



Humaniser les expériences grâce à l'intelligence artificielle.

Sky UK transforme les expériences client avec l'aide de l'intelligence artificielle et d'Adobe Sensei.



« Adobe Sensei nous sert de trait d'union entre l'intelligence client et des expériences personnalisées utiles et pertinentes. »

Rob McLaughlin, responsable du décisionnel et de l'analytics digital chez Sky UK

SOLUTION

Adobe Experience Cloud, dont les solutions Adobe Analytics et Adobe Audience Manager d'Adobe Analytics Cloud et la solution Adobe Target d'Adobe Marketing Cloud

Adobe Sensei

RÉSULTATS



Création de segments **HYPER-CIBLÉS** pour mobiliser les clients



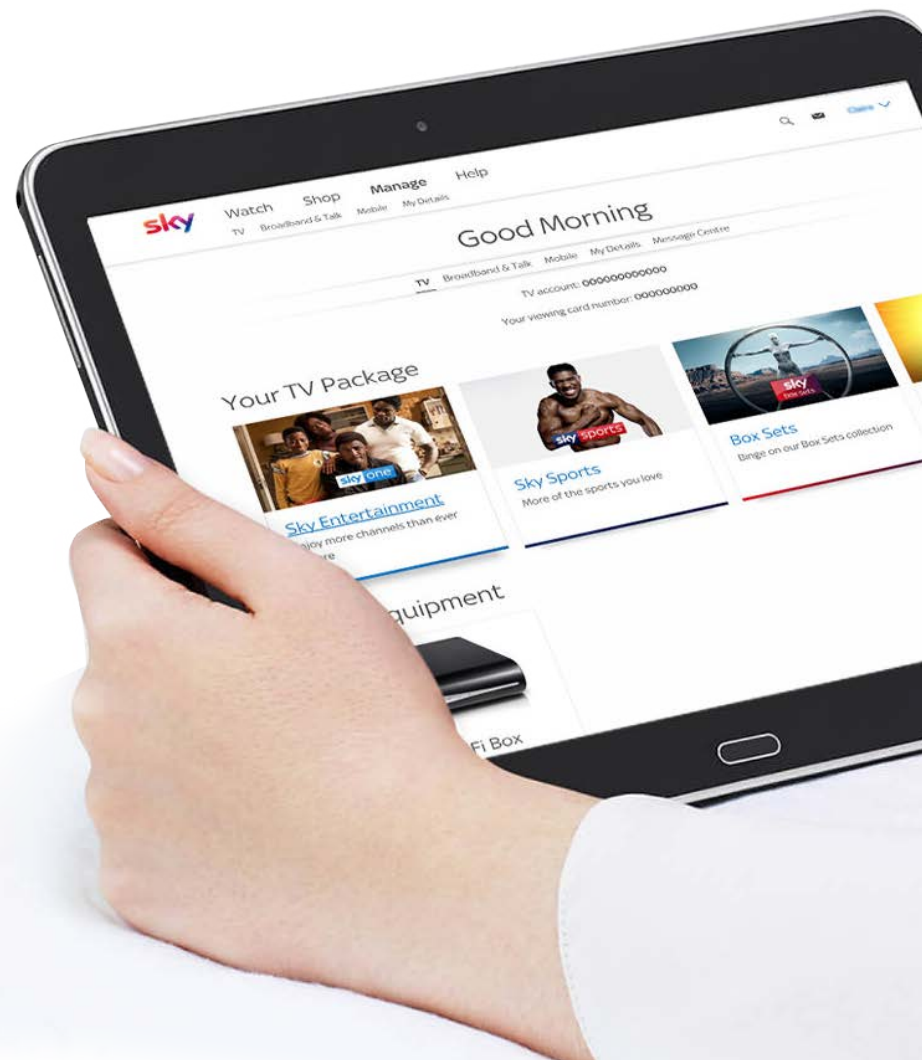
Utilisation de l'**APPRENTISSAGE AUTOMATIQUE** pour produire des informations exploitables



Amélioration des **RELATIONS** avec les clients



Application des enseignements délivrés par l'IA **SUR L'ENSEMBLE DES CANAUX** afin de cerner ce qui compte aux yeux des clients



Sky UK

Date de création : 1990

Nombre d'employés : 30 000

Londres, Royaume-Uni

www.sky.com

DÉFIS

- Mettre à profit les données clients pour déployer des interactions personnalisées hors pair
- Améliorer les interactions avec les clients, en face à face et sur les canaux digitaux
- Améliorer le service à la clientèle en anticipant les besoins des uns et des autres

EXEMPLES D'UTILISATION

- Intelligence client
- Acquisition client

Personnaliser les expériences pour 22,5 millions de clients

Les canaux digitaux — e-mail, sites web, publicités numériques ou encore réseaux sociaux — jouent un rôle de plus en plus important dans la façon dont les entreprises interagissent avec les consommateurs. Dans le même temps, les clients ont désespérément besoin de nouer des contacts humains avec elles. Ils veulent être considérés comme des individus à part entière, et non comme de simples numéros dans une base de données.

Sky UK est conscient de l'importance des interactions digitales personnalisées dans un secteur concurrentiel. Acteur de premier plan dans les télécommunications et le divertissement digital au Royaume-Uni, Sky UK compte plusieurs millions de clients abonnés à ses services téléphonie, Internet haut débit, TV par câble et mobiles. Ses sites web Sky News et Sky Sports font partie des plus visités au Royaume-Uni.

72 % des clients de Sky UK interagissent avec cet opérateur via trois canaux au moins : par téléphone, en boutique et en ligne. À l'appui de ses initiatives marketing cross-canal, Sky UK a déployé Adobe Experience Cloud pour l'excellence de ses outils d'analyse et de personnalisation intégrés.

Adobe Analytics et Adobe Audience Manager aident Sky UK à mieux cerner sa clientèle en surveillant et regroupant en temps réel des données clients issues de l'ensemble des canaux. Adobe Target met à profit ces segments de clientèle pour créer des interactions personnalisées.

« Adobe Experience Cloud est une solution fantastique pour offrir aux clients les expériences cross-canal fluides qu'ils recherchent », souligne Rob McLaughlin, responsable du décisionnel et de l'analytics digital chez Sky UK. « Pour autant, les profils de nos 22,5 millions de clients sont très divers. Même une répartition d'après leurs préférences en matière de genres télévisuels risque de donner lieu à des segments relativement conséquents. Nous avons l'impression qu'il était possible de mieux faire pour déployer des expériences véritablement personnalisées. »

Rob McLaughlin a alors décidé de mettre à profit certaines fonctionnalités d'Adobe Experience Cloud optimisées par Adobe Sensei, le framework d'intelligence artificielle et d'apprentissage automatique d'Adobe. La personnalisation automatisée, fonction d'Adobe Target optimisée par Adobe Sensei, analyse ainsi en temps réel le gigantesque volume d'informations clients de Sky UK pour mettre au jour les recommandations, services et expériences qui, déployés à grande échelle, trouveront un écho chez chaque client.

« Adobe Sensei nous est indispensable pour créer, gérer et diffuser des offres hyper-ciblées sur l'ensemble des canaux. Cette technologie nous permet de faire des recommandations, non seulement pertinentes mais désirées, qui surprennent et séduisent les clients ».

« Nous n'utilisons pas Adobe Sensei dans une bulle digitale. Concrètement, nous recourons à l'intelligence artificielle pour améliorer les contacts humains. »

Rob McLaughlin, responsable de l'analytics digital, Sky UK

« Dans l'esprit des gens, l'intelligence artificielle est associée au déploiement d'expériences ultra-robotisées et prédéfinies alors qu'en réalité, c'est tout le contraire », explique Rob McLaughlin. « Adobe Sensei nous sert de trait d'union entre l'intelligence client et des expériences personnalisées utiles et pertinentes. »

« Dans une relation classique, où le client nous a confié une prestation de service et autorisé à documenter son expérience, il semble parfaitement fondé de se servir de ces informations pour rendre les interactions toujours plus pertinentes », poursuit Rob McLaughlin. « Les enseignes qui n'exploitent pas l'apprentissage automatique risquent de proposer des expériences décousues, faute de n'avoir pas su personnaliser leurs échanges avec leurs précieux clients. »

Identifier des préférences détaillées

Pour Rob McLaughlin, proposer des offres aux clients n'a pas uniquement vocation à accroître le chiffre d'affaires. Il s'agit plutôt d'une démarche contribuant à faire découvrir aux clients un produit ou un service qui leur plaira à coup sûr. « C'est ce que nous appelons provoquer un heureux hasard, tout simplement en multipliant les chances de proposer à nos clients une offre qu'ils jugeront intéressante », indique-t-il.

En se servant d'identifiants Adobe ID pour distinguer plus facilement ses clients sur les différents canaux, Sky UK parvient à apprendre énormément de choses sur eux, à partir de l'utilisation qu'ils réservent à ses applications ou de leurs habitudes devant le petit écran. Son équipe en charge de l'analytics digital créait jusqu'à présent des règles pour segmenter la clientèle, mais même avec Adobe Experience Cloud, il était fastidieux de constituer des segments véritablement détaillés et personnalisés.

Peu de clients, par exemple, sont des inconditionnels de tous les sports. Le plus souvent, ils s'intéressent à certaines disciplines et équipes qu'ils suivent de près. S'employer à leur formuler des recommandations sur Sky Sports, en se référant à un sport ou une équipe qu'ils ne soutiennent pas n'est, en général, pas très efficace. Cependant, même s'ils passaient plusieurs semaines à élaborer des règles de segmentation individualisée, rien ne dit que les marketeurs parviendraient à restituer toutes les combinaisons possibles de sports et équipes préférés.

Plutôt que d'élaborer des règles et des segments, la personnalisation automatisée d'Adobe Target s'appuie sur l'apprentissage automatique pour identifier organiquement les préférences sportives des clients et leur adresser des recommandations produits nettement plus efficaces et appréciées.

« Adobe Sensei nous est indispensable pour créer, gérer et diffuser des offres hyper-ciblées sur l'ensemble des canaux », admet Rob McLaughlin. « Cette technologie nous permet de faire des recommandations, non seulement pertinentes mais désirées, qui surprennent et séduisent les clients. »

« En travaillant avec Adobe Experience Cloud et Adobe Sensei, nous tirons des enseignements plus fouillés sur nos clients, ainsi que sur leurs liens avec nos produits et services. »

Rob McLaughlin, responsable de l'analytics digital, Sky UK

PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DE LA SOLUTION

Adobe Experience Cloud, dont :

Adobe Analytics Cloud

- Adobe Analytics
 - Comparateur de segments, optimisé par Adobe Sensei
- Adobe Audience Manager
 - Look-alike modeling (modélisation de profils similaires), optimisée par Adobe Sensei

Adobe Marketing Cloud

- Adobe Target
 - Personnalisation automatisée, optimisée par Adobe Sensei

Pour en savoir plus

www.adobe.com/fr/data-analytics-cloud.html

www.adobe.com/fr/marketing-cloud.html

www.adobe.com/fr/sensei.html



Recourir à l'IA pour mieux humaniser les interactions

Si les problèmes sont certes inévitables, quel que soit le type de produit ou de service proposé, c'est la manière dont les entreprises les gèrent qui, au final, déterminera le ressenti des clients. Sky UK fait appel au comparateur de segments, optimisé par Adobe Sensei, dans Adobe Analytics, pour améliorer l'efficacité des contacts humains via son centre d'appels. Lorsqu'un client contacte ce dernier, le comparateur de segments permet à Sky UK d'analyser divers attributs client, notamment les produits déjà en sa possession, son lieu de résidence, à quel stade du cycle de vie client il se trouve, et si les précédents échanges avec lui ont été concluants. À partir de ces informations, le client est mis en relation avec le chargé de clientèle le plus apte à traiter sa demande.

« Nous n'utilisons pas Adobe Sensei dans une bulle digitale », affirme Rob McLaughlin. « Concrètement, nous recourons à l'intelligence artificielle pour améliorer les contacts humains. »

Le comparateur de segments, optimisé par Adobe Sensei, regroupe les informations ayant trait aux habitudes des clients — programmes de télévision préférés ou genres télévisuels appréciés par les membres du foyer — afin de fournir des amorces d'entretien aux chargés de clientèle. Au lieu de passer du temps à essayer d'en savoir plus sur son interlocuteur, le téléconseiller peut alors converser avec lui plus naturellement, être davantage à l'écoute de ses préoccupations et s'employer à trouver les services les mieux adaptés. « Nous constatons d'emblée à quel point l'IA améliore la capacité de l'homme à tenir des conversations pertinentes et intéressantes », précise Rob McLaughlin.

« En travaillant avec Adobe Experience Cloud et Adobe Sensei, nous tirons des enseignements plus fouillés sur nos clients, ainsi que sur leurs liens avec nos produits et services », conclut Rob McLaughlin. « Nous apprenons à mieux approcher nos clients, en les considérant comme des individus à part entière, et à leur apporter la dimension humaine qu'ils recherchent dans nos échanges. »