fort en développant très vite un réseau de boutiques physique et une boutique en ligne.

### RÉSULTATS

**- 20 %**

du volume de tickets pour litige  
depuis la mise en place  
du Click to Chat

**+ 25 %**

montant du panier moyen  
des visiteurs assistés  
par un Personal Shoppers

**90 %**

satisfaction globale après un  
échange par Click to Chat

### CAS CLIENT

**The Kooples apporte la même qualité de conseil aux visiteurs de son site qu'à ceux des boutiques physiques grâce aux «Personal Shoppers»**



**Le challenge :** apporter aux visiteurs du site la même qualité de conseil qu'en boutiques physiques

Lancée en 2008, cette griffe de vêtements destinés aussi bien à l'homme qu'à la femme a frappé fort en développant très vite un réseau de boutiques physiques et une boutique en ligne.

En mars 2011, dans la cadre de la refonte de sa boutique e-commerce, The Kooples souhaite affirmer son image haut de gamme et tendance au travers de sa boutique en ligne, en apportant une **qualité de service et de conseils les plus proches possibles de celles proposées en boutique physique.**

**proximité entre l'enseigne et ses clients**, mais également **d'augmenter le taux de conversion et le panier moyen** du site e-commerce.

*« L'objectif était de pouvoir recréer sur la boutique en ligne, l'univers d'un salon de tailleur haut de gamme dans lequel le visiteur peut entretenir une relation privilégiée avec le vendeur et être conseillé sur son style »*

**Axel Dutreil, Ecommerce Manager**

La solution recherchée devait permettre de **renforcer la**

## La solution : le concept du «Personal Shopper»

En Janvier 2012, The Kooples intègre la solution iAdvize afin de **proposer aux visiteurs de la boutique en ligne de solliciter un conseiller en direct par messagerie instantanée.**

La mise en place du Click to Chat a été accompagnée par la **création du concept de «Personal Shopper»**, véritable conseiller mode à disposition des visiteurs de la boutique en ligne, afin de **les accompagner de façon personnalisée dans leur navigation** et leur **apporter des conseils de qualité**, sur les différents produits et sur

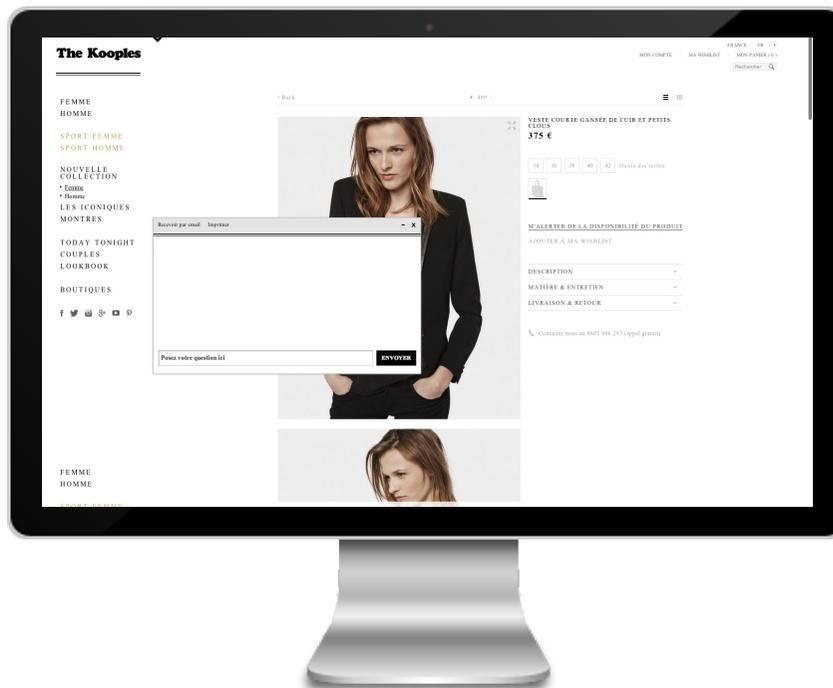
le style, de la même manière qu'en boutique physique.

Derrière ce concept de «Personal Shopper», une partie du service client a été formée à la relation client par Chat avec un **objectif de conseil orienté vers la vente avec une forte culture du résultat.**

Le traitement des questions se fait de la manière la plus humaine possible, en **faisant confiance à la réactivité et la spontanéité des «Personal shoppers».**

Au delà du Click to Chat, ces conseillers vont également être amenés à traiter d'autres canaux asynchrones en

fonction de la période de la journée ou de la saisonnalité. En intégrant la solution iAdvize, The Kooples a également souhaité profiter de l'expertise d'iAdvize afin d'**être accompagné sur les meilleures pratiques de relation client par Chat**, notamment sur l'utilisation de l'engagement proactif, dans l'objectif d'**apporter une qualité de service et un niveau de discours en harmonie avec l'image de l'enseigne de mode.**



Frenêtrre de dialogue The Kooples

*« Être accompagné par iAdvize sur la définition de la stratégie de ciblage comportemental et sur l'optimisation de l'engagement pro-actif, nous a permis d'apporter une valeur ajoutée à l'outil et de lever certaines craintes que l'on pouvait avoir »*

**Axel Dutreil**



**THE KOOPLES**

**Secteur**  
Santé**Canal**  
Click to Chat**Objectif**  
Se former à  
l'utilisation du Chat

Amaguiz est une marque de Groupama, dédiée exclusivement à la distribution directe par Internet. Elle propose une gamme automobile, une assurance habitation, une complémentaire santé, une assurance Prévoyance et une offre Chien-Chat.

**RÉSULTATS****85 %**taux d'occupation moyen des  
conseillers dédiés au canal Chat**x 3**taux de conversion des visiteurs  
assistés par Chat**93 %**taux de satisfaction globale des  
visiteurs assistés

**En humanisant la relation client à distance, l'assureur en ligne amaguiz multiplie par 3 le taux de conversion des visiteurs assistés, avec une satisfaction client de 93%**

**Le challenge : humaniser la relation à distance et répondre au besoin de conseil des prospects**

**Fondé en 2008, amaguiz est un assureur nouvelle génération sur Internet, créé à partir de l'écoute des consommateurs.** Amaguiz emploie 180 collaborateurs et détient 190 000 contrats en portefeuille fin 2012. Dédiée exclusivement à la distribution directe par internet, plus de 120 collaborateurs sont en relation avec les clients et prospects chez amaguiz (gestion des contrats et souscription).

En 2012, après avoir constaté la nécessité d'**améliorer la synergie entre le parcours utilisateur sur le site web et l'activité commerciale de la plateforme**, amaguiz a souhaité répondre au besoin de conseil et d'assistance instantanée de ses prospects, tout en poursuivant sa

volonté d'**humaniser la relation client en ligne.**

Amaguiz cherchait donc un moyen d'offrir un accompagnement à ses visiteurs dans le but de répondre à **deux problématiques : apporter une réponse spontanée** aux visiteurs à des étapes clés du parcours de souscription afin d'accroître les conversions full web et **optimiser les interactions entre les visiteurs et les conseillers**, afin d'entrer en relation avec des visiteurs

*« L'objectif de cet accompagnement à la carte est de rassurer les internautes selon leur besoin, de leur apporter un conseil de qualité et d'humaniser la relation à distance »*

**Nelly Brossard, Directrice Générale d'amaguiz**

qui n'auraient pas forcément franchi le pas d'appeler un conseiller ou de prendre rendez-vous en cas de problème ou de question.

**La solution :** proposer des conseils personnalisés au bon moment et au bon endroit du parcours de souscription

En Juillet 2012, amaguiz décide de déployer la solution de Click to Chat iAdvize, afin de **proposer aux prospects d'être conseillés à différents moments clés du parcours sur le site.**

Au-delà d'apporter sa solution technique de Click to Chat, iAdvize accompagne amaguiz dans la durée, afin d'optimiser l'utilisation de ce canal de gestion de la relation client en fonction des objectifs et des besoins.

### Des internautes satisfaits témoignent :

« Réponses très rapides et personnelles.  
Très agréable »

« Honnêtement c'était «super». Merci ! »

« Parfait, contact agréable et efficace. »

« Excellentissime ! »

Après une définition conjointe des objectifs à atteindre, iAdvize a réalisé une **analyse du site amaguiz en identifiant les zones de faiblesse avant et pendant la souscription**, afin de proposer une stratégie d'intégration, comprenant la **conception des éléments graphiques et la définition de la stratégie de ciblage comportemental.**

Pour répondre aux besoins des visiteurs, **5 conseillers amaguiz sont dédiés au canal Chat** afin d'assister et rassurer près de 3000 prospects chaque mois.

L'assistance par Chat est proposée aux visiteurs à différentes étapes clés de leur parcours de souscription en ligne : dans un premier temps en phase de réalisation de devis, puis tout au long du tunnel de conversion.

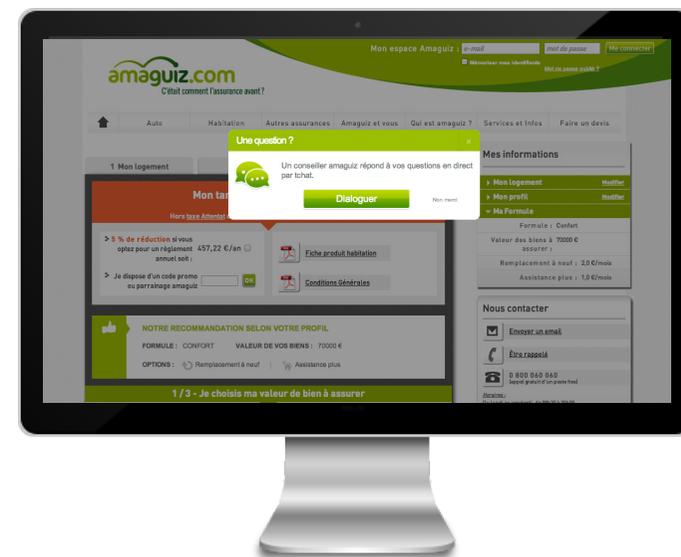
**Deux types d'engagement** leur sont alors proposés. Tout d'abord, le visiteur a la possibilité d'aller chercher lui-même de l'aide en cliquant sur un bouton flottant lui proposant une assistance par Chat aux étapes des tunnels devis et souscription.

Ensuite, cette offre de mise en relation réactive est complétée d'invitations proactives, sous la forme de pop-in, proposées aux visiteurs qui entament un parcours de sortie.

Ces invitations proactives, basées sur des règles de ciblage comportemental, sont alors personnalisées à chaque étape des tunnels de devis ou de souscription.

Après 6 mois d'utilisation, le bilan dressé par amaguiz est très positif. **Les conseillers traitent en moyenne 3 discussions en simultanée, avec un taux d'occupation de 85%.**

Les conseils immédiats et personnalisés répondent aux attentes des consommateurs. En moyenne, **près de 93 % des visiteurs assistés se déclarent satisfaits.** De plus, lorsqu'ils sont assistés par Chat, les visiteurs ont un **taux de conversion d'environ 3 fois supérieur à ceux qui ne dialoguent pas.**



Invitation pro-active



AMAGUIZ

## 6/ PARTENAIRES

Intégrateurs, centres de contacts, agences web, éditeurs, iAdvize a noué des partenariats avec un ensemble de prestataires proposant différentes approches du traitement des contacts afin de couvrir les besoins de ses clients.

La solution iAdvize peut s'adapter à tous les modèles de traitement des contacts : à l'acte, en off-shoring et en homeshoring. Sa disponibilité en mode SaaS (Software as a service) permet aux utilisateurs de se connecter depuis n'importe quel ordinateur, n'importe où.

De même, grâce à l'API d'iAdvize, les fonctionnalités de la solution sont extensibles. Dans un objectif de gestion unifiée et désenclavée de la relation client, elle peut ainsi être synchronisée avec un agent virtuel, avec un bandeau téléphonique ou avec un CRM.

“ Grâce au couplage de l'agent virtuel et du Click to Chat disponible sur l'espace d'assistance de Numericable, l'internaute bénéficie d'une continuité de son expérience en passant de l'Agent Virtuel intelligent «Emilie» à un chargé de clientèle Numéricable de manière transparente simple, rapide et 100% web.  
**David Lefèvre, Numéricable**



La société a grandi vite, passant de 23 salariés début 2013 à 70 au 1er septembre 2014, et projette de dépasser les 100 salariés en 2015. Grandir signifie aussi préserver l'esprit startup qui fait son ADN et ne pas hésiter à bousculer l'ordre établi pour faire toujours mieux et plus simple. Souplesse, réactivité et émulation sont au cœur des relations humaines, grâce à une recherche d'innovation permanente et à une culture de l'excellence et du plaisir au travail. Coup d'œil sur ces innovations.

### 150 euros pour que les collaborateurs prennent le pouvoir

Chaque personne dispose d'une cagnotte de 150 euros pour faciliter ses prises d'initiative et rendre le quotidien meilleur pour ses collègues, ses clients, ses partenaires. Un jeu de société a ainsi été créé et associé au parcours d'intégration des nouveaux collaborateurs ; des ateliers permettent de transmettre à ses collègues des compétences spéciales (améliorer son accent britannique, faire du beatbox, jouer de la guitare, etc.) ; un collaborateur a pu offrir des fleurs à une cliente hospitalisée de manière spontanée.

### La Genius Roulette

Chaque mois, trois membres d'iAdvize sont tirés au sort pour découvrir et noter un restaurant nantais. L'objectif est de créer des moments de rencontre avec entre les collaborateurs qui ne se côtoient pas directement au quotidien. Grâce à un algorithme conçu pour diversifier au maximum les tables, les salariés partagent un déjeuner hors des locaux et sans hiérarchie. Ils disposent d'une totale liberté pour choisir le restaurant et sont invités à partager leur avis sur les adresses testées.



### Les Carafés // 8 rue Grande Biesse

Ambiance déco	★ ★ ★ ★ ★
Accueil et service	★ ★ ★ ★ ★
Qualité prix	★ ★ ★ ★ ★



## Le Ship it day

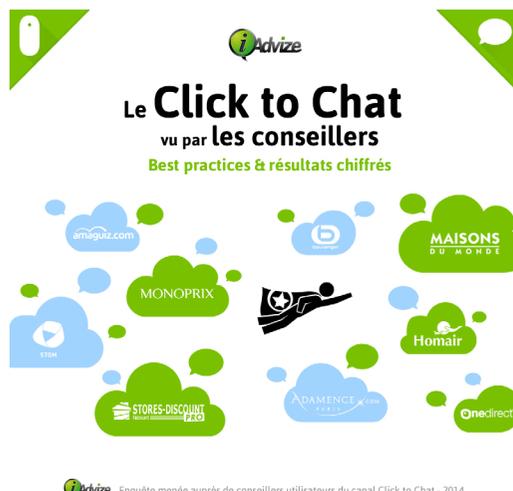
Les sessions «Ship it day» permettent de consacrer deux jours à l'innovation. En créant des mini-startups composées de personnes aux compétences diversifiées, les collaborateurs ont l'opportunité de porter leurs idées et de les faire mûrir en sortant du cadre. Ils travaillent avec des personnes différentes de celles avec lesquels ils sont en contact direct quotidiennement. Par exemple, une équipe composée d'un commercial, d'un program manager et d'un chargé de communication a conçu un email de reporting sous forme d'infographie, de manière à donner aux clients d'iAdvize un aperçu complet et ludique de leurs activités.



## Managers, deux jours à l'école militaire

Une croissance rapide nécessite de structurer les équipes et de renforcer la cohésion au sein de l'entreprise. Sophie de l'Estourbeillon, responsable des ressources humaines, a organisé une formation au leadership et au management avec l'école militaire de Saint-Cyr Coëtquidian (56). Pendant deux jours, les managers ont expérimenté des situations différentes de celles qu'ils rencontrent au quotidien comme faire face à un scénario de séisme et évacuer les blessés ou construire un pont sur une rivière. De la gestion de crise à la prise de décision rapide, ils ont dû faire preuve d'agilité et emprunter des chemins détournés pour réussir ensemble. *«Aujourd'hui, il faut des bases solides pour continuer à faire grandir iAdvize et ce stage y a participé en permettant de créer un cadre de références commun aux différents managers»*, explique Sophie de l'Estourbeillon.





iAdvize Enquête menée auprès de conseillers utilisateurs du canal Click to Chat - 2014

### Le Click to Chat vu par les conseillers

Quel est le profil type du conseiller, son âge, sa formation... ? Quelles sont selon eux les compétences clés, les bonnes pratiques ? Réponses dans la dernière étude d'iAdvize.

<http://landing.iadvize.com/fr/le-click-to-chat-vu-par-les-conseillers>



Key metrics - Results based on 900 businesses - Best practices - Success stories

### Click to Chat, l'outil indispensable de vente en ligne

Quels sont les indicateurs clés à suivre ? Les conseils d'experts pour optimiser le pouvoir de vente du Click to Chat.

<http://landing.iadvize.com/en/whitepaper-sales-with-chat>



### Comment éviter les retours grâce au Click to Chat ?

Comment le Click to Chat aide les ecommerçants allemands à réduire les retours de produits achetés en ligne ? Conseils et bonnes pratiques pour s'adapter à la nouvelle réglementation européenne.

<http://landing.iadvize.com/de/retouren>

## CONTACT

Pour obtenir plus d'informations,  
contactez **Maxime Baumard**

- par email : [maxime@iadvize.com](mailto:maxime@iadvize.com)
- par téléphone : 02 85 52 16 20
- par chat : [www.iadvize.com](http://www.iadvize.com)
- sur twitter : @iadvize ou @maximebaumard

N'hésitez pas à venir nous rendre visite sur [www.iadvize.com](http://www.iadvize.com) et à nous demander une démonstration.

