

IA générative et expérience client : sortir des fantasmes, construire le réel

Ce nouveau livre blanc de Konecta montre comment améliorer l'expérience client grâce à l'IA générative

Paris, 5 juin 2025 – Alors que le débat public sur l'intelligence artificielle (IA) oscille entre les promesses d'une automatisation totale et les craintes de pertes d'emplois massives, une réalité plus concrète se dessine. Konecta, acteur mondial de l'expérience client externalisée, publie ce jour **un livre blanc** qui vise à remettre en question ces discours à travers des exemples concrets de déploiement de l'IA générative ("GenAI") dans le domaine du service client. Réalisée en collaboration avec BCG, cette publication démystifie cinq idées reçues sur la GenAI en s'appuyant sur des résultats concrets issus de sa mise en œuvre.

Le constat est clair : La GenAI n'est ni une baguette magique, ni une technologie «*plug and play*». Elle nécessite des infrastructures robustes, une culture de la donnée et une réinvention en profondeur des processus métiers.

Le livre blanc intitulé "*Cutting through the noise: first lessons from deploying GenAI in customer service*"¹, délivre ainsi une feuille de route précieuse pour toutes les entreprises confrontées à l'intégration de l'IA générative. Une feuille de route que Konecta a commencé à mettre en œuvre via son plan stratégique Katalyst 2028, en s'appuyant sur des enseignements concrets issus des usages clients.

Mythe n°1 : La GenAI ne servirait qu'à réduire les coûts

Si les premiers gains mesurés (jusqu'à 30 % de productivité et -16 % de temps de traitement) confirment son intérêt opérationnel, son impact va bien au-delà. La GenAI améliore la qualité de la communication, facilite le coaching en temps réel et renforce l'engagement des clients et des commerciaux. Par exemple, un assureur européen a enregistré une augmentation de 40 % de son taux de conversion en six semaines grâce à une solution combinant IA, formation et supervision humaine.

Ce que nous observons : dans les centres de contact Konecta où des outils d'IA sont déployés, les équipes ne travaillent pas seulement plus vite, elles travaillent aussi plus intelligemment. Elles posent de meilleures questions, reformulent plus clairement et prêtent davantage attention aux indices subtils. Ces changements de comportement, soutenus par des outils bien conçus et une formation ciblée, sont à l'origine de la création de valeur réelle.

¹ Ndlr « *Au-delà du bruit : premières leçons tirées du déploiement de GenAI dans le service client* »

Mythe n°2 : La GenAI dégraderait la satisfaction des salariés

Contrairement à ce que l'on craint souvent, une IA générative bien intégrée améliore en réalité l'expérience des employés. Lors des premiers déploiements, plus de 70 % des collaborateurs se sont déclarés enthousiastes à l'idée d'utiliser ces outils, principalement pour le gain de temps et la possibilité de se concentrer sur les interactions à forte valeur ajoutée.

Ce que nous mettons en place : Konecta forme actuellement plus de 4 000 collaborateurs à l'utilisation de l'IA, en mettant l'accent sur le perfectionnement des compétences et l'accompagnement dans l'évolution de carrière. 95 % des employés interrogés ont trouvé les outils d'aide à la transcription utiles, et 82 % ont apprécié la formation personnalisée basée sur l'IA. Loin de les remplacer, elle redonne du sens à leur mission.

Mythe n°3 : La GenAI ne serait pas capable d'offrir une expérience client engageante

Il existe un mythe profondément ancré selon lequel les clients n'aiment pas les interfaces automatisées. Le livre blanc apporte une nuance à cette idée : ce n'est pas l'IA que les clients rejettent, mais la mauvaise qualité du service. Lorsque la GenAI est utilisée à bon escient, avec une intégration contextuelle et la possibilité de passer à un interlocuteur humain, le niveau de satisfaction des clients est équivalent, voire supérieur, à celui obtenu avec un support traditionnel.

Ce que nous mesurons : Chez Konecta, l'ajout d'outils de GenAI a permis de faire progresser le score de satisfaction de 81 % à 85 % dans certains cas sur une période de 2 mois².

Mythe n°4 : Le succès du déploiement de la GenAI ne reposerait uniquement que sur l'algorithme

En réalité, 70 % du succès de la GenAI dépend des processus, des équipes et de l'intégration commerciale. L'IA n'est pas simplement un logiciel plug-in : elle repose sur tout un écosystème technique, comprenant une infrastructure cloud, la gouvernance et le traitement des données, ainsi qu'une transformation fondamentale des modèles opérationnels.

La réponse de Konecta : Notre plan "Katalyst 2028" incarne une transformation à double détente : technologique et organisationnelle. Selon Luigi Esposito, responsable du déploiement de l'IA pour la région EMEA et le marché anglophone (ESM) « *Nos partenariats avec Google Cloud, AWS et Uniphore reflètent cette vision. Nous structurons nos flux de données, renforçons nos capacités d'analyse, et surtout, nous investissons dans l'adoption sur le terrain, au plus près des salariés et des managers* ».

² Il s'agit des outils de training et de recommandations qui ont permis d'atteindre ce chiffre. Ce chiffre a été atteint sur une période très courte de 2 mois

Mythe n°5 : La GenAI finira par remplacer les salariés humains

Enfin, le livre blanc démontre que les cas d'utilisation les plus efficaces exploitent une dynamique complémentaire entre les humains et l'IA. Les outils automatisés prennent en charge les tâches répétitives, tandis que les humains restent indispensables dans les situations complexes, émotionnelles et stratégiques.

Ce que nous projetons : Konecta prévoit d'augmenter ses effectifs de 5 % d'ici 2028, en recrutant davantage de profils hybrides, à la fois technophiles et empathiques, à rebours des scénarios anxigènes véhiculés par certains acteurs du secteur.

Conclusion :

La question n'est plus de savoir si l'IA générative va transformer le secteur, car c'est déjà le cas. La question est de savoir *comment*. Ce livre blanc, ainsi que la mise en œuvre du programme *Katalyst 2028* de Konecta, montrent que cette transformation peut être positive si elle est gérée activement.

« L'IA générative ne s'implémente pas sur une simple décision. Elle nécessite des bases solides, une montée en compétences des équipes, ainsi qu'un engagement fort des collaborateurs », explique Oscar Verge, directeur du déploiement de l'IA chez Konecta. « Ce n'est que dans ces conditions qu'elle devient un levier de performance durable sur le long terme. Alors que Konecta pilote désormais plus de 100 projets liés à l'IA générative, notre rôle central est de conduire cette transformation en toute responsabilité, en veillant à ce que les personnes restent au cœur du processus. »

À propos de la méthodologie :

Ce livre blanc s'appuie sur une méthodologie rigoureuse, qui s'inspire de déploiements réels dans les environnements clients. Les conclusions sont issues d'expériences comparatives (groupes test et témoins), de mesures quantitatives (performances, satisfaction, engagement) et de commentaires qualitatifs de salariés et de managers. Il évalue l'impact de la GenAI sur les dimensions techniques, humaines et organisationnelles, et identifie les facteurs clés de succès : une infrastructure robuste, la maîtrise des données et la gestion du changement. Près de 400 agents Konecta, principalement basés en Espagne et en Amérique du Sud, ont été interrogés pendant six semaines.

Pour lire ou télécharger une copie du livre blanc, rendez-vous [ici](#).



Contact Presse

Steele & Holt

Laura Barkatz

Email: laura@steeleandholt.com

Mobile: +33 (0) 6 58 25 54 14

Vivien Michelet

Email: vivien@steeleandholt.com

Mobile: +33 (0) 6 48 57 83 24

Anaïs Miegerville

Email: anais@steeleandholt.com

Mobile: +33 (0) 6 33 73 85 16

À propos de Konecta :

Konecta est un acteur leader du Customer Management et BPO présent dans 26 pays à travers 4 continents et fort de plus de 120 000 collaborateurs passionnés. Notre approche sectorielle nous permet d'appréhender les spécificités de chaque industrie et cerner au plus près les besoins de nos clients. Nous concevons des solutions de bout en bout couvrant l'ensemble des Customer Business Processes (acquisition, fidélisation, service client, assistance technique et recouvrement) avec le souci permanent de s'inscrire dans un modèle durable. Nos solutions sont bâties sur un portefeuille de services qui intègre aussi bien des services de conseil et d'optimisation de processus que des solutions digitales et technologiques de premier plan. Konecta est basée à Madrid et réalise un chiffre d'affaires global de 2 milliards d'euros. Nous comptons parmi nos 500 clients des acteurs majeurs de secteurs clés comme les télécommunications, l'énergie, les services financiers, la mobilité et l'e-commerce.

Pour en savoir plus à propos de www.konecta.com