

# Les 5 tendances de l'Expérience Client à suivre en 2019

Par Laurence Caron, Managing Director de Contentserv France



Quels que soient l'environnement ou l'âge des individus, les sensations pèsent sur leurs décisions. C'est pourquoi la prédominance de l'expérience client est sur la liste des tendances de ces cinq dernières années. De ce fait, [81 %](#) de spécialistes marketing qui déclarent s'attendre à ce que la bataille se livre uniquement sur le terrain de l'expérience client dans les deux ans à venir.

Alors que l'année 2018 vient de se terminer, quelles sont les tendances de l'Expérience Client à suivre en 2019 ?

## 1. Augmentation des organisations qui exploitent leurs données client

Malgré toutes les technologies disponibles pour collecter et traiter les données, seules [10 %](#) des organisations exploitent leurs données client. La situation va néanmoins changer car les entreprises qui exploitent leurs données client devraient encaisser [1,2 trillions de dollars américains](#) en 2020. Selon Forrester, les objectifs de ces colosses de la perturbation numérique sont clairs : attirer des clients, les servir et les fidéliser. Google, Baidu et Netflix figurent parmi les pionniers.

## 2. Augmentation constante de l'automatisation, de l'intelligence artificielle et du machine learning dans le cadre de la transformation digitale des entreprises

Les bases de [l'automatisation](#), de l'intelligence artificielle et du machine learning ont été établies et les premières entreprises à avoir adopté ces technologies enregistrent déjà des résultats positifs en termes de chiffres d'affaires et de marges bénéficiaires. D'après IDC, chez eux ou au travail, [75 %](#) de travailleurs ont interagi avec au moins une application d'intelligence artificielle/de machine learning en 2018 (ex. : les [chatbots](#) Siri, Alexa et Slack/Skype). En 2019, les interactions avec ces applications devraient atteindre le niveau des assistants numériques intelligents. IDC prévoit également une généralisation de leur utilisation dans tous les secteurs, pour un investissement de l'ordre de [77,6 milliards de dollars américains](#) en 2022.

Les 3 types d'utilisation de l'intelligence artificielle et du machine learning selon les secteurs d'activité

- Les robots dans le commerce et l'hôtellerie,
- L'analyse prédictive dans la production/supply chain, la médecine/santé et la mode/beauté,
- L'intelligence cognitive dans l'industrie de l'énergie/extraction minière.

## 3. Le cloud, pas seulement au-dessus de nos têtes, mais partout

Il est prévu que les investissements dans le cloud public mondial atteignent [200 milliards de dollars américains](#) en 2019. En effet, les entreprises rivalisent pour améliorer leurs processus et pour extraire des connaissances de leurs piles de données accumulées. Selon Forrester, le cloud computing sera à la base des applications futures des entreprises car ces dernières s'emploient à offrir des expériences produit et client fascinantes.

Les principales tendances du cloud

- Les solutions hybrides/multi-cloud,
- Les services IaaS et PaaS intégrés,
- L'informatique quantique.

#### 4. Bienvenue à la recherche vocale et au commerce vocal

D'ici 2020, au moins [50 %](#) de toutes les recherches seront vocales, selon [Andrew Ng](#), qui a travaillé chez Baidu et Google. Il parle aussi de la recherche visuelle, mais la recherche vocale gagne rapidement du terrain sur mobile, en particulier parmi les [16-44](#) ans. De plus, le [rapport sur la recherche vocale de GlobalWebIndex](#) révèle que 34 % d'internautes entendent acheter des assistants vocaux intelligents. Les implications du commerce vocal dans le marketing

- Le SEO,
- Le contenu hyperlocal,
- L'expérience client.

#### 5. La vidéo, reine du contenu

Aucun autre contenu que la vidéo ne rencontre l'enthousiasme des consommateurs et des entreprises et, en 2019, elle représentera [80 %](#) du trafic Internet mondial. La vidéo est l'une des tendances les plus controversées de ces deux dernières années, depuis que des organisations, surtout des rédactions, [sont passées du texte à l'image](#) sous l'influence des [indicateurs Facebook](#). Cependant, scandale à part, la vidéo prouve être ce moyen puissant qui rapproche les marques des consommateurs à travers la [narration](#), comme en témoignent 93 % de spécialistes du marketing [qui utilisent la vidéo pour améliorer leurs campagnes](#).

L'efficacité de la vidéo en chiffres

- 52 % de spécialistes du marketing confirment la suprématie de la vidéo pour affirmer la [notoriété de marque](#).
- 51 % de spécialistes du marketing à travers le monde confirment que, parmi les types de contenu, la vidéo enregistre [le meilleur retour sur investissement](#).
- Les spécialistes du marketing indiquent que [le chiffre d'affaires augmente 49 % plus rapidement](#) en cas d'utilisation de la vidéo.

Et voilà, maintenant vous connaissez les cinq tendances Expérience Client qui méritent d'être suivies en 2019. De plus, une nouvelle année commence, et une nouvelle porte s'ouvre pour que votre entreprise puisse tourner la page. Avec toutes les opportunités offertes par les nouvelles technologies, il est peut-être temps que votre entreprise tente quelque chose de nouveau. Comme le disait Albert Einstein : « *La définition de la folie, c'est de refaire toujours la même chose et d'attendre des résultats différents.* »

Source :

<https://www.thehindubusinessline.com/specials/people-at-work/6m2qd/article24697967.ece>

\*\*\*

#### A propos de Contentserv

Contentserv aide les retailers, fabricants et marques à développer des expériences produit innovantes en combinant la gestion de l'information produit (PIM), la gestion des données de référence (MDM) et la gestion de l'expérience marketing (MxM). Son objectif est de faciliter le quotidien des spécialistes du marketing et des équipes métier en leur fournissant une plateforme riche et axée sur le business, mettant l'accent sur le retour sur investissement. La technologie PIM de Contentserv est reconnue leader par Forrester Research.

#### Contact presse

the messengers

Elodie Antoine

[elodie@themessengers.fr](mailto:elodie@themessengers.fr)

01 40 41 19 62