

IMMIGRATION, RÉFUGIÉS ET CITOYENNETÉ CANADA

---

# SERVICES SOCIAUX ET AGENT CONVERSATIONNEL

---

Dernière mise à jour : Janvier 2020

# • L'HISTOIRE DES SERVICES SOCIAUX D'IRCC

DÉC. 2014

Création de l'équipe des médias sociaux et élargissement de la présence d'IRCC dans les médias sociaux.

JUIN 2015

Début des réponses aux questions des clients sur les médias sociaux en utilisant les outils (Hootsuite) et les ressources (0,5 ETP) existants.

2015-2016

2 357 réponses fournies aux clients.

2016-2017

4 877 réponses fournies aux clients.

Un grand nombre de questions générales (p. ex. admissibilité) ont mené à l'idée que certaines réponses pourraient être automatisées.

2017-2018

14 862 réponses fournies aux clients.

Lancement de Quaid dans P7 (voir « Calendrier du projet pilote »).

# •CALENDRIER DU PROJET PILOTE



## PRINTEMPS 2017

Présentation d'un projet pilote d'agent conversationnel et de services sociaux et obtention de financement interne pour ce dernier.

Durée : 2 ans plus 1

Coût : 640 000 \$ par année

Comprend : agent conversationnel, service d'assistance, ETP

## NOV. 2017

Acquisition d'un outil de service d'assistance pour mieux gérer les demandes de renseignements des clients, commencer efficacement la collecte de données pour la formation d'un agent conversationnel (et la mesure des activités de services sociaux)

## OCT. 2018

Lancement de Quaid (après l'acquisition de la solution en août 2018) sur Facebook Messenger.

## NOV. 2019

Après la mise en œuvre réussie sur Facebook, début de la mise à l'essai de Quaid sur le site Web d'IRCC et amorce du processus pour passer aux activités régulières à compter de 2020-2021.

# Contexte : Médias sociaux d'IRCC

(à l'exclusion des canaux du CEI)



## FACEBOOK

- Plus de 1,56 million d'abonnés
- 80 % à l'extérieur du Canada
- De 150 à 200 questions par jour
  - Les questions portent habituellement sur l'admissibilité générale



## TWITTER

- Plus de 227 000 abonnés
- 50 % à l'extérieur du Canada
- De 100 à 150 questions par jour
  - Les questions sont plus complexes que sur Facebook – pas d'agent conversationnel



## INSTAGRAM

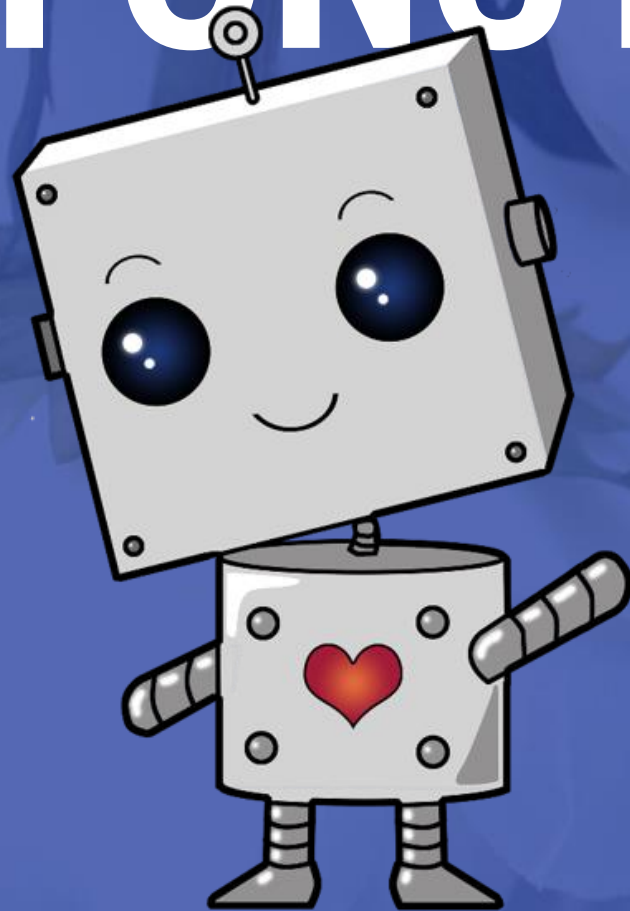
- Plus de 31 300 abonnés
- Nous ne répondons pas aux questions
- Utilisé pour promouvoir les éléments d'intérêt humain du travail d'IRCC, plutôt que le service à la clientèle



## LINKEDIN

- Plus de 78 300 abonnés
- Présence ministérielle d'IRCC pour promouvoir les possibilités d'emploi et les initiatives ministérielles
- Les RH répondent aux questions pertinentes

# •COMMENT •QUAID •FONCTIONNE



- Existe dans Facebook Messenger (et une page du site Web d'IRCC)
- Demande aux clients s'ils ont une question générale ou précise, puis répond aux questions générales
- Utilise le traitement du langage naturel (NLP) pour comprendre l'intention du client et évalue sa confiance à fournir l'une des réponses sur lesquelles il est formé
- Demande des éclaircissements au besoin; s'il ne peut toujours pas répondre à l'aide de ses données de formation, il offrira du contenu Web et demandera au client si l'information est utile
- Si le contenu Web suggéré ne répond pas à la question du client, cette dernière est transmise à un agent pour qu'il y réponde



- **QUAID**
- **SUR LE**
- **WEB +**
- **CLAVARDAGE**
- **EN DIRECT**

Mise à l'essai sur une page du site Web d'IRCC (en date du 7 novembre 2019).

**Résultats à ce jour :**

- Moyenne de 100 conversations par jour
- 16 % des clients qui visitent la page utilisent Quaid
- 92 % des personnes qui interagissent avec Quaid sont de nouveaux utilisateurs et 76 % se trouvent au Canada
- 74 % des clients ont obtenu la réponse dont ils avaient besoin, sans avoir recours à un agent

Comme le public diffère de celui de notre page Facebook, les questions sont différentes. Nous construisons un « cerveau Web » pour Quaid en utilisant ces nouvelles données.

# •COMMENT LE •SERVICE D'ASSISTANCE •FONCTIONNE

## 1. QUESTIONS

Les clients nous posent des questions par l'entremise de Twitter et de Facebook Messenger. Ces questions sont automatiquement transformées en billets dans Freshdesk – les agents peuvent tout voir au même endroit. Les questions sont attribuées aux agents en fonction du canal.



## 3. ANALYSE

Nous extrayons beaucoup de données du service d'assistance aux fins d'analyse, notamment :

- temps de réponse (moyenne par secteur d'activité, par question, etc.)
- volume des demandes traitées (par les agents, par Quaid, par canal, etc.)
- principales questions posées (par canal, par secteur d'activité, par période, etc.)

Ces données peuvent nous aider à améliorer nos communications, comme le contenu du site Web et des médias sociaux, ou même la correspondance avec les clients.

## 2. RÉPONSES

Les agents utilisent Freshdesk pour émettre des réponses (y compris les renvois de Quaid) et transmettre les demandes de renseignements aux experts en la matière pour consultation. Lorsqu'ils utilisent une réponse standard, les demandes de renseignements sont automatiquement marquées par le CRC.

## RÉSULTATS À CE JOUR

**84,6 %**

taux de satisfaction des clients

**28 %**

taux de transmission à l'échelon supérieur

**+ de 92 000**

réponses envoyées au cours du présent exercice



# CODES DE RÉPONSE STANDARD (CRS)

---

# 051103

---

05 : Secteur d'activité (permis d'études)

11 : Sous-sujet (lettre de présentation)

03 : Réponse...

*« Il n'y a pas de limite officielle quant à combien de temps à l'avance vous pouvez arriver au Canada, mais si vous prévoyez arriver longtemps à l'avance, vous devez présenter des preuves à l'appui de votre demande pour être admis hâtivement au Canada. »*

L'application automatisée de plus de 1 000 CRS nous permet d'identifier et de quantifier rapidement les questions que nous recevons à un niveau granulaire, et d'évaluer les tendances à long terme.

Cela nous permet également de suivre des choses comme :

- les questions posées en fonction de la plateforme;
- le nombre d'interactions que l'on a eu avec un client pour résoudre son problème et les relations possibles entre des questions particulières et le parcours d'un client.

# •PROCESSUS ET EXEMPLE D'AMÉLIORATION DES ACTIVITÉS

1

## OBSERVATION

Dans les médias sociaux, 40 % des questions liées à la biométrie provenaient de clients qui n'avaient pas reçu de lettre d'instructions relatives à la biométrie après 24 heures (tel qu'annoncé sur notre site Web).

2

## HYPOTHÈSE

L'incertitude chez les clients est causée par l'absence d'instructions claires sur notre site Web indiquant aux clients qu'ils doivent télécharger un reçu de données biométriques pour recevoir une lettre d'instructions relatives à la biométrie.

3

## TEST

Insérer des instructions claires sur le site Web pour dire aux clients qu'ils doivent télécharger leur reçu pour procéder à l'étape des données biométriques.

4

## SURVEILLER + ITÉRER

Évaluer s'il y a une diminution des questions des clients à ce sujet.

# •INDICATEURS DE RENDEMENT CLÉS

## •COMMENT MESURONS-NOUS LE SUCCÈS?

### VOLUME

Combien de  
personnes  
servons-nous?

**Plus de 92 000 séances tenues  
au cours de cet exercice.**

### SATISFACTION

Sont-elles satisfaites de  
notre service?

**84 % des clients sont  
satisfaits de notre  
service.**

### CHARGE DE TRAVAIL

Notre agent conversationnel  
aide-t-il les agents humains ou  
crée-t-il plus de travail?

**L'agent conversationnel a  
seulement besoin d'aide  
avec un tiers des clients qu'il sert.**

### FONCTION

Dans quelle mesure nos  
réponses sont-elles exactes? Les  
personnes obtiennent-elles la  
meilleure réponse possible?

**96 % des solutions envoyées  
par Quaid répondent à la  
question du client.**

- **EXPÉRIENCE ET VIE PRIVÉE**
- **DES CLIENTS**



## RENCONTRER QUAID

Quaid se présente comme un agent conversationnel conçu pour répondre à des questions générales. Il fournit également aux clients un lien vers les modalités en ligne concernant l'interaction avec Quaid. Quaid informe les clients lorsqu'il transfère la conversation à un agent.

## SATISFACTION

Quaid demande aux clients s'il a été en mesure de répondre à leur question. Nous utilisons ces données (ainsi que les données de renvoi à un niveau supérieur et d'autres données) pour déterminer les points à améliorer.

## VIE PRIVÉE

Quaid demande aux clients de ne pas inclure de renseignements personnels (coordonnées, identificateur du client, etc.) dans leurs questions. S'ils fournissent cette information, elle est masquée avant que les données soient stockées dans nos systèmes. Aucun renseignement sur les clients n'est apparié aux dossiers d'IRCC.

**DES QUESTIONS? DES COMMENTAIRES?**





# •ANNEXE : •DÉFINITIONS

## •QUELQUES TERMES ÉTRANGES QUE NOUS UTILISONS

### •TAUX D'ABANDON :

•Pourcentage de clients qui amorcent une conversation avec nous, mais qui la quittent ensuite sans résolution.

### •CODES DE RÉPONSE STANDARD (CRS) :

•Les codes à six chiffres que nous attribuons à toutes nos interactions avec les clients et que nous utilisons pour déterminer ce que les clients nous demandent.

### •MOTEUR DE RECHERCHE PERSONNALISÉ (MRP) :

•Un moteur de recherche que nous avons créé pour que les recherches s'effectuent seulement dans nos liens IRCC; nous l'insérons dans Quaid afin de l'aider à répondre aux questions.

### •TAUX DE TRANSMISSION À L'ÉCHELON SUPÉRIEUR :

•Le pourcentage de séances que Quaid transmet à un agent plutôt que de répondre par lui-même.

### •SOLUTION :

•Une réponse que nous enseignons à Quaid à donner aux clients lorsqu'ils posent une question donnée.

### •BASE DE CONNAISSANCES :

•La gigantesque base de données de toutes les réponses préapprouvées que nous envoyons à nos clients.