

Calldesk, grande gagnante du Challenge AWS Startup Architecture

Calldesk automatise les appels récurrents des centres de relation client afin de libérer du temps aux équipes et de leur permettre de se concentrer sur les interactions à forte valeur ajoutée.

Temps de lecture : minute

23 novembre 2020

Le 15 octobre dernier avait lieu la finale du Challenge AWS Startup Architecture, un concours visant à récompenser les startups françaises qui construisent sur Amazon Web Services (AWS) des architectures performantes et innovantes. Les 8 finalistes ont pu pitcher face à un jury d'experts (composé de CTO et VCs), dans l'espoir de devenir la "Startup Architecture of the Year" de 2020. Le lauréat gagne ainsi jusqu'à 25 000 dollars de crédits AWS et, plus globalement, l'opportunité d'accroître sa visibilité grâce à une couverture média. KeenEye, Askblu.Ai, Tarmac Technologies, Eleven Life, Legal Place, calldesk, Claptime, et Dazzl, se sont ainsi succédées lors de la session de pitches. C'est finalement la startup Calldesk qui a su se démarquer avec son IA conversationnelle.

La récurrence de certains appels : un problème à résoudre dans les services client

Tout a commencé en 2016, alors que Vincent Gire, l'un des deux co-fondateurs, effectuait un tour du monde en bateau. Au cours de son expédition, il a dû contacter à plusieurs reprises des services clients, dont l'assistance ne fut que peu fructueuse. Il s'est aperçu qu'il y avait une

grande différence entre l'expérience attendue en appelant un service client, et ce qui est réellement délivré. Avec Aimé Dushimire, second cofondateur de l'entreprise, ils ont alors lancé Calldesk, un outil capable d'automatiser ces appels grâce au callbot, c'est-à-dire un robot avec lequel on peut parler par téléphone. En faisant mûrir leur projet, *"ils ont pu constater qu'il était difficile de recruter dans des centres d'appel car 50% du temps de travail est consacré à des tâches répétitives"*, explique Alexandre Courbin, marketing manager chez Calldesk. C'est ainsi que la startup a trouvé à qui adresser sa solution : les services client des grandes entreprises.

Aujourd'hui Calldesk est donc une startup qui permet d'automatiser les appels répétitifs dans des centres de relation client grâce à ses callbots, ce qui libère du temps à leurs équipes pour se concentrer sur les interactions à forte valeur ajoutée.

Une meilleure gestion des pics d'appels, particulièrement utile en période de crise

C'est généralement avec des entreprises qui reçoivent près de 500 000 appels par an que la jeune pousse travaille. Ses équipes sont alors en contact avec les directions de la relation client, de l'innovation, ou de l'informatique, pour construire le callbot adapté au cas d'usage (suivi de colis, demande d'attestation, organisation d'un rendez-vous...). Une fois en place dans l'entreprise, cette solution sur-mesure permet d'automatiser des milliers d'heures passées par les agents au téléphone.

Damien Gallet, Security & Reliability manager chez Calldesk, explique que le confinement de mars 2020 a été un coup d'accélérateur pour la startup, car *"cela a fait prendre conscience aux clients de l'importance du positionnement de leur call center dans le cloud"*. À titre d'exemple, Enedis a dû fermer son centre d'appels du jour au lendemain à l'annonce du confinement. Durant cette période de transition, plutôt que de laisser

les appels sans réponse, le callbot de Calldesk a permis de récupérer les demandes et de les transmettre sous forme de mail aux employés qui travaillaient depuis chez eux. La startup offre également ses services à des assureurs, à l'instar de la MAAF, qui reçoit par exemple de très nombreux appels en cas de catastrophes naturelles telles que des inondations ou des tempêtes. Le bot va ainsi traiter ces demandes immédiatement pour éviter une saturation du centre d'appels.

La solution a également intéressé La Poste, client historique de Calldesk. Le groupe français reçoit en effet plusieurs centaines de milliers d'appels chaque année. Avant, sans le bot de Calldesk, ces appels étaient tous traités par des agents humains. Une valeur ajoutée limitée, à la fois pour les clients de La Poste qui doivent souvent patienter le temps qu'un agent se libère, et pour l'agent lui-même, qui passe une grande partie de son temps à répondre à ce type de demandes répétitives. Le bot mis en place peut, lui, décrocher, informer la personne qui appelle par exemple pour un suivi de colis de sa date de livraison, et même redéfinir cette date si nécessaire.

Une architecture solide permettant performance et agilité

La victoire de Calldesk au Challenge AWS Startup Architecture se justifie, selon les membres du jury, par un pitch convaincant, et une infrastructure répondant parfaitement aux critères pour remporter ce prix. Celle-ci est en effet sécurisée, scalable, résiliente, performante, optimisée d'un point de vue coût, et possède des services qui peuvent rapidement répondre à une problématique métier.

En effet, à titre d'exemple, pour être capable de gérer des milliers d'appels en parallèle, plutôt que d'avoir d'énormes serveurs, la startup encapsule chaque appel dans un conteneur Fargate ([AWS Fargate](#) qui permet de gérer des conteneurs sans serveur). Cela est un gage de

sécurité car la donnée présente dans un conteneur ne va pas pouvoir transiter dans un autre, et un gage de fiabilité car si un appel échoue, il n'y aura pas d'impact sur le reste de la plateforme. De fait, Calldesk peut s'engager auprès de ses clients à des taux de disponibilité de 99,99%. Par ailleurs, avec le service de conteneurs Fargate, la startup est capable de gérer avec succès un flux d'appels élevé, puisqu'en moins de trois minutes, elle peut gérer 600 appels simultanés en plus, avec un temps d'attente inférieur à deux secondes.

Afin d'aller encore plus loin dans son développement, Calldesk développe une stratégie de vente indirecte, en créant des partenariats avec des acteurs technologiques majeurs du secteur de la relation client. *"Cela nous permettra d'élargir notre force de frappe pour nous développer sur de nouveaux marchés, en particulier l'Europe et l'Amérique du Nord, où l'on trouve des entreprises matures qui reçoivent beaucoup d'appels"* , conclut Damien Gallet.

Maddyness, partenaire média de AWS

Article écrit par Maddyness, avec AWS