

Quelles sont les attentes et les besoins de l'entreprise Xeno pour sa documentation ?

Elena Dreux

▶ **To cite this version:**

Elena Dreux. Quelles sont les attentes et les besoins de l'entreprise Xeno pour sa documentation ?. Sciences de l'information et de la communication. 2021. dumas-03341581

HAL Id: dumas-03341581

https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03341581

Submitted on 11 Sep 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Elena DREUX

Master Information Documentation
Première année

MEMOIRE DE STAGE

Mission effectuée du 26 Novembre 2020 au 31 Août 2021

à

Xeno
165 Avenue de Bretagne,
59000 Lille

Quelles sont les attentes et les besoins de l'entreprise Xeno pour sa documentation ?

Sous la direction de :

M. E. KERGOSIEN (tuteur universitaire)

M. A. LEWALLE (tuteur professionnel)

Soutenu en Juin 2021 à l'UFR DECCID-SID
Université de Lille, Sciences Sociales et Humaines
BP 60 149, 59 653 Villeneuve d'Ascq Cedex
Année Universitaire 2020/2021

Remerciements :

Je tiens à remercier Monsieur Alexis Lewalle, Directeur général de Xeno pour m'avoir fait confiance pendant ce stage, mais aussi pour sa disponibilité et pour sa pédagogie.

Je souhaite remercier également Madame Grace Williamson, Responsable de la communication, pour le suivi qu'elle mène auprès de moi.

Je tiens aussi à remercier tout l'équipe de Xeno pour leurs très bons accueils au sein de l'entreprise et leur bonne humeur qui donne lieu à de très bonnes conditions de travail.

Je remercie également Monsieur Eric Kergosien, mon tuteur universitaire, pour ses précieux conseils.

Résumé Français

La documentation produit occupe une place centrale dans la communication d'une entreprise. A la fois dans la communication interne et dans la communication externe. La gestion des informations est en effet essentielle et stratégique.
Une bonne documentation permet à une entreprise de gérer efficacement ses articles de documentation et de veiller à la satisfaction de ses clients. Un élément absolument essentiel dans le domaine des messageries conversationnelles et de l'expérience client.

Il est donc nécessaire de respecter de bonnes pratiques documentaires dans la construction d'une base de connaissances, à la fois pour répondre aux questions des utilisateurs, pour faire preuve de professionnalisme, pour mettre en place une relation de confiance durable avec les clients, mais également pour documenter les fonctionnalités du produit et valoriser la collaboration entre les membres de l'équipe, primordiale dans l'optimisation et l'organisation du travail.

Ce mémoire a pour objectif d'analyser les attentes de l'entreprise de messagerie conversationnelle Xeno pour sa documentation, et de définir les bonnes pratiques documentaires au sein d'une entreprise pour laquelle le service et la satisfaction client sont des points absolument fondamentaux.

Résumé Anglais

Documentation occupies a central place in the communication of a company. Both in internal and external communication. Information management is indeed essential and strategic.
Good documentation allows a company to effectively manage its documentation elements and ensure customer satisfaction. An absolutely essential element in the field of conversational messaging and customer experience.

It is therefore necessary to follow good documentary practices in the making of a knowledge base. Both to answer user's questions, to demonstrate professionalism, to establish a lasting relationship of trust with customers, but also to document the product functionalities and enrich the collaboration between team members, essential bound in the optimization and organization of work.

The objective of this report is to analyze the expectations of the Xeno conversational messaging company for it's documentation, and to define good documentary practices within a company for which service and customer satisfaction are absolutely fundamental points.

Mots clés

- Arborescence
- GED
- Base de connaissances
- Bulle de Chat
- Catégories
- Classification
- Communication
- Contenu
- Client
- Fonctionnalité
- GED
- Marketing
- Mots clés
- Plan de classement
- Prospect
- Scénarios de conversation
- Sous catégories
- Usager

Key Words

- Categories
- Chatbox
- Classification
- Communication
- Classification plan
- Content
- Conversation Flows
- Customer
- Functionality
- Keywords
- Knowledge Base
- Marketing
- Prospect
- Structure
- Sub categories
- User

Table des matières

REMERCIEMENTS : ***3***

RÉSUMÉ FRANÇAIS ***4***

RÉSUMÉ ANGLAIS ***5***

MOTS CLÉS ***6***

KEY WORDS ***7***

TABLE DES MATIÈRES ***8***

LISTE DES FIGURES ***10***

INTRODUCTION ***11***

1. PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE ***12***

1.1. ASK Technologies 12

1.1.1 Xeno 12

1.1.2 Slaask 12

1.1.2 Euratechnologies 13

1.2 Le marketing conversationnel 14

1.2.1 Qu'est-ce que le marketing conversationnel ? 14

1.2.2 Le marketing conversationnel chez Xeno 16

2. PRÉSENTATION DES MISSIONS ***18***

2.1 La base de connaissances 18

2.1.1 Une fonctionnalité essentielle… 18

2.1.2 … Qui rencontre des difficultés 19

2.2 Méthodologie 21

2.2.1 Missions de stage 21

2.2.2 Des outils divers 23

2.2.3 Organisation du travail 24

3. RECHERCHE EMPIRIQUE ***26***

3.1 présentation du sujet de recherche 26
3.1.1 Fondements théoriques 26
3.1.2 Problématique 26
3.1.3 Travail effectué 27
3.2 Résultats 29
3.2.1 Résultats principaux 29
3.2.2 Les problèmes rencontrés 29
3.2.3. Conclusion de l'étude 31
CONCLUSION GÉNÉRALE. ***32***
BIBLIOGRAPHIE : ***33***
ANNEXES ***35***

Liste des figures

Figure 1 : *Utilisation des applications de messagerie en millions et par mois pour l'année 2020*

Figure 2 : *Présentation d'un schéma de scénario de conversation*

Figure 3 : *Interface d'édition d'un article de documentation*

Figure 4 : *Extrait d'un scénario de conversation*

Figure 5 : *Contenu d'un ticket sur la plateforme JIRA*

Figure 6 : *Arborescence de la documentation générale*

Figure 7 : *Arborescence de la documentation technique*

Figure 9 : *Aperçu de la nouvelle interface de la base de connaissance*

Introduction

Le document a une fonction majeure dans la majorité des univers qui gèrent les relations entre les Hommes. En effet, il a une fonction essentielle dans les pratiques sociales, c'est à dire qu'il va construire des liens : que ce soit pour documenter l'histoire, la justice, ou pour la communication au travail... Le document, c'est donc un support de la connaissance, une ressource qui porte le sens de preuve : il contient une information qu'on donne à voir pour enseigner quelque chose. C'est un outil de transmission et de communication de l'information. Si on considère cette définition, cela nous oriente vers une grande question : D'ou vient cette connaissance et comment est elle communiquée ? Quel rapport peut on avoir avec un élément porteur de savoir ?

> *« Pour l'esprit qui la reçoit, l'information est connaissance et vient modifier le savoir implicite ou explicite, c'est pourquoi elle peut être définie comme réduction de l'incertitude. »* (Jean MEYRIAT)

En entreprise, le type et l'étendue de la documentation dépend de la nature des produits, des processus de l'organisme, du niveau d'aptitude à communiquer en interne, voire même de la culture d'entreprise. Elle permet la diffusion et conservation des expériences. Le document est au coeur de questions stratégiques, il est un « porteur de savoirs enregistrés », qui doit être créé et conservé selon certaines règles afin de pouvoir être exploité correctement et produire une valeur ajoutée.

Dans ce mémoire nous analyserons les attentes d'une jeune entreprise pour sa documentation. Tout d'abord, nous commencerons avec une présentation de l'entreprise, de son contexte (le marketing conversationnel), des fonctionnalités du produit qu'elle développe. Dans un second temps, nous étudierons des besoins de l'entreprise pour sa documentation (quelles ont été les missions principales de mon stage, pour répondre à quel besoin…), en dernière partie nous traiterons le travail effectué, et enfin nous conclurons notre étude.

1. Présentation de l'entreprise

1.1. ASK Technologies

Ask Technologies est une société française qui développe deux produits, deux systèmes de messageries conversationnelles :

1.1.1 Xeno

Xeno est une messagerie conversationnelle, collaborative, multicanale et multilingue ayant pour but d'accélérer les ventes. Xeno permet de faciliter les échanges avec les clients et d'augmenter la satisfaction client.

Xeno a été fondée en 2015 à Lille par Alexis Lewalle et Rémi Delhaye. Les deux jeunes entrepreneurs ont saisi l'opportunité après avoir observé que beaucoup d'entreprises rencontraient des difficultés à mettre en place une stratégie de communication client proactive. En effet, 78% des sociétés souhaitent être plus proactives auprès de leurs clients mais seulement 26% s'en sentent capables[1]. Xeno apporte une solution unifiée et simple d'utilisation pour développer la relation client. Elle compte actuellement des clients dans plus de 75 pays dans le monde. Xeno est une jeune entreprise qui compte une vingtaine de collaborateurs, aux profils majoritairement techniques (développeurs) avec 2 antennes : une à Lille et une à San Francisco, aux Etats-Unis. Elle propose un produit 100% français : L'équipe technique se trouve à Lille, dans les bureaux d'Euratechnologies.

1.1.2 Slaask

Slaask est la deuxième marque d'Ask Technologies (mais celle qui a été créée en premier). Slaask est un widget qui, intégré à un site web, permet d'ouvrir une fenêtre de dialogue avec des clients ou des prospects. Les conversations remontent directement dans l'application Slack (Une

1 Source : https://www.docaufutur.fr/wp-content/uploads/2015/04/DIABOLOCOM-La-proactivite-sans-etre-Nostradamus2.pdf

plateforme de communication collaborative[2]). Slaask permet aux entreprises de disposer d'un chat dédié à sa clientèle et à ses prospects tout en bénéficiant des atouts de la plateforme de Slack afin de centraliser les communications sur un même outil. Comme le veut la philosophie de Slack « *Tous vos outils au même endroit* ».

1.1.2 Euratechnologies

Xeno est donc basée dans les bureaux d' EuraTechnologies à Lille (Lomme). Euratechnologies est un pôle d'activité d'excellence et d'innovation spécialisé dans le secteur du numérique[3]. C'est aussi ce qu'on appelle un *incubateur d'entreprises* ou un *accélérateur de startup*. Euratechnologies est également localisée sur 3 autres campus : Roubaix, Willems et Saint-Quentin (Nord). Le but d'Euratechnologies est d'accompagner et de soutenir le développement de jeunes entreprises du numérique. Situés dans une ancienne usine textile réhabilitée, les locaux d'Euratechnologies, « *fer de lance de l'économie numérique et de la France Tech* » accueillent actuellement sur le campus plus de 300 entreprises innovantes.

[2] Source : https://fr.wikipedia.org/wiki/Slack_(plateforme)

[3] Source : https://fr.wikipedia.org/wiki/EuraTechnologies

1.2 Le marketing conversationnel

1.2.1 Qu'est-ce que le marketing conversationnel ?

Le Marketing conversationnel selon Cartelis :

« Le marketing conversationnel englobe l'ensemble des actions consistant à engager ses prospects et clients par la communication instantanée via des canaux interactifs. Typiquement : via un livechat installé sur son site web ou via un chatbot Messenger. L'objectif principal du marketing conversationnel est d'augmenter le taux de conversion de vos clients ou potentiels clients en les accompagnant dans leur parcours d'achat. Le marketing conversationnel suscite beaucoup d'attentes et d'intérêt depuis quelques temps[4]*. »*

Xeno est un pionnier du Marketing Conversationnel et de l'optimisation de la relation client à distance. De plus en plus de sociétés cherchent à développer leurs relations clients à distance, et ce pour plusieurs raisons :

- Pour éviter les déplacements coûteux.
- Pour améliorer leur bilan carbone.
- Pour se prémunir des conséquences de désastres sanitaires.

Le système de messagerie a changé la façon dont nous échangeons dans notre vie quotidienne, en effet, les applications de messagerie rassembleront bientôt 2,77 milliards d'utilisateurs par mois dans le monde[5].

[4] Source : https://www.cartelis.com/blog/marketing-conversationnel-definition/

[5] Source : https://www.zendesk.fr/service/messaging/state-of-messaging-2020/#chapter-2

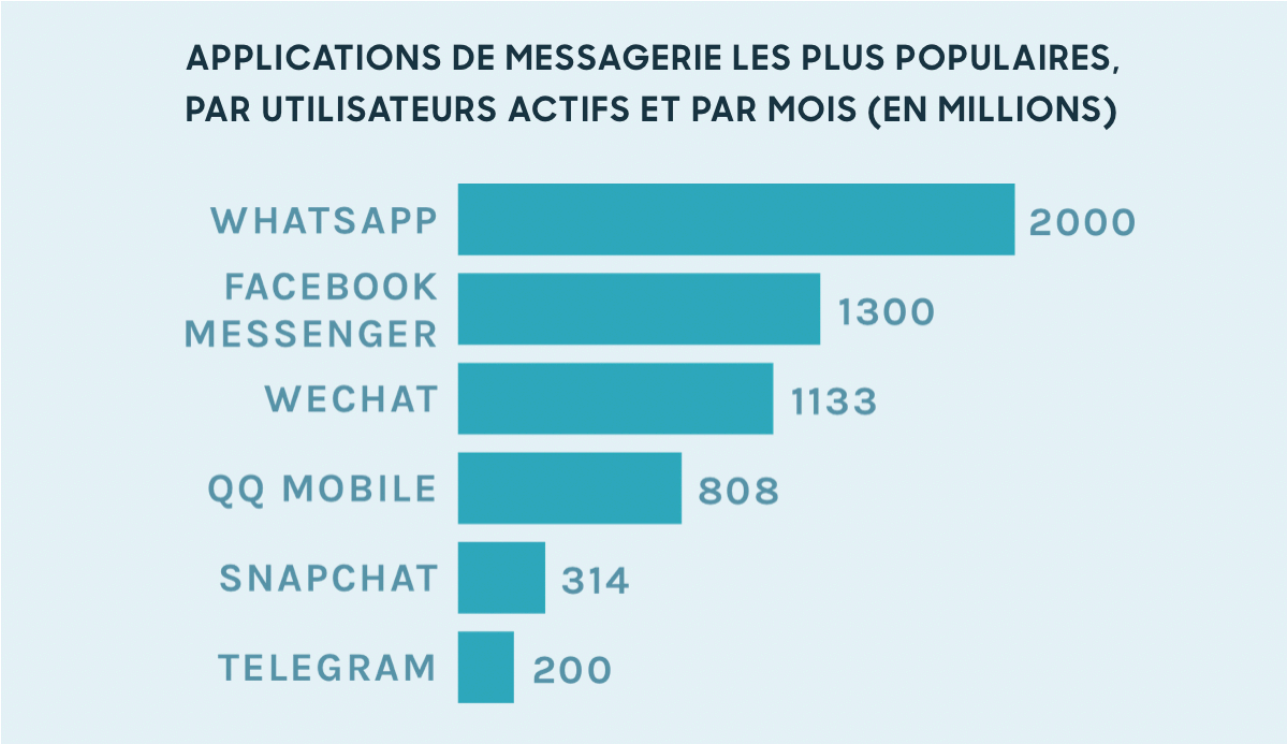


Figure 1 : Utilisation des applications de messagerie en million et par mois pour l'année 2020.

Elles deviennent un canal de communication essentiel entre les entreprises et les clients dans la mesure où elles permettent de communiquer aussi naturellement que possible et d'obtenir rapidement de l'aide, des recommandations, des informations…

D'autant plus essentielle et d'actualité que l'année 2020 a profondément modifié nos habitudes de communication : les interactions avec les messageries automatiques ont bondi de 81%, et si les interactions à distance furent alors une nécessité, beaucoup comptent désormais en faire une habitude : 74 % des clients qui ont échangé par messagerie conversationnelle avec une entreprise en 2020 ont adopté cette nouvelle façon de communiquer[6].

Le marketing conversationnel, permet donc l'ouverture à de nouveaux horizons et de "révolutionner" le dialogue entreprise-client. La multiplication des canaux de conversation permet à l'entreprise d'être présente "un peu partout", et facilite le dialogue à l'initiative du

[6] Source : https://www.zendesk.fr/service/messaging/state-of-messaging-2020/#chapter-1

client. On pensera par exemple aux messageries sociales les plus prisées actuellement : FB Messenger,
Whatsapp et les SMS : trois canaux qui peuvent se connecter à Xeno afin de centraliser toute la communication client et de fluidifier les échanges…

1.2.2 Le marketing conversationnel chez Xeno

Xeno est un couteau-suisse de la communication client. Le cœur du produit, la bulle de chat, permet de discuter avec les clients et les prospects en temps réel. Elle permet d'envoyer de l'information de façon variée : Textes, images, vidéos, emojis, boutons automatiques… Les bulles de chat sont de plus en plus plébiscitées car elles permettent aux clients et aux prospects de recevoir de l'information au moment où ils en ont besoin.
A la bulle de chat s'ajoute un périmètre fonctionnel, qui permet de gérer tous les aspects de la communication client comme par exemple :

- **La prise de rendez-vous automatique :** Elle permet aux contacts de prendre rendez-vous directement depuis la bulle de chat. Depuis l'espace Rendez-vous, il est possible de définir ses disponibilités ou encore de configurer tous les types de réunions à suggérer aux contacts (qu'il s'agisse de réunions en face à face ou d'appels).

- **Des messages automatiques à déclencher aux moments stratégiques :** Xeno dispose d'une fonctionnalité de messages automatiques. Ces messages automatiques permettent de gérer la communication client de façon automatique. On y trouve les questions de préqualification, qui permettent d'identifier les contacts avant de démarrer une conversation ou encore les auto-messages, qui permettent d'encourager les clients à entrer en contact avec l'équipe. Ce sont des messages à déclencher aux moments stratégiques. Les messages automatiques incluent aussi les sondages afin de mesurer la satisfaction client, et d'identifier les points forts, tout comme les points faibles.

- **Les scénarios de conversation :** Les scénarios de conversation permettent de créer un vrai « chemin » à suivre pour les clients. Ce chemin sera la base de la conversation avec les client, et décidera de la façon dont le client interagit avec les différentes fonctionnalités de l'outil. Un scénario de conversation peut être 100% automatisé, c'est-à-dire que le client n'entrera jamais en contact avec l'équipe, ou alors il est possible d'envisager un mélange de communication automatisée et de communication humaine. Les scénarios de conversation donnent la possibilité de faire appel aux différentes fonctionnalités de Xeno et ainsi de concevoir une expérience aussi personnalisée que possible pour les clients.



Figure 2 : Présentation d'un schéma de scénario de conversation

2. Présentation des missions

2.1 La base de connaissances

2.1.1 Une fonctionnalité essentielle…

L'entreprise Xeno utilise son propre produit, il est donc absolument nécessaire pour elle de présenter une base de connaissances qui non seulement met en valeur tout son potentiel mais qui présente également de façon claire et abordable l'intégralité des informations relatives au produit. La base de connaissances ainsi que la fonctionnalité de base de connaissances sont deux éléments essentiels chez Xeno.

La base de connaissances est un outil de GED[7] développé dans le produit et qui répond aux besoins de gestion et de classification documentaire de l'entreprise. La base de connaissances comprend toutes les informations relatives à l'activité de la société. Cette fonctionnalité permet de rédiger des articles de documentation autour des produits de l'entreprise et d'aider ainsi les usagers à mieux comprendre ses différents sujets. Sur la base de connaissances, il est donc possible de pré-écrire des réponses aux questions que les contacts peuvent avoir à travers des articles de documentation. Elle est relativement simple d'utilisation et permet de créer des documentations structurées et illustrées.

La base de connaissances est un outil multilingue sur lequel il est possible d'écrire des posts en plus de 40 langues. Il est donc possible de choisir la langue dans laquelle on souhaite rédiger ou modifier/traduire les articles, afin de répondre à tous les contacts, où qu'ils se trouvent dans le monde. L'accès et le partage du contenu de la base de connaissances est optimisé directement depuis la bulle de chat. Les posts peuvent être suggérés dans la bulle de chat ; être partagés par les « agents » mais pas que.

La base de connaissances peut être utilisée de 4 manières différentes :

- Elle peut être mise à disposition des contacts directement sur la page web dédiée.
- Les clients peuvent aussi consulter librement la base de connaissances via le chatbot, sans avoir à faire appel à l'équipe.

[7] Gestion Electronique de Documents

- Elle peut également être utilisée par le chatbot autonome (permet de prendre en charge les conversations avec les clients dès lors que l'équipe n'est pas disponible : Le soir, le weekend, par exemple). Pour trouver et proposer les bons articles de documentation, le chatbot va utiliser une technologie de Traitement de Langage Naturel :

Analyse la demande > Extraction des mots clés > Recherche dans la base de connaissances.

- Les articles peuvent être appelés par des agents dans n'importe quelle conversation donnée.

2.1.2 … Qui rencontre des difficultés

Je suis donc arrivée chez Xeno pour répondre aux besoins de la documentation de l'entreprise. En effet, Xeno a rencontré des difficultés pour maintenir une documentation de qualité. L'équipe, essentiellement technique, n'avait pas le temps de s'en occuper, de l'entretenir.

Etat des lieux de la documentation :

- Une documentation qui n'est pas exhaustive.
- Un manque de traductions (particulièrement de traductions en français).
- Un manque au niveau des l'attribution de mots clés (comme nous l'avons évoqué précédemment, ces mots clés sont essentiels pour la recherche des articles via la bulle de chat).
- Une classification de la documentation problématique.

Ainsi, des retours négatifs se sont fait entendre du côté des clients, qui ont relevé le manque général de clarté et d'exhaustivité de la base de connaissances.
Des difficultés liées à la base de connaissances peuvent constituer un problème également pour l'équipe : La documentation reprend en effet l'intégralité des fonctionnalités de Xeno

et une documentation incomplète ou obsolète peut entrainer des confusions dans la communication interne de l'entreprise.

Le constat général d'une mauvaise documentation :

- Du temps perdu à rechercher des documents.
- Toutes les informations ne sont pas disponibles.
- Les nouveaux articles de documentation peinent à trouver leur place dans la classification.

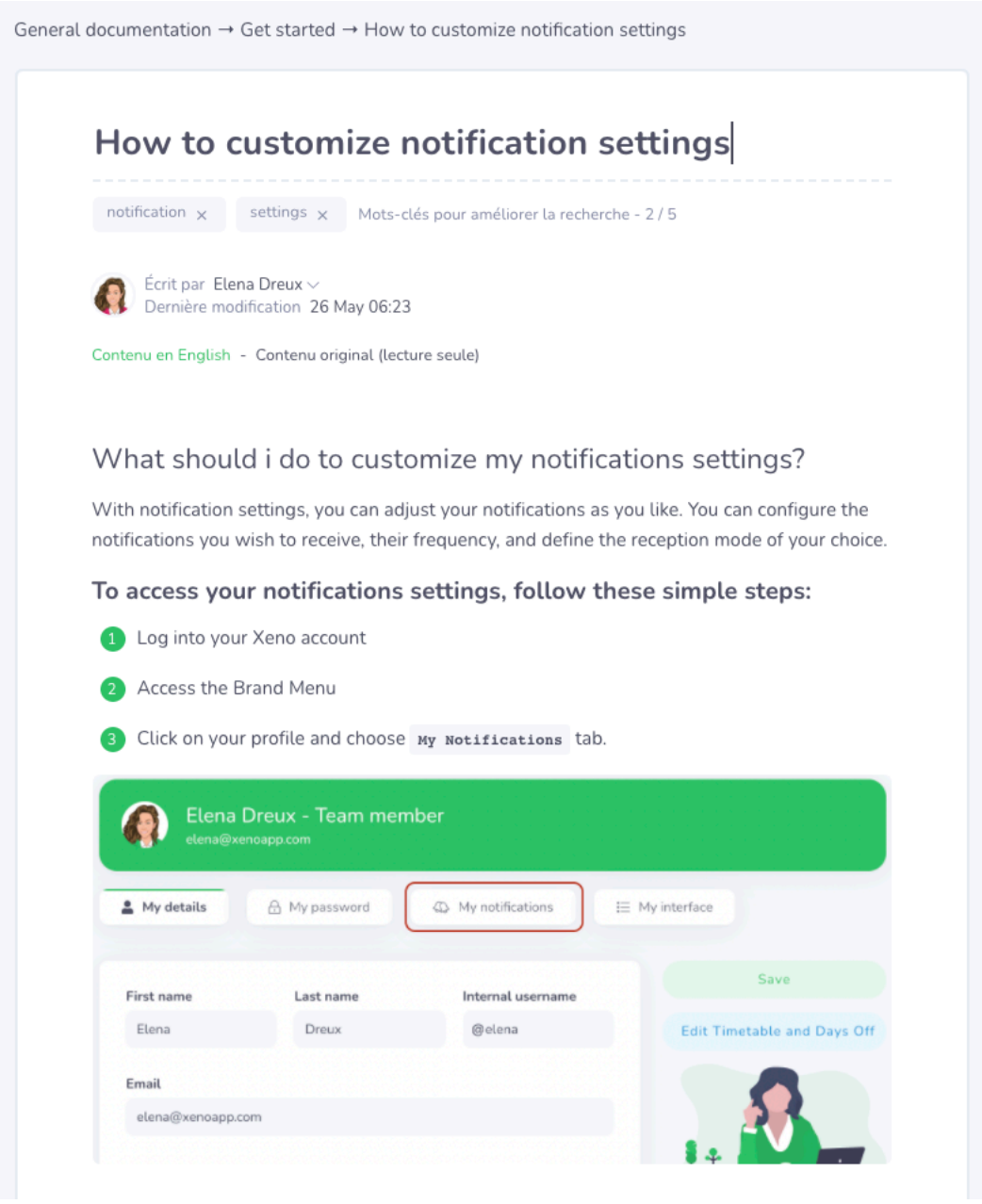


Figure 3 : Interface d'édition d'un article de documentation

2.2 Méthodologie

2.2.1 Missions de stage

2.2.1.1 AMELIORATION DE LA DOCUMENTATION

Ma mission principale s'articule donc autour de l'amélioration de la base de connaissances de l'outil Xeno. Une amélioration qui se concentre sur plusieurs points :

- La réorganisation de la base de connaissance, c'est à dire la révision du plan de classement de la documentation : Revoir les catégories, sous catégories et les descriptifs des catégories associées.
- L'amélioration des articles de documentation, à la fois dans le contenu : exhaustif, à jour et traduit en deux langues : L'anglais et le français, mais également dans la forme, avec la mise en place d'une composition type d'articles.

  Les articles se doivent d'être agrémentés :

  - De mots clés adéquats, permettant ainsi de faciliter la recherche d'information.
  - D'illustrations et de de captures d'écran afin de guider et d'orienter au mieux les usagers.

La rédaction de contenu est l'une de mes missions principales. J'écris surtout des articles afin d'enrichir la base de connaissances et veiller à son exhaustivité. Ce sont des articles de documentation générale, qui couvrent les bonnes pratiques d'utilisation des fonctionnalités de Xeno. Les articles sont rédigés dans un premier temps en anglais, et sont par la suite traduits en français. Il est très important de s'assurer que les articles soient bilingues de part le caractère cosmopolite des clients de Xeno.

La présentation du texte des articles est aussi importante que son contenu. Un texte qui ne respecte pas les règles typographiques, par exemple, va donner au client l'impression d'un manque de rigueur professionnelle. Ce qui, à terme, peut être vraiment néfaste pour l'image de marque de l'entreprise. Il faut donc veiller à respecter les règles typographiques et leurs variations en français et en anglais.

2.2.1.2 AUTRES MISSIONS

Comme nous l'avons évoqué précédemment, les scénarios de conversation sont des « chemins » de conversation afin de guider au mieux le client ou le prospect et de lui offrir une expérience client sur mesure. La rédaction des scénarios de conversation permet de proposer des dialogues « tout faits » aux entreprises clientes en fonction de leur activité. Comme pour, par exemple, des agences immobilières, des agences de voyages, l'Hôtellerie, ou encore les Musée, Bibliothèques et centre d'archives documentaires. Ces scénarios de conversation vont présenter à de potentiels clients tout ce que Xeno et la messagerie conversationnelle peuvent faire pour booster leur activité et leur présence sur le web. Il est appréciable d'essayer d'intégrer plusieurs actions dans le scénario, plusieurs étapes qui font appel à de différentes fonctions de Xeno afin d'illustrer tout le potentiel de la messagerie. Ces scénarios sont des exemples, et les clients sont libres de les modifier afin de les adapter à leur activité, à leur image de marque.

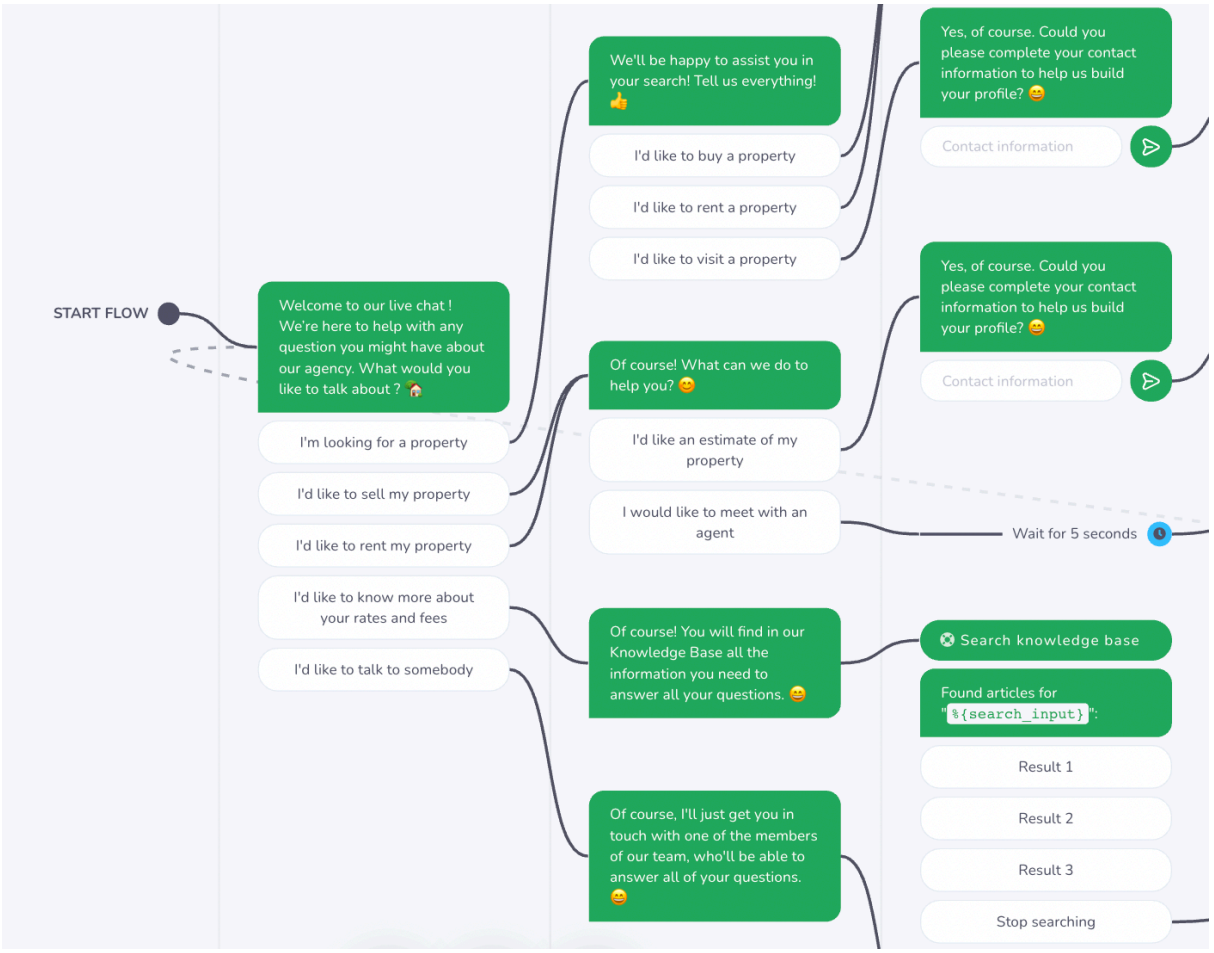


Figure 4 : Extrait d'un scénario de conversation

Une de mes missions a également été la participation à la rédaction d'un document d'entreprise, reprenant les engagements de Xeno en matière de protection des données personnelles dans le cadre du RGPD. Un document qui a été rédigé en collaboration, et avec l'aide d'un expert consultant externe, DPO[8] certifié. Ce document est à destination des clients de Xeno. Il n'est pas libre de droit, je n'en partagerai donc pas de visuel.

J'ai aussi participé aux Open Pitchs Days d'Euratechnologies, consacrés à l'expérience client, et pendant lesquels j'ai eu l'occasion de présenter les innovations de Xeno dans ce secteur au cours d'une petite intervention.

2.2.2 Des outils divers

Le travail est réalisé à l'aide de plusieurs outils et applications :

- Les outils principaux : Xeno et Slaask.

  Ask Technologies travaille sur et avec ses propres outils. Ces deux applications sont spécialisées dans le marketing conversationnel et proposent plusieurs fonctionnalités (comme nous l'avons abordé précédemment) : un chat bot conversationnel, une base de connaissances mais également un suivi statistique, un historique des conversations etc…
- Pour la réalisation du plan de classement et plus précisément la visualisation de l'arborescence : L'application MindMap (MacOS), un outil de création de cartes mentales.
- Pour communiquer : Mail, Slack ou Discord. Afin de communiquer facilement, l'équipe utilise principalement l'application Slack (dont Slaask est une intégration).
- Les membres de l'équipe ont accès à un compte Google professionnel et à la suite Google.
- Pour organiser le travail, Xeno utilise deux applications : Jira et Slite.

  Slite permet d'organiser et de programmer des réunions rétrospectives, d'en garder une trace, mais également sert de mini documentation propre aux membres de

[8] DPO : Data Protection Officer

l'équipe (qui est responsable de quoi, quel wording pour quel concept etc…)

Le travail est organisé sous forme de « tickets » sur Jira. Les tickets font remonter les bugs, les tâches à effectuer en fonction de leur priorité…

2.2.3 Organisation du travail

Le workflow de l'entreprise s'organise sur Jira.

Qu'est-ce que Jira ? « *Jira est un système de suivi de bugs, de gestion des incidents, et un système de gestion de projets développé par Atlassian. Le logiciel Jira permet de mettre en œuvre une gestion de projet Agile... Initialement destinée pour les développeurs, Jira a amélioré sa facilité d'emploi afin de s'adapter à tous les types d'équipes.*[9] »

Jira permet d'organiser les tâches de l'entreprise, de faire remonter les différents bugs, les différents besoins ou de proposer des améliorations sur l'interface, sur les outils. Chaque ticket est assigné à un responsable en fonction de son rôle dans l'équipe. Par exemple, les conversations avec les clients via la bulle de chat soulèvent des problèmes, un ticket est alors créé et assigné. Comme nous l'avons évoqué précédemment, une de mes missions est de détecter les bugs ou les problèmes rencontrés sur la base de connaissances.

L'avantage d'avoir un oeil neuf sur le produit : Je découvre l'outil d'un point de vue utilisateur et je peux soulever ainsi des petits points sur la fonctionnalité qui peuvent poser problèmes aux clients. J'ai en effet proposé des améliorations de l'interface de la base de connaissance :

Des améliorations étaient en effet nécessaires afin d'améliorer l'expérience utilisateur de la base de connaissance, des améliorations surtout orientées autour des outils de création de contenu.

En effet, il est apparu plus intuitif de proposer une boîte à outil externe contrairement au système d'onglet. Les boîtes à outils étaient alors différentes selon les actions (elles ne proposaient pas les mêmes fonctionnalités) et si cela ne posait pas vraiment problème lors de la création d'un contenu, il n'était pas toujours très pratique d'éditer un texte.

La gestion des émojis a également été revue suite à mes retours, jusqu'alors accessibles par un raccourci clavier pas toujours évident et un peu trop courant (« : »).

[9] Source : https://www.idalko.com/fr/jira-ou-trello/

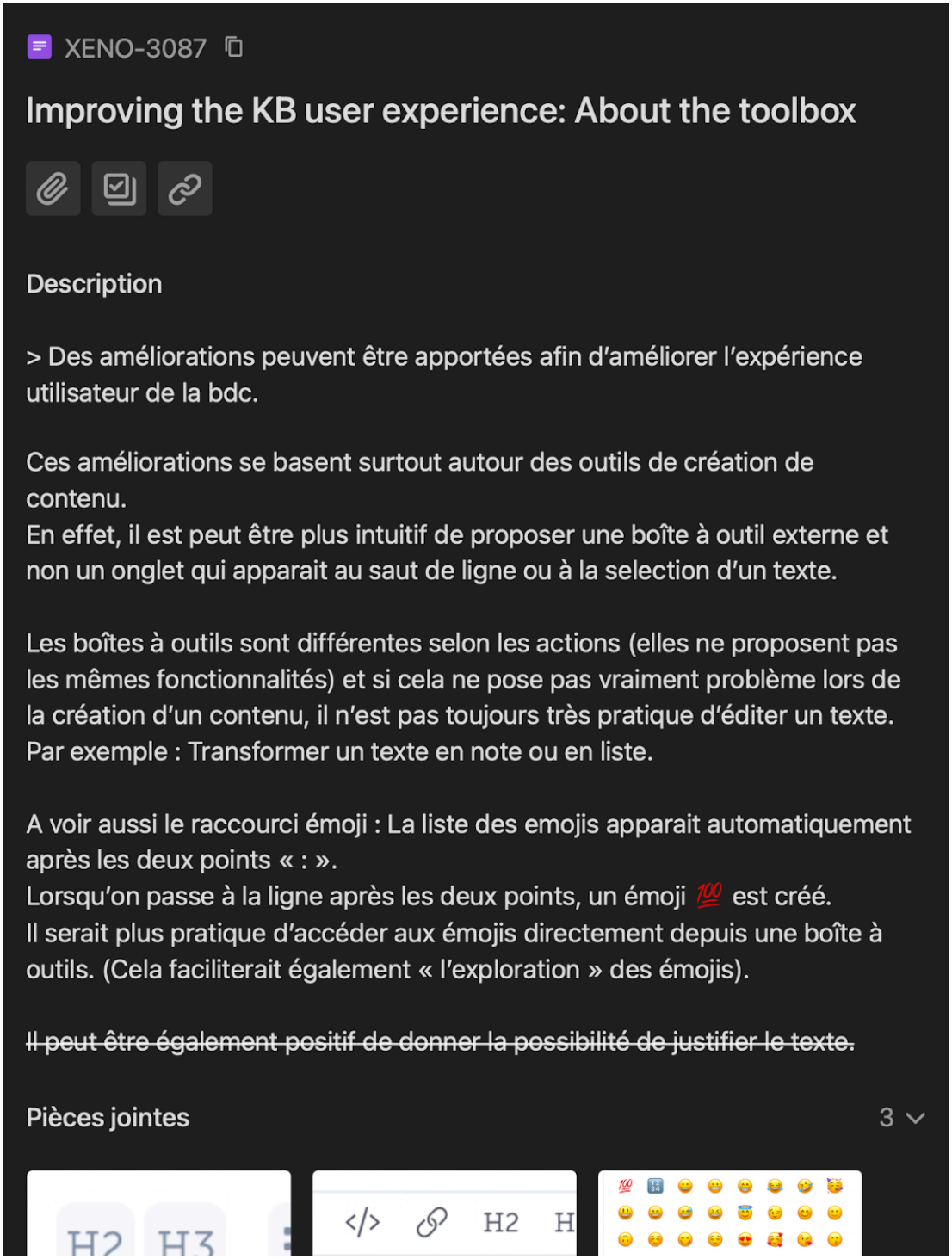


Figure 5 : Contenu d'un ticket sur la plateforme JIRA

3. Recherche Empirique

3.1 présentation du sujet de recherche

3.1.1 Fondements théoriques

La documentarisation est un terme mobilisé par le collectif Pédauque[10], qui consiste « *à transcrire ou à enregistrer une production sémiotique sur un support pérenne puis à l'équiper d'attributs spécifiques visant à faciliter les pratiques liées à son exploitation ultérieure dans le cadre de la préservation de transactions communicationnelles distribuées* » (Manuel Zacklad[11]).

L'information est un support essentiel et stratégique pour la vie d'une entreprise, elle constitue un enjeu majeur dans la conservation et la transmission du savoir en entreprise.

C'est la « *matière première* » d'une bonne communication.

3.1.2 Problématique

J'ai voulu m'interroger au cours de mon stage sur les bonnes pratiques afin de mettre en place une documentation de qualité, à la fois abordable pour les clients et adaptée aux activités de l'entreprise.

Quelles sont donc les bonnes pratiques (méthodes et outils) pour construire collectivement une base de connaissances permettant d'optimiser les activités des différents membres de l'entreprise, et ainsi de mieux organiser le travail au sein de la structure et d'entretenir une relation de confiance avec les clients et prospect ?

Pour répondre aux besoins des utilisateurs mais également pour documenter les fonctionnalités du produit que chaque membre de l'équipe implémente et maintient, la collaboration entre membres de l'équipe est plus qu'importante, et chaque modification du

[10] Roger T. Pédauque est le nom collectif d'un réseau de scientifiques francophones travaillant dans les divers domaines d'expertise des sciences humaines et sociales ainsi que des sciences et techniques de l'information et de la communication

[11] Manuel Zacklad est professeur du Conservatoire national des arts et métiers (CNAM) en Sciences de l'information et de la communication.

produit doit être documentée et mise à disposition de tous. La documentation joue donc un rôle primordial dans l'optimisation et l'organisation du travail.
Cette problématique reprend les missions qui me sont confiées au cours de mon stage et les principes théoriques autour de celles ci. Comment organiser et mettre à jour une documentation « spécialisée » ? Quelles ont été les méthodes utilisées ? Pour quels résultats ?

3.1.3 Travail effectué

J'ai procédé, dans un premier temps, à la réorganisation de la base de connaissances. Une étape particulièrement importante et nécessaire avant l'amélioration du contenu la documentation.
L'objectif premier était de présenter une documentation structurée, claire, facile d'utilisation et surtout exhaustive, c'est à dire présenter des catégories et sous catégories suffisamment adaptées pour couvrir l'intégralité du produit et pour accueillir de nouvelles documentations sans avoir besoin de procéder à des modifications.

Cette documentation a été réalisée à l'aide d'une observation des documentations d'entreprises concurrentes. En effet, je me suis inspirée des diverses documentations sur le marché des messageries conversationnelles, afin de proposer une solution à la fois propre à l'identité de Xeno et de son produit, mais également suffisamment générique pour ne pas perdre complètement un client habitué à une certaine structure.

Mais le plan de classement a été principalement réalisé grâce à de nombreux points avec l'équipe, permettant d'identifier les besoins profonds de la documentation. La communication avec l'équipe et l'analyse de ces besoins a en effet été cruciale dans la création du plan de classement, afin de créer un système qui réponde aux besoins de l'entreprise et qui s'inscrive dans ses pratiques et ses activités. Echanger pour mieux comprendre le produit, les diverses fonctionnalités et leurs nuances, et pour fixer un wording adapté. Plusieurs versions de l'arborescence ont été crées grâce à une MindMap avant d'obtenir celles que nous avons fixées aujourd'hui.

Une fois cette arborescence réalisée, l'étape suivante a été (et est toujours, c'est un travail assez long) l'amélioration de la base de connaissance :

- Proposer une traduction en anglais et en français pour un maximum d'articles possible, avec un objectif de 100% d'articles bilingues
- Intégrer des images explicatives, améliorer la syntaxe, optimiser les titres…
- Grâce à l'outil Analytics de Xeno et Slaask, j'ai pu identifier les 15 requêtes client les plus fréquentes afin d'améliorer les documentations correspondantes, mais aussi identifier les requêtes des clients qui restent sans réponse et créer ainsi les articles de documentation manquants.

La création d'articles sur la base de connaissances peut se travailler en collaboration avec les membres de l'équipe, en fonction de leur domaine, de leur spécialité… En effet, certains sujets sont très techniques et parfois assez obscurs.

Pour ce qui est du contenu des articles, il faut souligner l'importance de proposer des documentations structurées : C'est à dire qu'il faut surtout procéder par étapes.

Les étapes doivent être suffisamment explicites et agrémentées de captures d'écran, voire de petites vidéos afin de guider au mieux le client. Il faut garder à l'esprit que Xeno est une entreprise B2B, c'est à dire qu'elle vend son produit, sa solution de messagerie à des entreprises, et que les utilisateurs ne sont pas forcément toujours à l'aise avec les nouveaux outils du numérique. Des opérations qui peuvent paraître naturelles pour certains ne le sont pas du tout pour d'autres et c'est pour cela qu'il faut s'efforcer d'être le plus précis et le plus pédagogue possible dans la rédaction des articles. Dans le cas où un utilisateur rencontrerait toujours des difficultés malgré les explications de la documentation, un petit message est glissé en conclusion pour les inviter à se rapprocher de l'équipe, et à ne surtout pas hésiter à échanger autour d'éventuels problèmes.

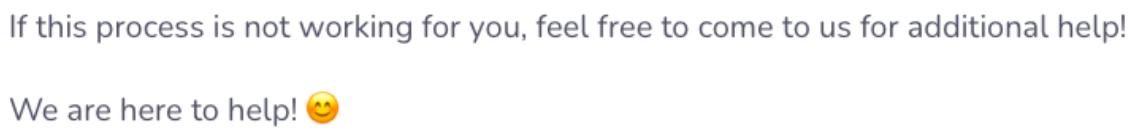


Figure 8 : Message de clôture type d'un article de documentation

3.2 Résultats

3.2.1 Résultats principaux

Depuis la mise en place des arborescences (pour la documentation générale et pour la documentation technique), il est beaucoup plus facile de se repérer dans la documentation. Lorsqu'une page ou une fonctionnalité du produit connaît des améliorations, des modifications, ou même une refonte complète, les documents qui doivent être mis à jour, leurs informations et dans leurs illustrations, sont plus facilement identifiables. Les mises à jour sont donc plus efficaces et le risque qu'un client puisse tomber sur une documentation qui n'est plus adaptée au produit, réduit.
Il est également beaucoup plus facile d'identifier les documentations manquantes, grâce à une meilleure vue d'ensemble, et ainsi améliorer l'exhaustivité de la base de connaissance.

Les articles de la base de connaissances sont également systématiquement traduits en deux langues : L'anglais et le français. Le nombre d'articles bilingues a considérablement augmenté et si l'intégralité de la base n'est pas encore traduite, cela est prévu pour les prochaines semaines. C'est un point particulièrement important car comme nous l'avons évoqué précédemment, Xeno a des clients dans plus de 75 pays différents et il est primordial que tous puissent accéder à une documentation claire et complète du produit.

L'amélioration de la boîte à outil permet de créer et de modifier des articles de base de connaissances de manière plus naturelle, plus instinctive. Elle est en effet beaucoup plus facile d'utilisation, et permettrait à des personnes qui ne sont pas forcément à l'aise avec les outils du numérique de l'utiliser sans problème. La nouvelle boîte à outil permet de réduire la frustration que certains clients pourraient avoir.

3.2.2 Les problèmes rencontrés

Des petits problèmes ont toutefois été rencontrés au cours de ce travail.
Des problèmes dans un premier temps de compréhension du produit et de certains points

très techniques. L'environnement de Xeno est très orienté sur le développement du produit. Un environnement que je ne maitrisait pas du tout, et dont les concepts m'étaient très obscurs. Il m'était donc parfois difficile au début du stage, de créer ou de traduire des documents techniques sans vraiment comprendre le contenu ou les termes utilisés. C'est pour cela que les échanges avec les membres de l'équipe ont été très importants dans mon travail, et très bénéfiques, car cela m'a poussée à demander des explications et de l'aide. On ne peut pas toujours être efficace et autonome.

J'ai également rencontré des problèmes de réalisation. En effet, l'interface de la base de connaissances ne permet actuellement que la mise en place d'une seule catégorie / sous catégorie. L'intégralité du plan de classement que j'ai créé ne peut donc pas être mit en place, j'ai donc conservé les dernières sous parties du plan afin de proposer malgré tout une structure adéquate, en attendant la refonte de l'interface de la fonctionnalité. Un travail qui est actuellement en cours, à la fois pour permettre la mise en place d'un plan de classement complet et pour répondre aux demandes de certains clients, qui souhaitent également pouvoir bénéficier de plusieurs niveaux de catégories / sous catégories.

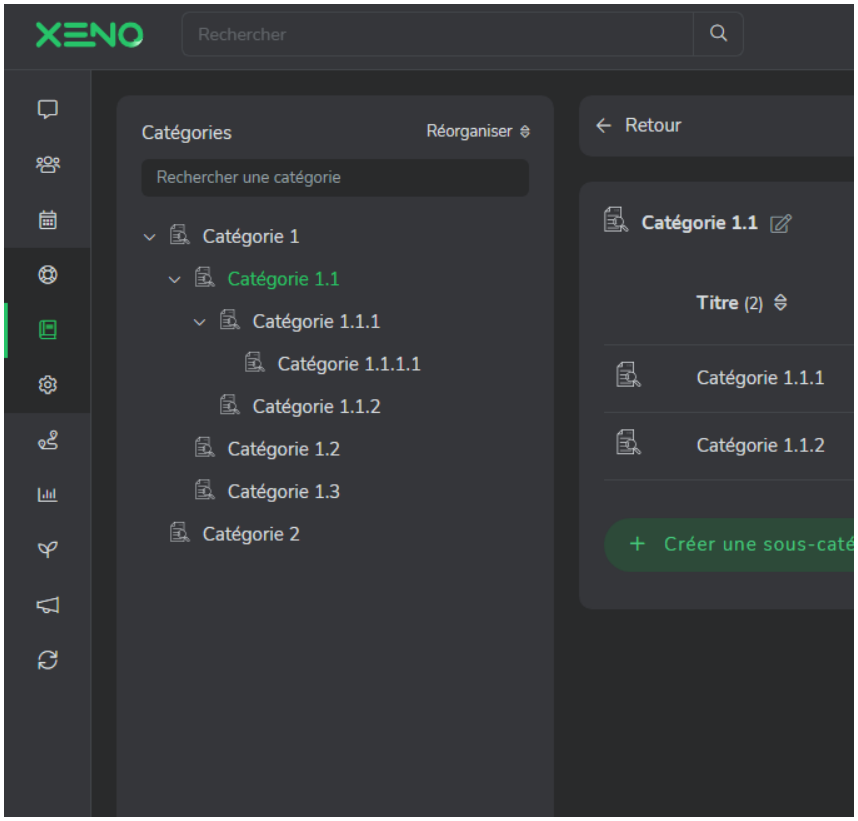


Figure 9 : Aperçu de la nouvelle interface de la base de connaissance

3.2.3. Conclusion de l'étude

La capacité d'une entreprise à proposer des articles de documentations aussi complets que possible est un signe de crédibilité, de maîtrise du sujet (présenter un point de vue expert) et de professionnalisme. Lorsque les clients sont bien informés ils sont satisfaits et font preuve d'un plus grand engagement. Il est extrêmement important de veiller au dialogue avec les clients et à leur expérience. En effet, le meilleur service qu'on puisse proposer à un client, c'est lui fournir des contenus pertinents et accessibles, réalisés de façon claire et fiable afin de les accompagner au mieux dans leurs recherches.

La documentation, c'est aussi un indicateur de confiance : instaurer une bonne relation avec le client par le biais d'une bonne documentation. L'information est donc à la fois essentielle et stratégique pour l'entreprise. Elle est en première ligne de la communication.
Mais les bénéfices d'une bonne documentation ne s'évaluent pas uniquement du coté des clients.

Il y a de nombreux bénéfices pour les entreprises :

- Permet de trouvez la bonne information / le bon document rapidement, au bon moment.
- Permet une communication et une transmission des documents plus rapide.
- Les échanges et le partage de documents avec les collaborateurs sont facilités, les pratiques sont harmonisées.
- Permet de toujours bien informer les clients et valorise l'image de marque.
- Permet de classer et de rédiger sans effort.

Conclusion générale.

La documentation produit en entreprise doit respecter un certain nombre de bonnes pratiques afin de présenter un ensemble documentaire de qualité. On va donc relever des exigences autour de l'organisation du plan de classement des documents, qui doit prendre en compte les exigences de l'entreprises, ses activités, mais également ses objectifs : une documentation à destination des clients, afin de les accompagner dans leur utilisation du produit.

Il est également très important de veiller de près au contenu des documents. Les articles doivent être suffisamment complets, exhaustifs, compréhensibles, accessibles…

La documentation produit est au coeur de la communication d'une entreprise, elle joue un rôle essentiel dans la qualité du service client d'une entreprise, et ce en particulier dans le milieu du marketing conversationnel et de l'expérience client.

Xeno utilise son propre produit, et la documentation produit de l'entreprise est en quelque sorte une vitrine de cette fonctionnalité. C'est pour cela qu'il est d'autant plus important de présenter une documentation fiable et exhaustive.

La nouvelle classification de la documentation produit est particulièrement bénéfique, elle permet de représenter beaucoup plus clairement les fonctionnalités du produit, la visite de la documentation en est largement simplifiée. Les nouveaux contenus qui enrichissent la base de connaissances ont pour objectif que le plus de clients possible puissent trouver rapidement une réponse à leurs questions.

La documentation est donc au coeur de nombreux enjeux communicationnels en entreprise. Gage de confiance et de professionnalisme, elle mérite une attention toute particulière.

Bibliographie :

1. Chaudiron, S., & Ihadjadene, M. (2010). De la recherche de l'information aux pratiques informationnelles. Études de communication, 35, 13-30. https://doi.org/10.4000/edc.2257

2. Desfriches Doria, O. (2012). Contribution de la classification à facettes pour l'organisation des connaissances dans les organisations. Études de communication, 39, 173-200. https://doi.org/10.4000/edc.3889

3. Drack, A. (2021, 11 février). Gestion documentaire en entreprise : définition GED, processus gestion de documents, logiciels | Appvizer. appvizer.fr. https://www.appvizer.fr/magazine/collaboration/gestion-documentaire-ged/gestion-documentaire

4. Florence, G. G. (2011, 20 mars). Ecrire .. mais pas trop ! BLOG QUALITE PRO. http://blogqualite.over-blog.com/article-ecrire-mais-pas-trop-69804460.html

5. Gestion des documents d'entreprise/Définition et enjeux — Wikiversité. (2017). Gestion des documents d'entreprise : Définition et enjeux. https://fr.wikiversity.org/wiki/Gestion_des_documents_d%27entreprise/D%C3%A9finition_et_enjeux

6. Le management stratégique de l'information-documentation au sein de l'entreprise (2007). Un enjeu et un défi pour un professionnalisme repensé ? http://michel.jean.free.fr/publi/JM354.html

7. Muet, F. (2008). Quel marketing pour la fonction documentaire ? Documentaliste-Sciences de l'Information, 45(1), 34. https://doi.org/10.3917/docsi.451.0034

8. Salaün, J. M., & Muet, F. (2008). Le diagnostic marketing. Documentaliste-Sciences de l'Information, 45(1), 36. https://doi.org/10.3917/docsi.451.0036

9. Stiller, H. (2001). La fonction Information-Documentation dans les grandes entreprises : une enquête. Documentaliste-Sciences de l'Information, 38(3), 222. https://doi.org/10.3917/docsi.383.0222

10. Sutter, R. (2002). À la conquête de nouveaux usagers des services d'information. Documentaliste-Sciences de l'Information, 39(1), 34. https://doi.org/10.3917/docsi.391.0034

11. Vila-Raimondi, M., Vila-Raimondi, M., & Salmon, M. M. (2008). La politique de communication. Documentaliste-Sciences de l'Information, 45(1), 64. https://doi.org/10.3917/docsi.451.0064

12. C. (2020, 22 juin). *Le marketing conversationnel : définition, exemples et outils.* Cartelis. https://www.cartelis.com/blog/marketing-conversationnel-definition/

13. stefaan@idalko.com. (2019, 22 février). Pourquoi Jira est meilleur que Trello, même pour les non développeurs. iDalko. https://www.idalko.com/fr/jira-ou-trello/

14. *What are the most popular messaging apps ? Find out in the State of Messaging 2020.* (2020). Zendesk. https://www.zendesk.fr/service/messaging/state-of-messaging-2020/#chapter-2

Annexes

OFFRE DE STAGE ET PRÉSENTATION DES MISSIONS :

Responsable de la documentation produit

Travaillez main dans la main avec l'équipe technique d'une start-up Martech située dans un pôle de compétitivité.

Stage – (F/H/X) – Euratechnologies, Lille. Gratification brute : 1300 € / mois.

Résumé du poste

Xeno possède une base de connaissances pour documenter son produit. Xeno posséde aussi une fonctionnalité de base de connaissances, c'est à dire, une fonctionnalité qui permet aux clients de Xeno de créer et d'héberger leur propre base de connaissances. La base de connaissances ainsi que la fonctionnalité de base de connaissances sont deux éléments essentiels chez Xeno.

Vous serez responsable du contenu de notre base de connaissances ainsi que de la fonctionnalité de base de connaissances. Notre base de connaissances est destinée à l'ensemble de nos clients. Elle est à la fois générale et technique. Les deux langues officielles de notre base sont l'Anglais et le Français.

Vous travaillerez aux côtés de notre équipe technique dans l'objectif de documenter les fonctionnalités que chaque membre de l'équipe technique implémente et maintient. Votre objectif sera de faire en sorte que notre base de connaissances soit exhaustive, détaillée et compréhensible.

Responsabilités principales

A. Réorganiser notre base de connaissances

- Revoir les catégories, sous-catégories et les descriptifs associés.
- Revoir la composition type d'un article.
- Recourir à une composition type cohérente entre tous les articles.

B. Améliorer notre base de connaissances

- Perfectionner la qualité de notre base de connaissances déjà existante (générale et technique).
- S'assurer que 100% de notre base est en deux langues : Anglais et Français.
- Améliorer la généricité de notre base de connaissances.
- Etoffer la base avec un maximum de mots clés.
- Enrichir notre base de connaissances avec des illustrations et des impressions écrans.
- Maintenir notre base de connaissances à jour.

C. Compléter notre base de connaissances

- S'assurer que notre base de connaissances couvre l'intégralité du périmètre fonctionnel de notre produit.
- Identifier quels sont les articles qui font défaut.
- Rédiger en collaboration avec notre équipe les articles qui font défaut.
- Utiliser les questions de nos clients et les réponses de notre équipe pour compléter notre base de connaissances.

Autres responsabilités

- Concevoir et rédiger du contenu pour chacune des sections de notre produit afin d'agrémenter la 1ère visite et les démonstrations produit.
- Concevoir et implémenter une base de connaissances orientée sur le RGPD.
- Concevoir et rédiger des réponses prédéfinies.
- Identifier les éventuels problèmes techniques de notre fonctionnalité de base de connaissances et s'assurer qu'ils sont corrigés par notre équipe technique.

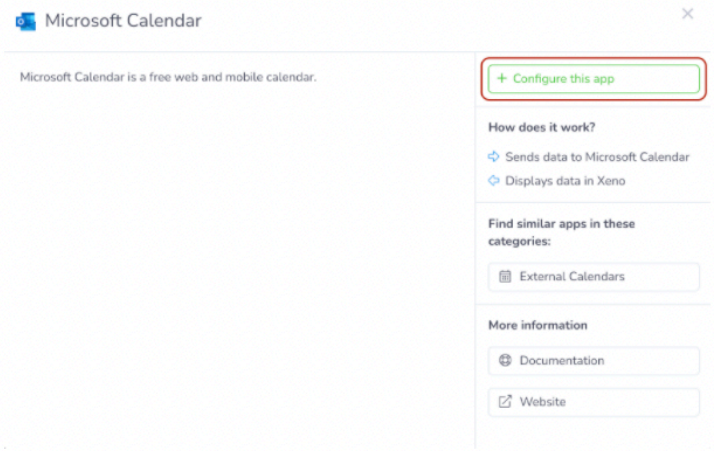
ARTICLES DE DOCUMENTATION :

Integrating Microsoft Calendar

Written by Elena Dreux
Last update: Friday, Apr 30, 2021

To connect Xeno and Microsoft Calendar, you have to follow these simple steps:

1. Log into your Xeno account and access the **Marketplace** section.
2. Click on the **External Calendars** tab.
3. Select the **Microsoft Calendar.**
4. **Configure the app:**



5. Choose your primary Microsoft Calendar where meetings will be added and enter your password.
6. You have successfully connected Xeno and your Microsoft Calendar! 🚀✅

❗ Once you have set your main calendar, you can also indicate other calendars that will need to be checked to prevent a new event from being added on top of one of the existing events.

Manage your events:

- Before scheduling an appointment on your main calendar, Xeno will check your availability.

> On your Microsoft Calendar, you can choose to designate events as available or busy. Busy events are taken into account, therefore new appointments will be scheduled only on the available slots. Please note the "reminder notes" are considered as available.

- The agenda is not retroactive. It only takes into account the next appointments.
- The synchronization of events is done automatically.

> **Is Microsoft Calendar a collaborative agenda ?** ➡️ NO. Every user who logs in has their own agenda, there is no agenda specific to a work team or a company.

> Last update: 29/04/2021

How to customize notification settings



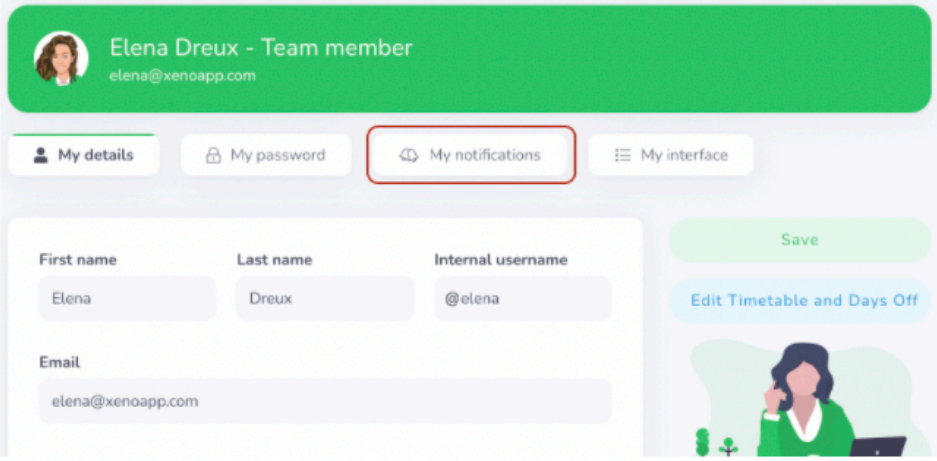
Written by Elena Dreux
Last update: Wednesday, May 26, 2021

What should i do to customize my notifications settings?

With notification settings, you can adjust your notifications as you like. You can configure the notifications you wish to receive, their frequency, and define the reception mode of your choice.

To access your notifications settings, follow these simple steps:

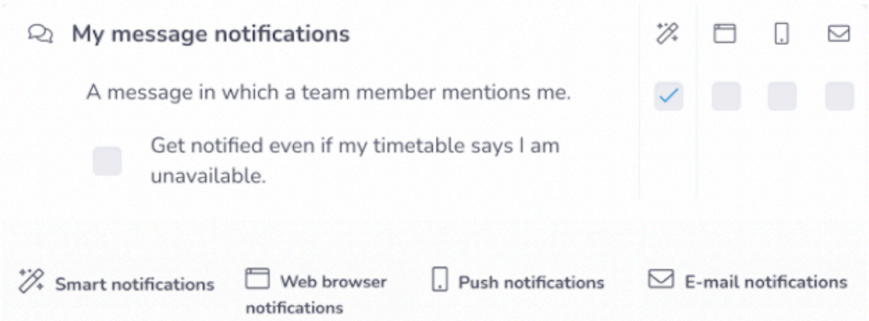
1. Log into your Xeno account
2. Access the Brand Menu
3. Click on your profile and choose `My Notifications` tab.



You now have the ability to access the following notification settings and activate or deactivate notifications at your convenience:

- General notifications
- Conversation notifications
- Messages notifications
- Contacts notifications
- Meeting notifications
- Knowledge base notifications
- Automated communication notifications

You also have the possibility to choose between different types of notifications:



1. **The smart notifications:** If you are logged-in to Xeno from a web browser you will receive your notifications in your Xeno notification center. If you are logged in from one of our native app you will receive your notifications as a push notification on your mobile device. If you are not logged at all you'll automatically receive your notifications as emails.
2. **The web browser notifications:** Web browser notifications appear in your Xeno Notification Center.
3. **The push notifications:** Your notifications are delivered by your mobile device
4. **The email notifications:** Your notifications are delivered as e-mail.

You therefore have the possibility to activate or deactivate the notifications of your choice and decide how to receive your notifications, so that you never miss a thing! 🚀

PROGRAMME DES OPEN PITCH DAYS D'EURATECHNOLOGIES :

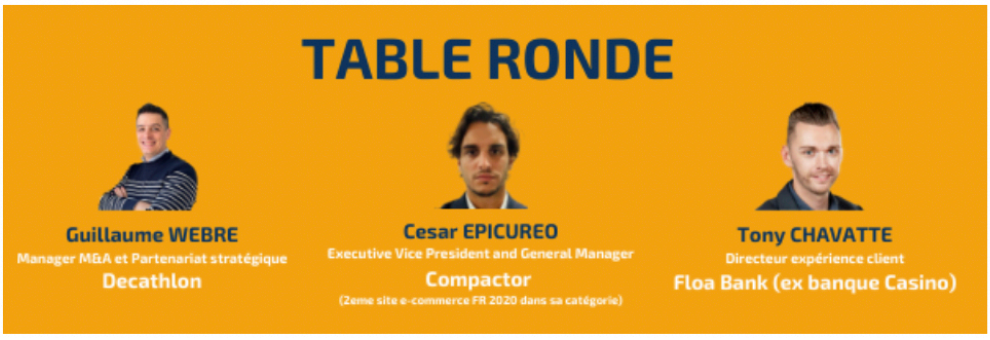
18 mai 2021
10h

L'**Open Pitchs Day** est votre nouveau rendez-vous des **solutions innovantes pour votre business**. Dans cette 1ère édition consacrée à l'**expérience client**, 6 startups de notre écosystème viendront présenter leurs innovations dans ce secteur.

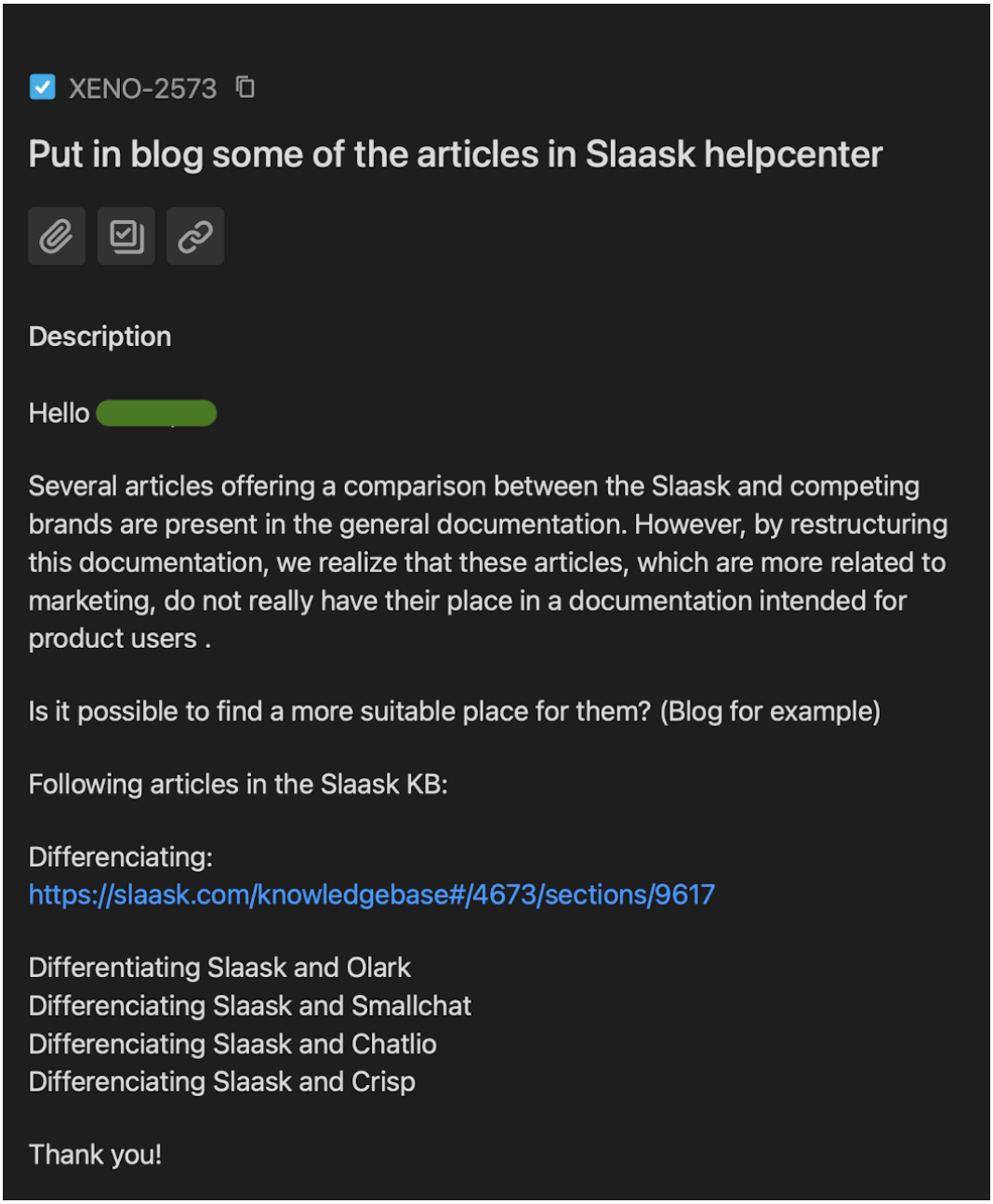
PITCHS

XENO · Hootside · feedier · WHISPEAK VOICE BIOMETRICS SOLUTIONS · caast.tv · QUALIMETRIE

Au préalable de ces pitchs, se déroulera une **table ronde d'experts**, qui viendront témoigner des **nouvelles tendances**, de leurs **use-cases**, de **success-stories** et de leur vision de la **transformation digitale**.



TICKETS JIRA :



XENO-2573

Put in blog some of the articles in Slaask helpcenter

Description

Hello [redacted]

Several articles offering a comparison between the Slaask and competing brands are present in the general documentation. However, by restructuring this documentation, we realize that these articles, which are more related to marketing, do not really have their place in a documentation intended for product users .

Is it possible to find a more suitable place for them? (Blog for example)

Following articles in the Slaask KB:

Differenciating:
https://slaask.com/knowledgebase#/4673/sections/9617

Differentiating Slaask and Olark
Differenciating Slaask and Smallchat
Differenciating Slaask and Chatlio
Differenciating Slaask and Crisp

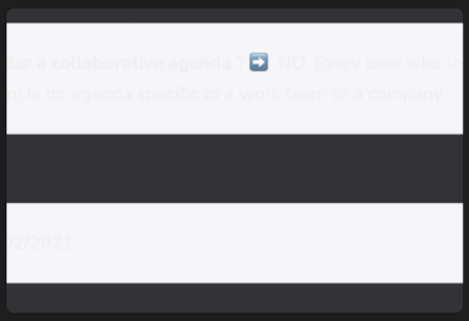
Thank you!

XENO-2968

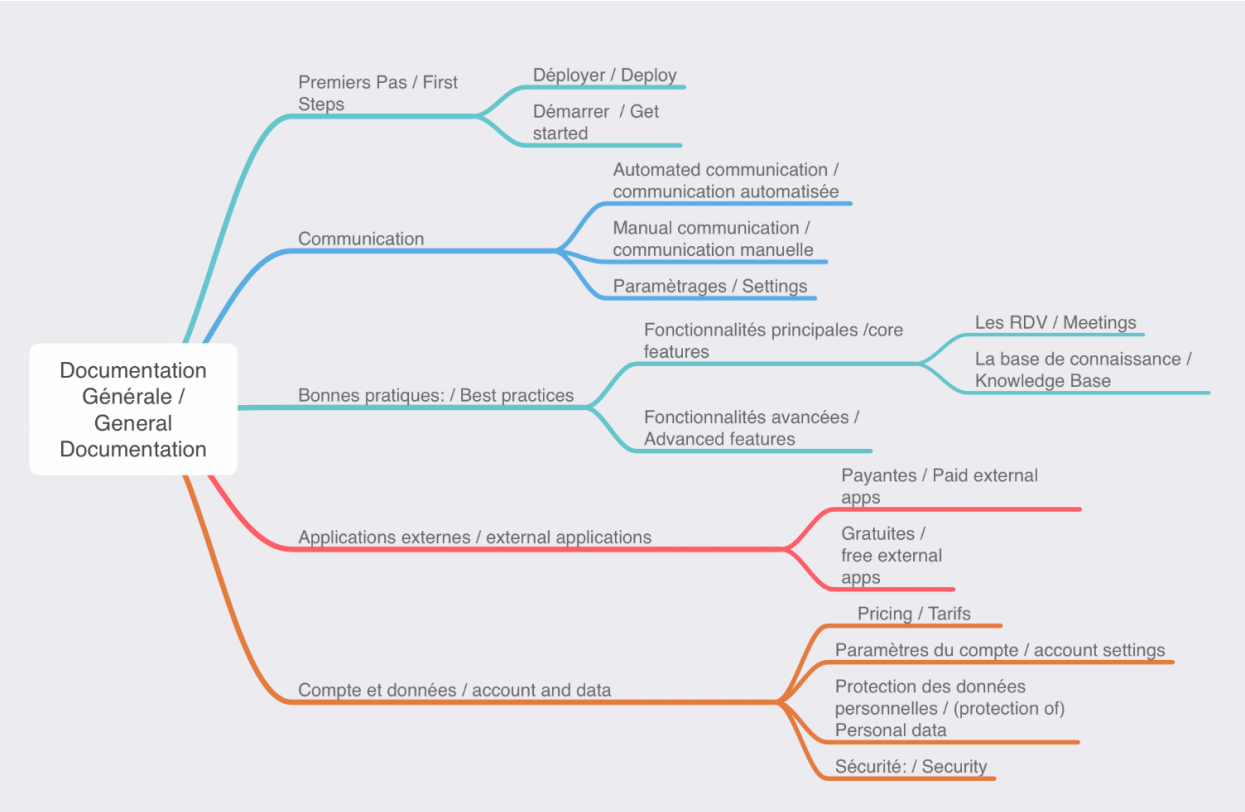
Theme issues on KB post editor

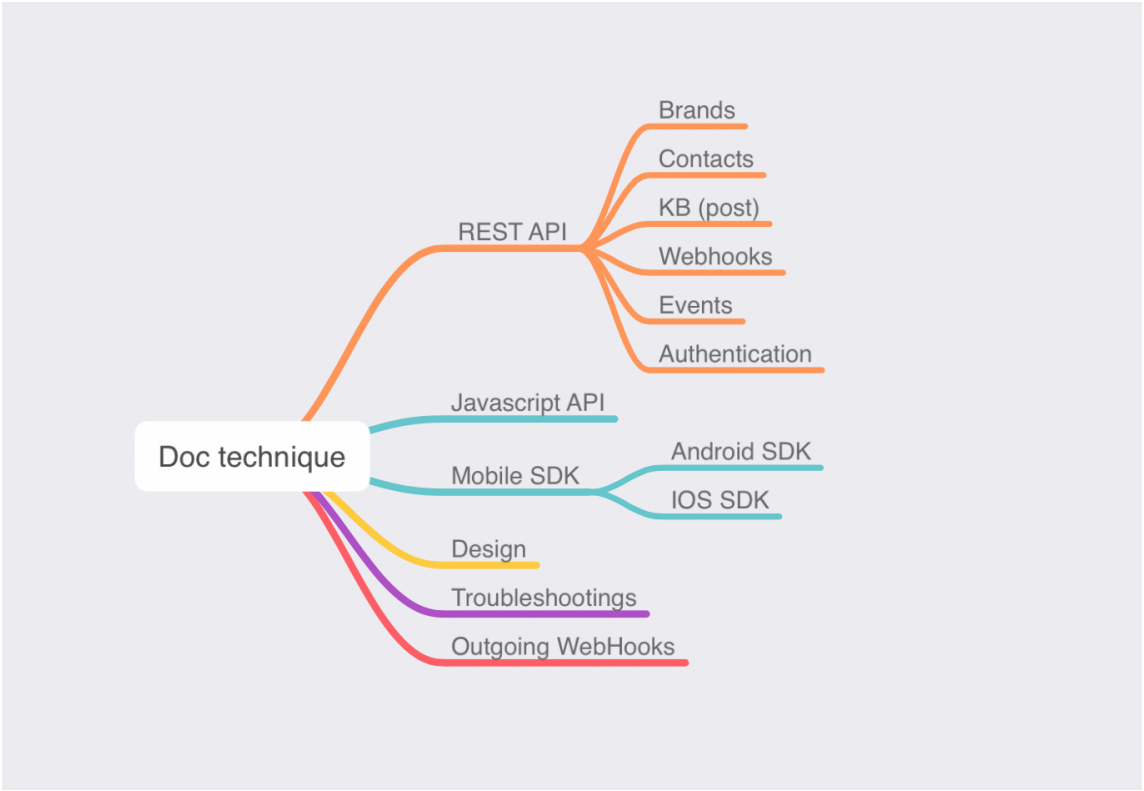
Description

Il y a juste un petit pb au niveau de la base de connaissance, dans la création des articles. Lorsque une “note” est insérée, le texte à l’intérieur de la note passe en gris comme le reste du texte classique, du coup ça fait texte gris sur fond gris, et on ne voit pas grand chose :sweat_smile:

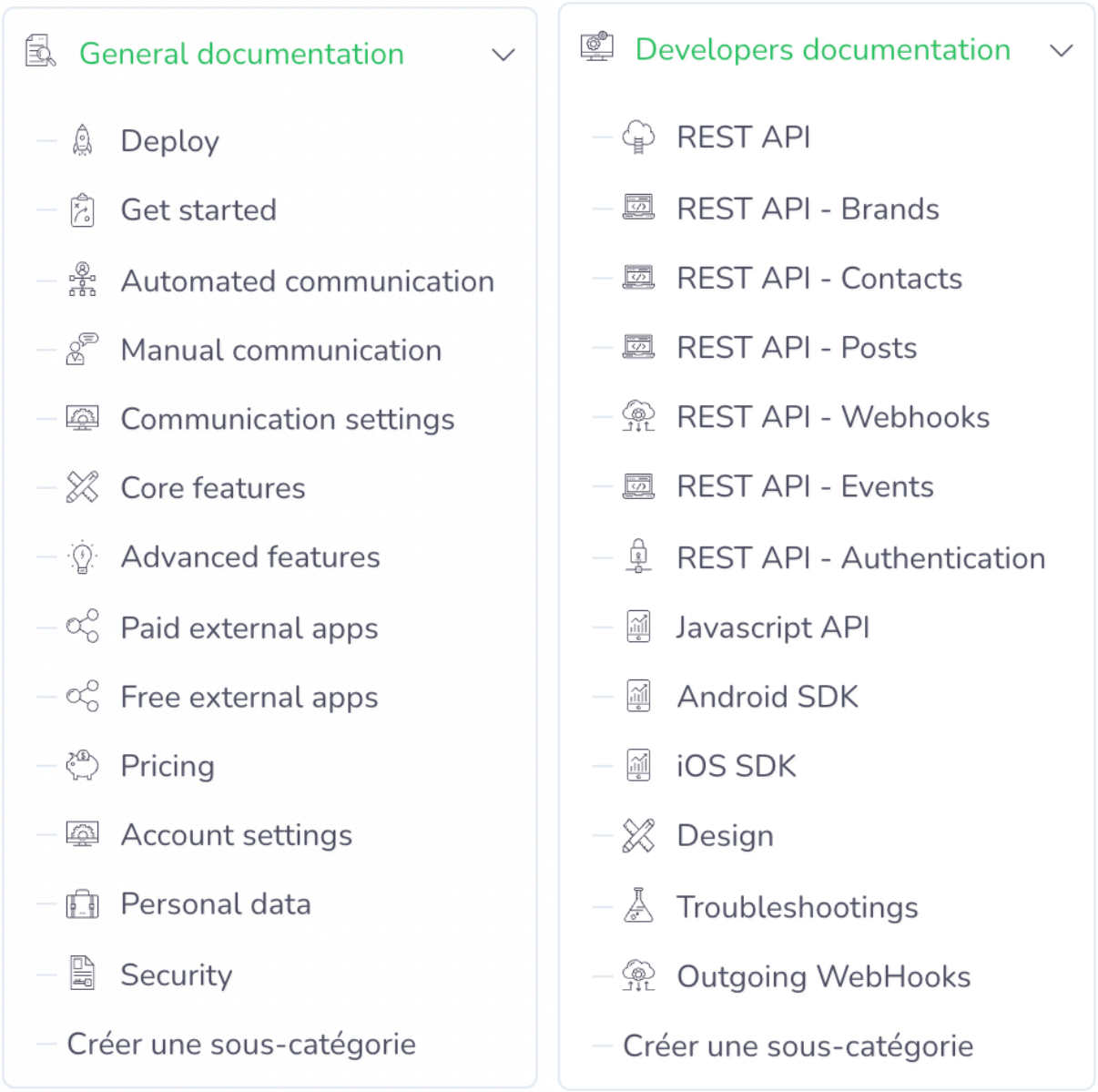


CARTE MENTALE DU PLAN DE CLASSEMENT DE LA DOCUMENTATION :





PLAN DE CLASSEMENT DE LA DOCUMENTATION :



La documentation occupe une place centrale dans la communication d'une entreprise. A la fois dans la communication interne et dans la communication externe. La gestion des informations est en effet essentielle et stratégique.
Une bonne documentation permet à une entreprise de gérer efficacement ses articles de documentation et de veiller à la satisfaction de ses clients. Un élément absolument essentiel dans le domaine des messageries conversationnelles et de l'expérience client.

Il est donc nécessaire de respecter de bonnes pratiques documentaires dans la construction d'une base de connaissance, à la fois pour répondre aux questions des utilisateurs, pour faire preuve de professionnalisme, pour mettre en place une relation de confiance durable avec les clients, mais également pour documenter les fonctionnalités du produit et valoriser la collaboration entre les membres de l'équipe, primordiale dans l'optimisation et l'organisation du travail.

Ce mémoire a pour objectif d'analyser les attentes de l'entreprise de messagerie conversationnelle Xeno pour sa documentation, et de définir les bonnes pratiques documentaires au sein d'une entreprise pour laquelle le service et la satisfaction client sont des points absolument fondamentaux.

Arborescence / GED / Base de connaissances / Bulle de chat / Catégories / Classification / Communication / Contenu / Client / Fonctionnalité / GED / Marketing / Mots clés / Plan de classement / Prospect / Scénarios de conversation / Sous-catégories / Usager