



Le Futur des Centres de Contact

**Cinq tendances majeures qui changeront
le monde des Centres de Contact**

En Résumé	3
La Révolution de la technologie « Voix ».....	3
Multiplication des canaux.....	3
« Cloud » et révolution « Big Data »	3
Un environnement Collaboratif et Consolidé pour les Centres d’Appels	4
Inclusion de la Vidéo.....	4
Introduction	5
La Révolution de la technologie « Voix »	6
Synthèse Vocale (TTS).....	6
Reconnaissance Vocale Automatique (ASR)	7
La voix du client (VoC)	7
Reconnaissance Biométrique de la Voix	7
La multiplication des Canaux	9
Les clients deviennent de plus en plus exigeants	9
Les clients préfèrent certains canaux d’interaction.....	9
L’image dépend de l’expérience client.....	10
Interaction 24/24	10
Une nouvelle génération de client.....	10
Le « Cloud Computing » et « Big Data »	10
« Cloud computing » pour fournir des services à la demande.....	11
« Big Data », parce que savoir c’est contrôler	12
Collaboration et Consolidation	13
Collaboration entre Centres de Contact	13
Consolidation dans le monde du Centre de Contact	14
L’inclusion de la Vidéo	15
Conclusions	16
Quelques références	17
Contacteur Nixxis	18

En Résumé

Notre mission chez Nixxis est **de développer et d'offrir des solutions innovantes pour gérer les interactions client**. Cela, afin de permettre aux entreprises de répondre rapidement aux nouveaux challenges que sont une communication en perpétuelle évolution, des consommateurs avec de nouveaux besoins et de plus en plus exigeants.

Lorsque les bases de la solution Nixxis Contact Suite (NCS) ont été développées en 2006, nous avons déjà anticipé un monde dans lequel les technologies de l'IP (Internet Protocol) seraient omniprésentes et *multiplieraient les canaux de communication entre les consommateurs et les entreprises*.

Lorsque la première version opérationnelle de NCS a été délivrée, en 2008, l'iPhone commençait à conquérir le monde et nous savions que tôt ou tard nous devrions être capables de gérer les nouveaux moyens de communication que cet appareil centré sur internet allait permettre.

Depuis lors, la puissance du numérique s'est emparé du monde. Le nombre d'utilisateurs marchant en rue avec un *Smartphone dans leur poche s'accroît de 1 Million chaque jour* et ceci de plus en plus rapidement.

C'est à travers la vision futuriste de Nixxis sur l'évolution des centres d'appel, que nous vous présentons ici **les 5 principales tendances** qui, selon nous, **changeront la manière dont nous servons, écoutons, vendons, aidons, aimons et interagissons avec nos clients**.

La Révolution de la technologie « Voix »

Que ce soit grâce au TTS/ASR (Text-to-Speech/Automatic Speech Recognition) ou à la reconnaissance biométrique de la voix, au pouvoir grandissant de l'informatique ou à des ordinateurs moins coûteux équipés de meilleurs algorithmes, les ordinateurs pourront finalement comprendre un être humain aussi bien, voire mieux, que ne le ferait un autre être humain!

La technologie de la voix du client (VoC) permettra également d'améliorer l'efficacité et la qualité des communications en fournissant un feedback toujours plus rapide sur l'encadrement, les émotions générales du client ou le sens de sa requête.

Multiplication des canaux

La révolution des médias sociaux et le taux de pénétration déjà élevé des Smartphone génèrent tous deux un flux quasi constant d'interactions entre les entreprises et leurs clients. Les médias sociaux permettent aux gens d'avoir des centaines de conversations par jour. Cela, le plus souvent avec des personnes qu'ils n'ont jamais rencontrées. Aujourd'hui, les Smartphones ont plus de puissance de calcul que les ordinateurs avaient il y 3 ans. Puisque les gens sont mieux informés et disposent de plus de moyens de communication, on peut s'attendre à une augmentation considérable des interactions dans les années à venir.

Tout cela risque de générer une fragmentation de l'information qui exigera des systèmes capables de consolider, de manière intelligente, les différents moyens utilisés par les clients pour interagir avec leurs fournisseurs.

« Cloud » et révolution « Big Data »

Comme la puissance de traitement est moins cher et la communication des données plus rapide et fiable, la nécessité de disposer d'une infrastructure informatique centralisée pour gérer une entreprise Voix centre de contact va devenir de moins en moins nécessaire. Une fois ces données d'interaction client disponibles sur les centres de traitement très puissants, toutes sortes de statistiques et d'analyse du comportement seront disponibles afin de mieux prévoir les améliorations à apporter à l'expérience

En Bref

- **La technologie Voix** va changer la façon dont nous interagissons avec les machines.
- **Les Canaux de Communication** se multiplieront et se fragmenteront.
- **Le « Cloud »** et **« Big data »** nous feront fonctionner différemment.
- **Collaboration** et **consolidation** auront lieu dans les centres de contact.
- **La Vidéo** va changer la façon dont nous interagissons avec nos clients.

client. Cela signifie qu'une entreprise sera en contact direct avec sa clientèle et sera capable de mesurer toutes les tendances de changement provoquées par la modification des produits ou des services existants ou le lancement de nouvelles offres.

Un environnement Collaboratif et Consolidé pour les Centres d'Appels

Puisque l'interface avec le client devient de plus en plus stratégique, le travail d'agent de centre d'appel devra devenir de plus en plus intéressant. Cela signifie que les entreprises devront développer une vraie relation avec leur clientèle et donc se spécialiser dans des profils avec des connaissances plus spécifiques.

Cela requière également de consolider les centres d'appels de plus petite taille vers des plus grands. Cela, non pas du point de vue géographique, mais plus du point de vue des connaissances et de l'agent. Par conséquent, nous pourrions même prévoir que le personnel ou la fonction du centre d'appel pourrait ne plus être limité à un agent spécifique, mais pourrait être étendu aux employés internes capables de gérer les problèmes spécifiques et spécialisés.

C'est exactement la révolution qui s'est produite pour l'encyclopédie "Universalis" et Wikipédia: Il y a plus de contenu disponible, il y a plus de personnes pour contribuer et il est utilisé par une base plus large qui peut bénéficier de renseignements plus à jour.

Inclusion de la Vidéo

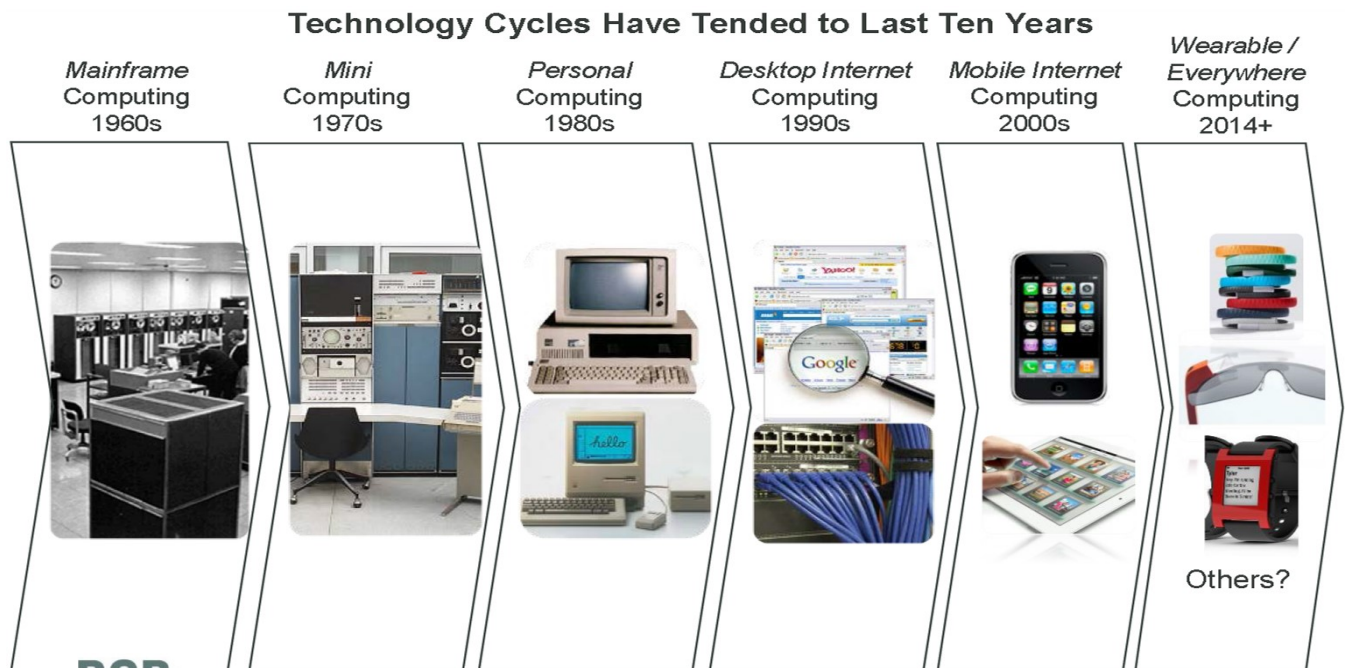
Avec le développement de la vitesse de communication du réseau (c.-à-d. 4G) ainsi que la présence d'écrans numériques un peu partout (c.-à-d. affiches aux arrêts de bus remplacées par des écrans LCD verticaux), nous estimons que le temps n'est pas loin où les clients vont demander à voir la personne à qui ils parlent, en temps réel ou différé. Grâce aux technologies et à la communication basée sur l'IP, aujourd'hui ce n'est plus un problème d'ajouter un support de vidéo sur n'importe quel écran disponible et donc améliorer aussi la qualité de l'expérience client.

L'ajout de vidéo permettra également de mieux contrôler l'humeur et les émotions du client ainsi que d'accroître la crédibilité de l'expérience client donnée via les centres d'appels.

Nous espérons que vous trouverez le contenu des pages suivantes intéressant et nous restons à votre disposition. Si vous avez d'autres questions ou des remarques vous pouvez nous écrire à info@nixxis.com.

Introduction

Dans nos marchés en rapide évolution, les clients sont de plus en plus exigeants tandis que le nombre de canaux de communication continue d’augmenter. En outre, la technologie sous-jacente évolue à un rythme effréné alors que les organisations demandent des approches nouvelles et novatrices.



Les cycles Technologiques ont tendance à durer 10 ans.

Depuis l’invention de l’ordinateur dans les années 60, les cycles technologiques semblent durer environ 10 ans et chaque vague d’innovation apporte de nouveaux dispositifs et de nouvelles façons de les utiliser.

Mais c’est la dernière vague d’innovation depuis que l’ordinateur est devenu réellement mobile et ils sont devenus des dispositifs de communication qui sont réellement en train de changer la façon dont les gens interagissent.

Donc, comme l’industrie du Centre de contact est née dans les années 70 en raison des faibles coûts de communications locaux et de l’étendue du réseau, l’avènement des nouvelles technologies de communication aura un impact énorme sur la façon dont une entreprise interagit avec ses clients.

Ce document tente de mettre en lumière et de donner la vision de Nixxis sur ce qui va changer et comment.

La Révolution de la technologie « Voix »

L'augmentation de la puissance de calcul dans des volumes de plus en plus petits, avec une vitesse de réseau toujours plus rapide, a permis à un certain nombre de technologies de pilotage de la voix d'émerger et de devenir commercialement viable. L'exemple le plus connu est certainement SIRI l'assistant vocal inclus à l'iPhone 4S d'Apple.



Synthèse Vocale (TTS)

La synthèse vocale (Text-to-Speech ; TTS) est une solution qui convertit le texte en un discours audible d'une manière claire et semblable à un humain. Cette technologie est utilisée dans une grande variété de services et d'applications. La technologie TTS n'est pas seulement préférée par les sociétés, mais aussi par des individus en raison de l'automatisation, de l'efficacité et de praticité qu'elle fournit. Le TTS sera largement utilisé commercialement dans les systèmes de SVI, les centres de contact, les bornes interactives et distributeurs automatiques de billets et les appareils électroménagers à commande vocale.

La technologie peut également être utilisée sur les appareils personnels, tels que les lecteurs d'écran pour les malvoyants, les lecteurs et navigateurs d'emails & d'SMS.

Impacts clés dans le monde du Centre de Contact:

- Permettre aux entreprises de dire à leurs clients tout ce qu'ils ont besoin d'entendre en transformant tout contenu lisible par une machine en paroles.
- Aider à éviter les transferts d'appels inutiles et à affecter les agents pour des tâches plus importantes.
- Assurer une automatisation accrue, une réduction des coûts de télécommunication et une meilleure expérience client.
- Fournir des solutions pratiques qui facilitent la vie, tels que les guichets automatiques parlants ou les applications d'assistance pour les personnes handicapées.

Reconnaissance Vocale Automatique ASR)

La reconnaissance vocale automatique (Automatic Speech Recognition ; ASR) identifie les mots et les phrases parlées et les convertit dans un format lisible par une machine. Les applications de reconnaissance vocale communes comprendront l'acheminement des appels, l'encodage de la parole en texte ainsi que la numérotation vocale. La technologie a un large éventail d'utilisation et est effectivement déployée dans les centres de contact, les systèmes IVR, les appareils mobiles et embarqués, les solutions de dictée vocale et les applications d'assistance.

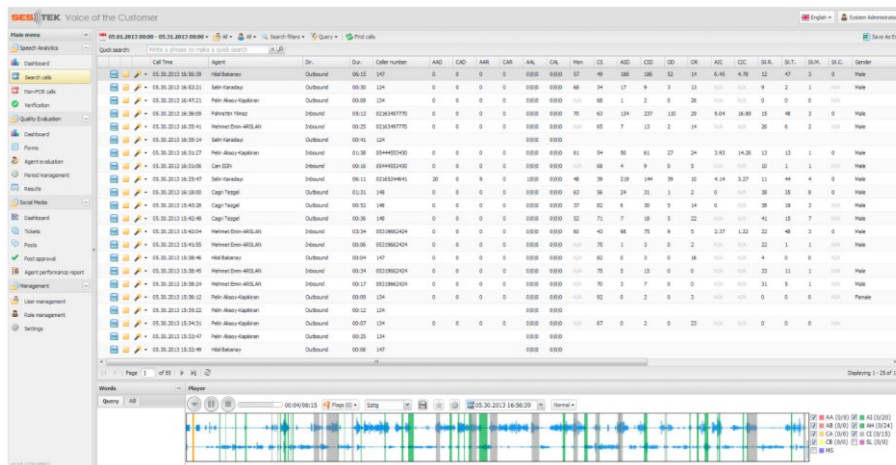
La reconnaissance vocale permet aux utilisateurs d'interagir avec un ordinateur en utilisant simplement leur voix au lieu de traiter avec des boutons et touches. La technologie fournit des moyens hautement bénéfiques et pratiques d'utilisation pour de nombreuses applications innovantes.

Principaux impacts dans le monde du Centre de Contact :

- Une meilleure expérience client en libre-service en parlant naturellement à la machine.
- Satisfaction accrue de la clientèle puisque aucun délai n'est compté entre la demande et l'action.
- Diminution des coûts d'exploitation puisque les chaînes peuvent être multipliées en augmentant le nombre de machine.

La voix du client (VoC)

La voix du client (VoC) capture les données directement auprès des clients à travers leurs commentaires et indirectement à partir des dossiers d'interaction de tous les canaux tels que le téléphone, les médias sociaux ou le web. La combinaison de tous les canaux fournit une vue globale du comportement du client et permet une analyse progressive avec un meilleur rendement visuellement. La synergie des composants individuels tels que la gestion de la qualité et l'analyse de la parole, permet des capacités de gestion de la qualité étendues et un meilleur jugement basé sur des évaluations comparatives (ex : entre la gestion de la qualité et la réaction des clients). Les composants d'une voix de la suite client sont l'enregistrement d'appels, la gestion de la qualité, l'analyse des conversations téléphoniques, l'analyse FCR, la réaction des clients et l'analyse des médias sociaux.



Analyse de la Voix du Client (source : Sestek)

Principaux impacts dans le monde du Centre de Contact :

- Répétitivité dans les procédures d'assurance de la qualité
- Amélioration de la satisfaction du client grâce à la détection automatique
- Excellence opérationnelle et meilleure efficacité de sa catégorie

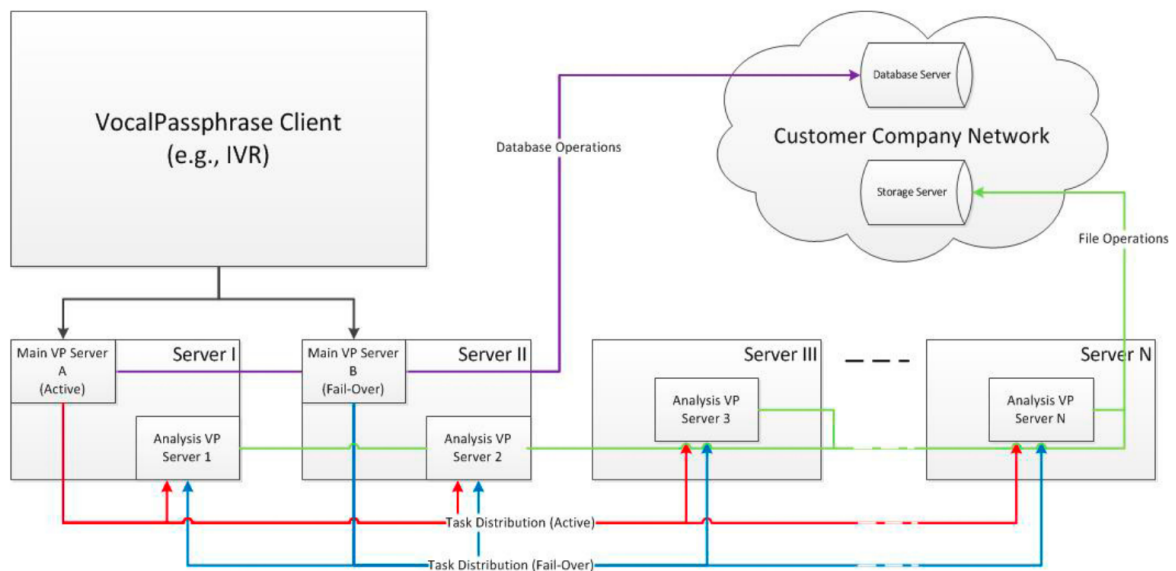
Reconnaissance Biométrique de la Voix

Les solutions de reconnaissance biométrique de la voix comprennent un certain nombre de fonctions spécifiques comme le mot de passe vocal, l'authentification, la vérification, l'identification des listes noires et l'authentification des périphériques mobiles.

Le mot de passe vocal fournit un accès sécurisé aux systèmes par le biais des empreintes vocales de chaque utilisateur. La voix est inscrite dans le système une fois que les appels suivants sont authentifiés par cette empreinte vocale. La solution peut être appliquée de différentes façons selon les besoins du client, tels qu'une seule couche ou une couche supplémentaire de sécurité pour les procédures de sécurité standard.

Principaux impacts dans le monde du Centre de Contact :

- D'un point de vue de la clientèle, une réduction des coûts via self-service
- Sécurité accrue grâce à l'automatisation et la vérification biométrique
- Politiques de sécurité configurables en fonction des besoins de l'entreprise
- Un meilleur respect et adaptabilité de la législation et de
- Meilleure expérience des employés
- Evolutivité de la solution



Architecture biométrique vocale (source : Sestek)

La multiplication des Canaux

De la traditionnelle lettre et de l'appel téléphonique, en passant par l'e-mail et les SMS, jusqu'au self-service web, au MMS, à la visiophonie et plus, les nouvelles générations vont nous conduire vers une utilisation croissante de ces nouveaux canaux. Ne pas être en mesure de répondre à des clients d'une manière positive, flexible et efficace, va conduire à une perte substantielle de (potentielles) affaires et de parts de marché.



Les clients deviennent de plus en plus exigeants

Les clients de nos jours sont facilement frustrés. Ils vont rapidement exprimer leur mécontentement si la réactivité de votre entreprise ne répond pas à leurs attentes, ou si les réponses qu'ils obtiennent sont incomplètes. Avec l'aide de leur réseau social et des médias, les défauts de votre entreprise pourront rapidement être exposés.

Cependant, la bonne nouvelle c'est que les clients frustrés qui ont tendance à se tourner vers la concurrence en silence auront désormais plus tendance à interagir avec vous! Vous avez donc maintenant la possibilité de les récupérer. Et ... l'occasion de revoir votre stratégie d'interaction!

Les clients préfèrent certains canaux d'interaction

Les clients peuvent choisir le type, la quantité et le canal d'information de leur choix, pour interagir avec l'organisation, au lieu d'être imposé.

Certains pourraient rester accroché à leur téléphone, d'autres enverraient plutôt un email, démarreraient une session de chat ou pourraient même se servir des documents à leur disposition sur votre site web. Que faire si un consommateur n'a pas accès à un service, une information ou un produit spécifique à travers le canal d'interaction de son choix? Il se tournera très probablement vers

un concurrent. De nos jours, si vous essayez de forcer un client à utiliser un canal de communication en particulier, vous générerez incontestablement de la frustration.

L'image dépend de l'expérience client

Chaque client voudrait être approché individuellement. Les budgets consacrés à des actions de marketing de masse uniques sont maintenant affectés aux stratégies d'interaction, permettant cette approche hautement personnalisée. Chaque fois qu'un client entre en contact avec une entreprise, il a la possibilité de se faire une nouvelle opinion. Au fil du temps, l'ensemble d'expériences formera une image dans son esprit, ce qui finira par façonner l'image de la marque et de ses valeurs. Les canaux d'interaction sont les points de contact: des moments de vérité!

Interaction 24/24

Le service de 9 à 17h est complètement dépassé, les clients attendant un service 24/7. Ne pas être en mesure de faire face à ces nouvelles demandes se traduit par une perte immédiate de clientèle. En outre, les clients n'accepteront plus d'éventuelles perturbations dans les canaux de communication en raison de défaillances techniques. De tels événements pourraient être interprétés comme une excuse pour masquer un manque d'organisation.

Une nouvelle génération de client

La nouvelle génération est éduquée dans l'état de l'art avec les techniques de communication multimédia, constamment présentes dans leur environnement immédiat. Ils ne quittent pas la maison sans leur téléphone mobile avec fonction vidéo ou sans un PDA et voient le monde à travers leur navigateur internet. Comment cette génération chat, SMS, qui surfe et fait des vidéoconférences affecte-elle votre stratégie d'interaction? Aujourd'hui, elle peut déjà représenter un groupe de consommateurs avec un pouvoir d'achat important. Demain, elle pourrait être composée de gestionnaires ayant un pouvoir de décision.



Le « Cloud Computing » et « Big Data »

Ces deux révolutions informatiques, basées sur de plus en plus de puissance de calcul, de capacités de stockage et de performances réseau, vont radicalement changer la façon dont nous faisons des affaires et la manière dont nous considérons les services informatiques en général. Jetons un coup d'œil ici à la façon dont ces grandes tendances de l'informatique vont changer le fonctionnement des centres de contact.



« Cloud computing » pour fournir des services à la demande

A ce jour, un certain nombre de solutions de Centre de Contact basées sur le « cloud » sont disponibles, mais elles ressemblent plus à des serveurs qui ont été déplacés de votre centre de données vers Amazon ou Azure. Les opérations de centre de contact basées sur le « cloud » auront un aspect très différent dans l'avenir. Puisque votre besoin d'interagir avec vos clients varie au cours de la journée, les services offerts par votre infrastructure de centre de contact basée sur le Cloud devraient également varier. On devrait en tant que tel être en mesure d'échanger des données de façon transparente avec la solution de gestion de la relation client et / ou le système spécifique de back office que vous utilisez.

Le « Cloud computing » signifie aussi plus de fiabilité, de sécurité et d'accessibilité. Par conséquent, dès le premier jour, nous avons prévu chez Nixxis le fait que notre logiciel devrait être en mesure de s'exécuter dans le « cloud » et ce, de manière distribuée. Qu'est-ce que cela signifie? Eh bien, par exemple lorsque le module ACD n'a pas besoin d'autant de ressources informatiques que prévu, l'IVR, ce module devrait automatiquement libérer la capacité du serveur de sorte qu'il soit disponible pour faire autre chose. Cela signifie également que les opérations basées sur le « cloud » peuvent consommer moins d'énergie que celles sur site et que la même puissance de calcul pourrait être disponible «sur demande» non seulement à partir de votre ordinateur de bureau ou ordinateur portable, mais aussi de votre smartphone, tablette ou tout autre appareil connecté que l'avenir nous apportera.



« Big Data », parce que savoir c'est contrôler

Chez Nixxis, nous sommes parfois surpris de voir la quantité de données qui est créée au niveau du centre de contact et qui n'est tout simplement plus utilisée après 30 ou 60 jours de stockage. Pensez à toutes les conversations téléphoniques à partir desquelles, avec analyse approfondie, une entreprise pourrait connaître ce qui se passe réellement sur le marché et l'humeur de ses clients.

Aujourd'hui, les données de masse sont principalement utilisées pour définir des modèles de comportements de l'homme et, par exemple, optimiser la publicité numérique (voir entreprise comme Criteo). Mais demain, avec les vastes capacités, nous devons analyser les milliards de données que nous allons produire chaque jour, nous serons en mesure de prévoir l'avenir avec plus de précision et d'optimiser immédiatement une offre de service ou un produit basé sur les commentaires des clients. Par conséquent, il est important d'utiliser des systèmes qui sont aussi ouverts que possible afin d'être en mesure d'interagir avec ces prochaines capacités de calcul considérables.

Collaboration et Consolidation

Du point de vue des processus et des entreprises, il reste encore beaucoup à faire afin d'améliorer la façon le centre de contact fonctionne aujourd'hui. L'amélioration des technologies de communication et leurs variétés, combinées à la nécessité de devenir plus efficace et à dépenser moins d'énergie et d'argent dans l'entretien des clients vont lancer une vague de collaboration et de consolidation dans le monde du centre d'appel.



Collaboration entre Centres de Contact

De la même façon que les entreprises sont assez bien organisées en «silos», l'industrie du centre de contact s'est organisée autour des mêmes procédés industriels et des mêmes principes. Cette organisation permettait d'être efficace du temps de Frederick Taylor (l'inventeur du "taylorisme") mais aujourd'hui, à l'heure où la qualité importe plus que la quantité, il est important que l'expérience client dans son ensemble soit prise en compte et optimisée. Regardez la quantité des différents centres de contact auxquels vous auriez besoin de parler dans le cas où vous souhaitez modifier une combinaison de services que vous recevez aujourd'hui, comme déménager, acheter une maison, etc ...

Si les centres de contact étaient en mesure d'échanger des informations entre eux, pensez à combien la vie des clients pourrait être simplifiée. Plus de « Silos », juste des gens qui prennent soin que votre expérience client soit optimisée jusqu'aux derniers bits et octets.



Consolidation dans le monde du Centre de Contact

Même si l'externalisation du centre de contact ne représente aujourd'hui que seulement 20 % de tous les centres de contact (les autres sont internes) et que ceux-ci sont principalement utilisés pour des tâches hautement spécialisées comme le télémarketing, la télévente ou la collecte de crédit, nous pensons que la tendance à réinventer la roue encore et encore prendra fin et que les opérations des centres de contact devront se consolider à la fois à l'interne et l'externe. La grande poussée à cela sera principalement donnée par le fait que les données et les statistiques seront disponibles pour le gestionnaire afin de prendre des décisions sur " Où est produite la qualité ? " Et " Où est passé mon argent ? ».

Cela peut être à la fois une opportunité et une menace pour les centres de contact externalisés puisque leur consolidation potentielle devra aller de pair avec une forte augmentation de la qualité (responsable de la relation client et de fidélisation). Et cela pourrait signifier que les petits centres de contact qui n'ont pas analysé les processus afin de produire la qualité attendue, vont simplement disparaître ou se regrouper en entités plus grandes.

L'inclusion de la Vidéo

Les technologies d'interaction vidéo de qualité sont déjà disponibles depuis plusieurs années, à la fois sur le téléphone et sur les réseaux informatiques. Elles sont souvent utilisées avec des services comme « WebEx » ou « Go-To-Meeting » afin d'augmenter l'interactivité entre les membres ainsi que la confiance donnée à l'échange en cours. Pourtant, nous pensons tous que ces échanges vidéo ne sont pas la majorité des interactions qui sont générés aujourd'hui et ce pour une raison très simple: Les gens, en général, n'aiment pas être vus.

Alors, comment cette intégration de la vidéo va changer la façon dont les centres de contact fonctionnent aujourd'hui?



L'intégration de la vidéo dans les échanges en temps réel augmente nettement la confiance que les gens mettent dans l'échange lui-même. Ceci est particulièrement important lorsqu'il faut annoncer des nouvelles difficiles ou mauvaises à un client. Les échanges deviennent «personnifiés» et vous avez moins de risque que les gens ne croient pas à la sincérité de l'agent de l'autre côté de la ligne.

En même temps, la vidéo devrait également être considérée comme un média qui ne doit pas toujours être utilisé dans les échanges en temps réel. Le meilleur exemple est aujourd'hui Twitter Vine qui permet aux gens de partager six secondes de vidéo ou même un « Snapchat » où les gens peuvent décider pour combien de temps leur image «restera» sur Internet.

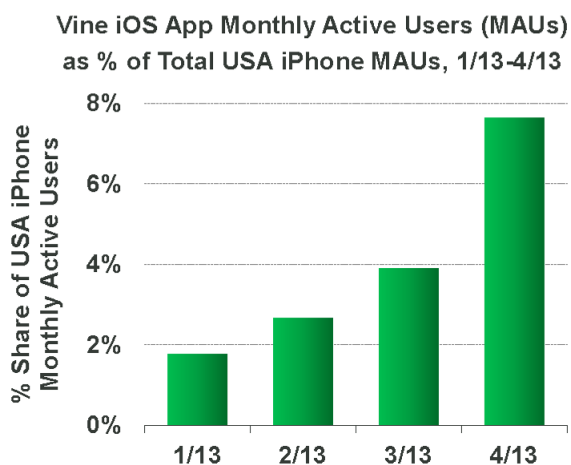
Tout cela permet "d'enrichir" l'échange entre un client et une entreprise par l'intermédiaire du centre de contact, mais qu'en est-il d'enrichir les échanges entre les clients eux-mêmes?

En fait, en utilisant la vidéo pour donner plus le sentiment du «direct» à l'échange, une entreprise pourrait devenir le nœud où les échanges entre les clients vont se produire et où les gens peuvent s'entraider et rendre leur vie meilleure. Les entreprises et les centres de contact sont uniquement là comme facilitateurs de l'échange.

Et une fois que la vidéo est en ligne, vous pouvez imaginer que, lorsque vous combinez ceci avec l'informatique sur le Cloud et les données de masse, encore plus d'informations sur les clients peuvent être recueillies et utilisées afin de rendre leur vie meilleure. Cela générant plus de loyauté des clients et, finalement, générant de la croissance à long terme.

Twitter Vine

**6 Second Videos
2x M/M Growth**



Dropcam (\$149 ASP)

**More Video
Uploaded per Minute Than YouTube**



Explosion des Vidéo courte et du "Wifi-casting" sur l'internet mobile. (Source: KPCB)

Conclusions

Nous espérons que le partage de la vision Nixxis sur ces cinq grandes tendances qui vont changer le monde du centre de contact vous a intéressé. Nous savons que ces tendances vont influencer différemment chacun de nos clients dans le milieu du centre de contact, mais jusqu'à un certain point, celles-ci devront être prises en compte afin d'orienter vos décisions et vos investissements futurs.

Chez Nixxis, nous avons toujours essayé d'inclure dans nos solutions et services la vision que nous avons du monde des centres de contact qui est seulement au début de sa vie et donc l'ouverture des systèmes et la prévision du futur de la technologie est au centre de chaque décision importante que nous devons prendre lors de sa mise en œuvre.

N'hésitez pas à revenir vers nous avec votre propre point de vue sur le chemin qui prendra l'industrie via notre adresse mail générique (info@nixxis.com) ou notre forum (www.nixxis.com/forum).

Quelques références



Contacter Nixxis



Siège social

54 Avenue Louise
B-1050 Bruxelles

Belgique	+32 2 3070000	Italie	+39 06 94803617
Argentine	+54 11 53528223	Japon	+81 3 45209652
Australie	+61 261 452465	Maroc	+212 660297945
Autriche	+43 720 884020	Mexique	+52 55 36877100
Bahrain	+973 16198075	Pologne	+48 22 3072165
Brésil	+55 61 37172952	Portugal	+351 30 8803633
Bulgarie	+359 2 4925088	Roumanie	+40 316 300642
Canada	+1 613 6999163	Afrique du Sud	+27 21 3002432
Chili	+56 3 5332619	Espagne	+34 91 1238668
Danemark	+45 89881909	Suède	+46 8 52500440
Finlande	+358 9 42450470	Suisse	+41 31 5280514
France	+33 1 76431067	Pays-Bas	+31 33 763 03 03
Allemagne	+49 30770191489	UK	+44 203 6086734
Grèce	+30 21 11983751	U.S.A.	+1 202 3791191
Hong Kong	+852 58084194	Vietnam	+84 4 73014512
Israël	+972 2 3721678		

www.nixxis.com
sales@nixxis.com