

Temps de lecture : 4''

Par Anne-Laure JOUBAIRE

Au-delà de la relation client, les chatbots peuvent être utilement mis à profit pour faciliter le traitement de dossiers en interne. En se chargeant des tâches répétitives, ils permettent aux équipes de se concentrer sur celles à haute valeur ajoutée.

DES OUTILS PLEBISCITÉS PAR LES DIRECTIONS JURIDIQUES

En mettant à disposition des équipes internes, des robots conversationnels répondant à leurs questions récurrentes, les entreprises cherchent à **dégager du temps** pour leurs directions juridiques (DJ). Dans certains cas, ces robots peuvent même générer des documents types comme des accords de confidentialité ou règlements de concours. Le bénéfice est double : permettre aux DJ de **se concentrer sur des tâches à haute valeur ajoutée et apporter une réponse immédiate aux collaborateurs**.

EDF a décidé de se lancer dans cette aventure en façonnant un chatbot doté de 200 connaissances juridiques. Le géant de l'électricité a d'abord testé cet outil auprès de certains membres de sa direction commerciale avant de l'étendre aux 9000 collaborateurs de cette direction. Près de 300 personnes utilisent ce service chaque mois pour un taux de satisfaction de 75%. Le chatbot a par ailleurs été enrichi par les juristes au fur et à mesure du test : il est désormais doté de 800 connaissances juridiques et peut répondre à 8000 questions différentes.

La réussite de ce programme, pour lequel EDF a reçu le [prix de l'innovation en management juridique](#) a conduit la société à envisager un déploiement prochain de cet outil à ses 70.000 collaborateurs avec un objectif de 1000 utilisateurs mensuels. ([Le Monde du Droit](#))

La DJ de Oui.sncf s'est elle aussi lancée dans l'aventure du chat bot avec LOL (Legal On Line) qui répond aux interrogations des collaborateurs relatives à la RGPD, aux jeux concours ou à la loi Sapin 2. Outre les gains de temps, le chatbot Anna de Natixis Assurances permet aussi de « *pouvoir poser n'importe quelle question sans avoir le sentiment d'être jugé* », (Dominique Rémy, directrice du pôle Ressources).

Pour l'instant ces projets restent minoritaires : selon la cartographie des directions juridiques 2018, **seule 1 DJ sur 10 envisagerait de mettre en place un chatbot**.

AUGMENTER SA PRODUCTIVITÉ

Au-delà du cas spécifique des DJ, les chatbots peuvent être utilement intégrés aux processus des cabinets de services professionnels et améliorer leur productivité. Les cabinets anglo-saxons se sont ainsi vite rendus compte de la pertinence de l'outil [Ross](#) basé sur l'IA Watson d'IBM. Capable de traiter 1 milliard de documents (jurisprudence, textes, doctrine...) par seconde, ce chatbot est aujourd'hui utilisé par des grands noms tels Baker & Hostetler, Dentons ou Latham & Watkins. Leurs juristes posent à Ross des questions relatives à des dossiers de faillites d'entreprises, auxquels il doit répondre en langage courant de manière argumentée. ROSS met ainsi en avant les passages législatifs/jurisprudence à même de pouvoir soutenir le cas. L'avocat peut ensuite lui indiquer si ses hypothèses sont correctes ou non. ROSS utilise le machine learning, et peut donc apprendre de ses erreurs.

Ross est une aide utile pour l'avocat qui lui permet **d'éviter de perdre de longues heures à chercher la bonne information**. Le cœur de mission de l'avocat reste intact : façonner un argumentaire créatif à même de faire triompher le cas.

NOS CONSEILS

Qu'il soit destiné à vos clients ou à usage interne, il convient de **suivre quelques règles afin de maximiser les résultats** que vous pourrez tirer de cet outil.

- Aucun chatbot ne peut aujourd'hui répondre à tous les sujets. Il est donc primordial de **définir votre objectif et votre cible précisément**. Est-ce de transformer des prospects en clients ? D'affiner votre contenu en fonction des recherches sur votre site ? De proposer des rendez-vous personnalisés basés sur les besoins détaillés au chatbot par le client ? De faciliter la recherche de données en interne ?

- Votre choix de **plateforme** (Slack, Messenger, Skype, Alexa, WhatsApp) dépendra de votre cible. Les clients business seront par exemple plus facilement abordés sur Slack, réseau utilisé par 77% des 100 premières entreprises US.

- La conversation doit être **structurée en amont**. Il est préférable de la maintenir fermée en proposant à l'interlocuteur des suggestions de réponse. L'introduction devra notamment rappeler qu'aucun humain ne se trouve derrière le bot. Elle se **terminera idéalement par un appel à l'action** : prise de rdv ; suggestions de prochaines étapes ; mise à disposition d'un document, etc.
 - Aucun chatbot ne peut être lancé sans **phase test**. Rien de plus rédhibitoire en effet que de se voir proposer des impasses. Les développeurs de l'outil mais aussi certains de vos collaborateurs devront poser une multitude de questions, avec différentes tournures de phrase pendant quelques mois au robot pour que celui-ci apprenne.
 - Si votre bot est à usage externe, il est préférable de le doter de caractéristiques « humaines » cohérentes avec votre marque : **personnalité, ton, identité visuelle, nom**. Personne n'aime parler à une machine !
 - Un vrai chatbot apprenant doit être entraîné, alimenté et apprendre de ses erreurs. Pour cela il est essentiel de **lui adjoindre un « coach »** humain qui veillera à la progression de l'outil.
 - **Prévoir une porte de sortie**. Si le robot ne peut pas répondre à la question, alors il devrait rediriger vers un conseiller humain. Il ne doit pas y avoir de rupture dans le traitement de la conversation.
 - **Analyser son efficacité** L'intérêt du chatbot est de faire ressortir de nouvelles métriques : horaires d'utilisation ; questions fréquemment posées ; nombre d'utilisateurs ; messages échangés ; taux d'abandon ou d'échec ; taux de satisfaction (estimé à la fin de la conversation). Ces données permettront de réorienter vos contenus et l'organisation de votre site si besoin est.
-

POUR ALLER PLUS LOIN

[Your chatbot needs a personality](#)

[Les chatbots oui, mais pas à toutes les sauces, ni n'importe comment](#)

[L'humain est critique pour corriger les chatbots](#)

[5 Often-Overlooked Steps to Building a Useful Chatbot for Your Law Practice](#)