

HEXAGONE
behavioral technology

bpifrance

SEMIA
GÉNÉRATEUR DE STARTUPS

Grand
Est

GICAT
Groupe des industries françaises de défense
et de sécurité terrestres et aérospatiales

DÉCODER TOUS LES COMPORTEMENTS HUMAINS
À LA VITESSE ET L'ÉCHELLE DE L'IA
POUR DÉCOUVRIR LES INFORMATIONS CACHÉES DE VOS VIDÉOS, AUDIOS OU TEXTES

LES BÉNÉFICES DE LA SATISFACTION CLIENT

20% des clients =
80% des revenus¹

Acquérir 1 client =
5X plus cher
que conserver 1 client²

86% des clients prêts à
payer 25% plus
pour une meilleure expérience client³



CE QUI EST FAIT ACTUELLEMENT

Centres de Relation Client :
<10% des appels évalués

Fréquence :
1x / trimestre

Evaluation des humeurs
client / conseiller en **début vs**
fin d'appel uniquement

Evaluation humaine
par un prestataire



CE QUI EST FAIT ACTUELLEMENT

Centr
<10%

Les évaluations non-automatisées font prendre des décisions sur base d'un échantillon ultra minoritaire, potentiellement non représentatif, avec au moins 3 mois de décalage par rapport aux retours clients

Eval
client /
fin d'appel uniquement

:
re

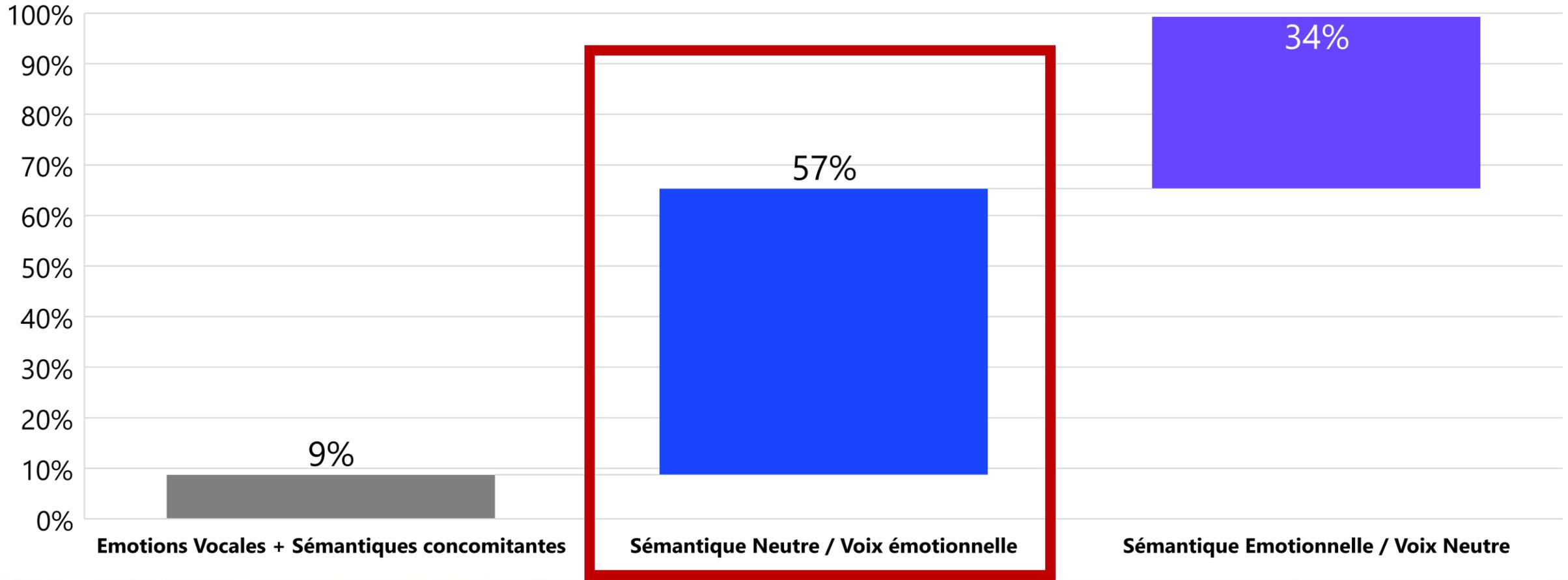
naine
taire



CAS RÉEL :

Intérêt de l'analyse émotionnelle Vocale vs Sémantique

Contribution des sources d'émotions en % du temps de parole émotionnel



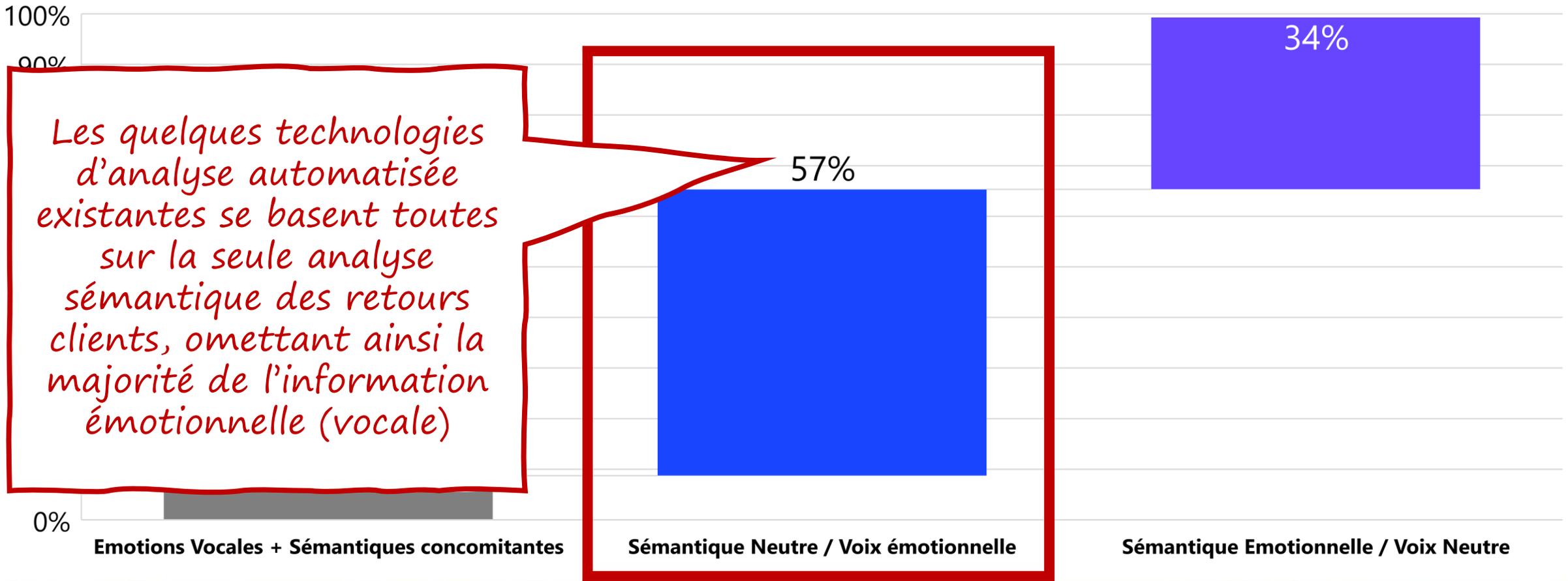
Note : Analyse réalisée sur 1120 appels du centre de relation client d'une banque internationale



CAS RÉEL :

Intérêt de l'analyse émotionnelle Vocale vs Sémantique

Contribution des sources d'émotions en % du temps de parole émotionnel



Note : Analyse réalisée sur 1120 appels du centre de relation client d'une banque internationale



LA 1^{ère} TECHNOLOGIE D'ANALYSE COMPORTEMENTALE
TOUT-EN-UN

HEXAGONE
behavioral technology

VOIX

VISAGE

SÉMANTIQUE

PHYSIOLOGIE

RÉGARD

CORPS



Une **EQUIPE PLURIDISCIPLINAIRE** pour réaliser **cette ambition**



Camille
SROUR



Président -
Fondateur

Rakia
JAZIRI

Datascientist -
Fondateur

Anthony
CORTINOVIS

Développeur
Full stack



Chloé
GRIMAUD

Psychologue,
Data acquisition lead



Fabien
POIRIER

Datascientist
(détection d'anomalies)



Philipp
WERNER

Datascientist
(analyse faciale)



Thibault
SEROT

Développeur
Full stack



Haytham
ELGHAZEL

Datascientist
(analyse vocale)



Nader
JEMOUI

Datascientist
(analyse sémantique)



HEXAGONE : QUELS CAS D'USAGE POUR LA RELATION CLIENT ?

1

Pilotage de la
Satisfaction
(Call centers)

2

Analyse massive
de verbatims
(Client surveys)

3

Impact
Marketing &
Focus groups



HEXAGONE : QUELS CAS D'USAGE POUR LA RELATION CLIENT ?

1

Pilotage de la
Satisfaction
(Call centers)

2

Analyse massive
de verbatims
(Client surveys)

3

Impact
Marketing &
Focus groups

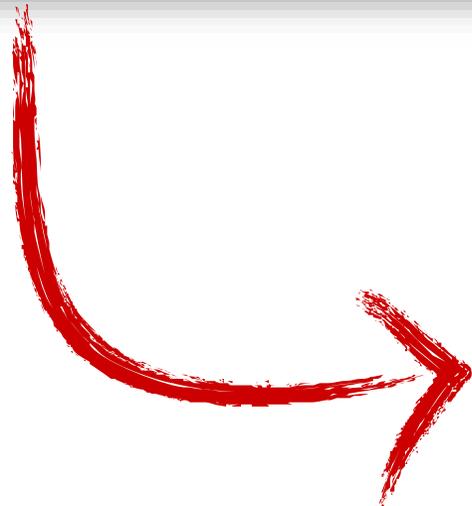


My Samples

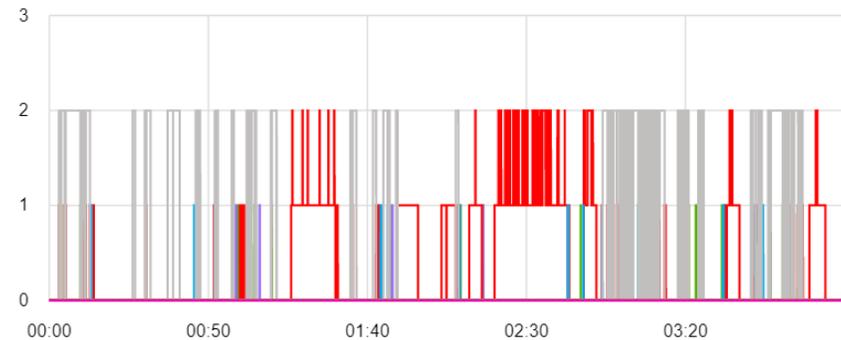
Filters

Show details

<input type="checkbox"/> Status	Name		Emotions	Mood start	Mood end	Emotions	Mood start	Mood end	Key topics	
<input checked="" type="checkbox"/>	2 2 8 8 6904993006597776057 1 159	Client				Conseiller				Carte Bancaire
<input checked="" type="checkbox"/>	AE Id 10 2020 Benoit 8	Client				Conseiller				Opposition
<input checked="" type="checkbox"/>	Elsa NI 4 1 6853346767552972009 1 46	Client				Conseiller				Carte Bancaire Rendez-vous
<input checked="" type="checkbox"/>	AEId 1 6844414270664415780 1 46	Client				Conseiller				Rendez-vous
<input checked="" type="checkbox"/>	VANESSA ID 1 6843692076208567885 1 46	Client				Conseiller				Mot de passe



Client



- joy
- sadness
- anger
- fear
- disgust
- surprise
- neutral
- shame
- bored
- physical_pain
- contempt
- affection
- excitement



My Samples

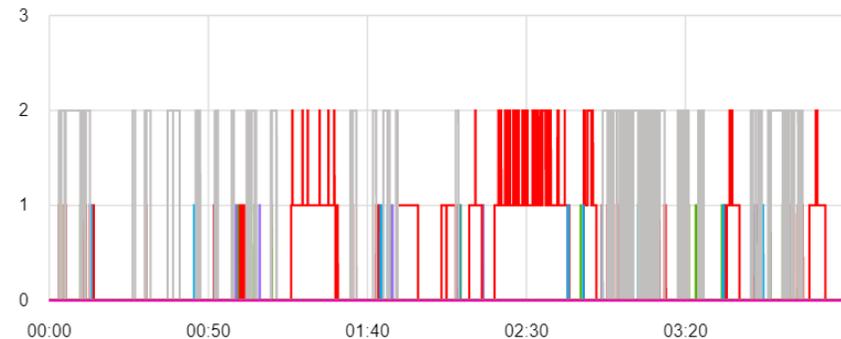
Filters

Show details

<input type="checkbox"/> Status	Name		Emotions	Mood start	Mood end	Emotions	Mood start	Mood end	Key topics	
<input checked="" type="checkbox"/>	2 2 8 8 6904993006597776057 1 159	Client				Conseiller				Carte Bancaire
<input checked="" type="checkbox"/>	AE Id 10 2020 Benoit 8	Client				Conseiller				Opposition
<input checked="" type="checkbox"/>	Elsa NI 4 1 6853346767552972009 1 46	Client				Conseiller				Carte Bancaire Rendez-vous
<input checked="" type="checkbox"/>	AEId 1 6844414270664415780 1 46	Client				Conseiller				Rendez-vous
<input checked="" type="checkbox"/>	VANESSA ID 1 6843692076208567885 1 46	Client				Conseiller				Mot de passe

L'ensemble des appels du centre de relation client sont visualisables dans la galerie. Les émotions des clients et conseillers sont représentées, et des filtres disponibles pour sélectionner les seuls appels conflictuels, une thématique donnée, etc.

Client



joy sadness anger fear disgust surprise neutral shame
bored physical_pain contempt affection excitement



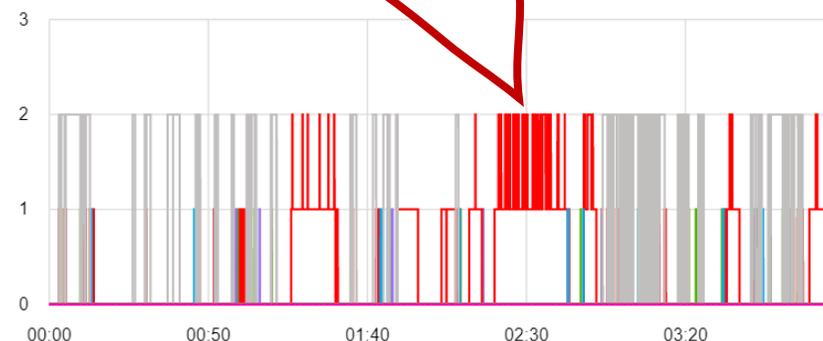
My Samples

Filters

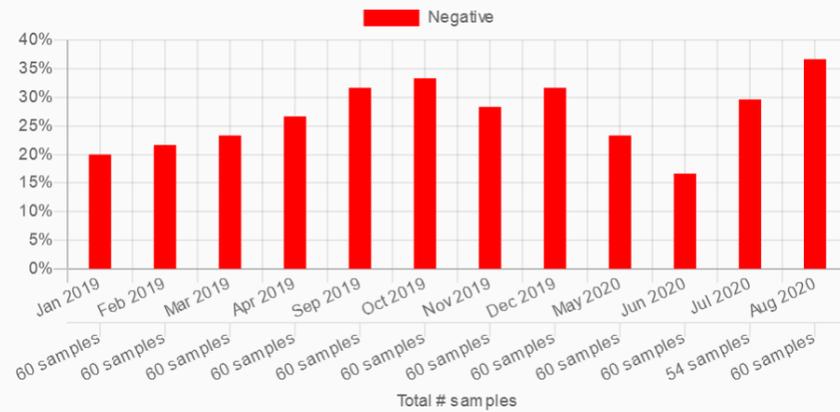
<input type="checkbox"/> Status	Name		Emotions	Mood start	Mood end		Emotions	Mood start	Mood end	Key
<input checked="" type="checkbox"/>	2 2 8 8 6904993006597776057 1 159	Client					Conseiller			Carte Banc
<input checked="" type="checkbox"/>	AE Id 10 2020 Benoit 8	Client					Conseiller			Opposition
<input checked="" type="checkbox"/>	Elsa NI 4 1 6853346767552972009 1 46	Client					Conseiller			Carte Banc Rendez-vo
<input checked="" type="checkbox"/>	AEId 1 6844414270664415780 1 46	Client					Conseiller			Rendez-vo
<input checked="" type="checkbox"/>	VANESSA ID 1 6843692076208567885 1 46	Client					Conseiller			Mot de pas

En sélectionnant un appel donné, celui-ci peut être réécouté sur les passages les plus émotionnels, par exemple à des fins de formation des conseillers

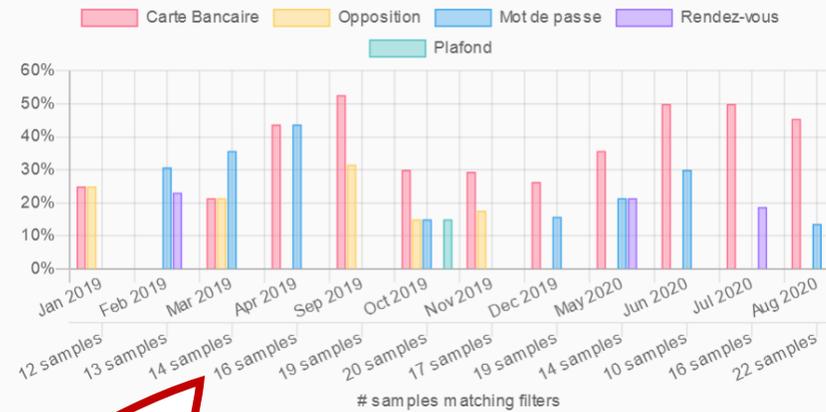
Client



Emotion trends ⓘ



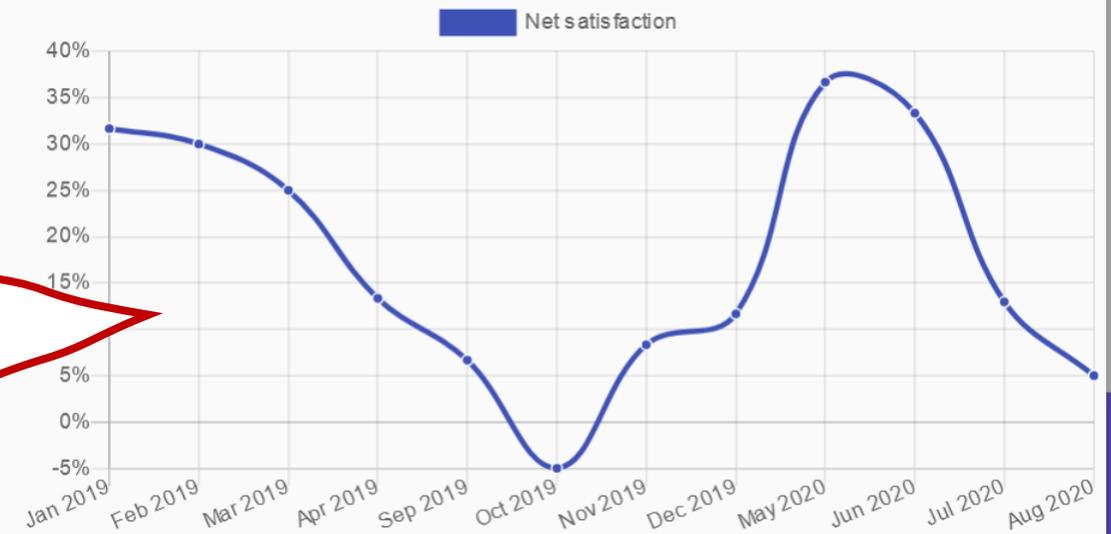
Emotion key topics ⓘ



Au niveau agrégé sur l'ensemble des appels (Dashboard), la satisfaction client peut être pilotée par le Top Management pour identifier très tôt les tendances et sujets de satisfaction ou d'insatisfaction.

Ces analyses peuvent ainsi être réalisées quotidiennement, sur 100% des appels, sans solliciter de temps d'enquête des clients

Net satisfaction ⓘ



HEXAGONE : QUELS CAS D'USAGE POUR LA RELATION CLIENT ?

1

Pilotage de la
Satisfaction
(Call centers)

2

Analyse massive
de verbatims
(Client surveys)

3

Impact
Marketing &
Focus groups



TOPICS**SUBTOPICS****EXAMPLES FROM CORPUS**

COLIS

CLIENT

RELAIS

client appel colis arriver

penser rémunération colis insuffisant

obliger garder colis prendre

métier relais colis chose

pouvoir savoir colis disponible

les clients nous appel trop souvent même quand les colis ne sont pas encore arrivés alors qu' ils ont reçu un message comme quoi le colis est dispo au point relais. trop de demande client par téléphone. les clients on encore du mal a présenter un justific

Vu le temps passé avec les clients relais nous pensons que la rémunération pour chaque colis est insuffisant. Souvent le client est informé de l'arrivée de son colis, se présente au relais, ne colis n'est pas arrivé , perte de temps à la recherche

quand je ferme le magasin, les colis present ne sont jamais repris et se malgré le faite que je déclare mes congés dans les délais demander par . je suis obligé de garder les colis et ainsi de prendre les clients en otage.....et qui c'est qui fait



TOPICS**SUBTOPICS****EXAMPLES FROM CORPUS**

client appel colis arriver

les clients nous appel trop souvent même quand les colis ne sont pas encore arrivés alors qu' ils ont reçu un message comme quoi le colis est dispo au point relais. trop de demande client par téléphone. les clients on encore du mal a présenter un justific

COLIS

CLIENT

RELAIS

Les enquêtes clients peuvent contenir jusqu'à des centaines de milliers de réponses chaque mois, qui ne peuvent réalistement être analysées manuellement et rapidement.

tion pour chaque colis est insuffisant. Souvent le client est s arrivé , perte de temps à la recherche

malgré le faite que je déclare mes congés dans les délais tre les clients en otage.....et qui c'est qui fait



TOPICS**SUBTOPICS****EXAMPLES FROM CORPUS**

COLIS

CLIENT

RELAIS

client appel colis arriver

penser rémunération colis insuffisant

obliger garder colis prendre

métier relais colis chose

pouvoir savoir colis disponible

les clients nous appel trop souvent même quand les colis ne sont pas encore arrivés alors qu' ils ont reçu un message comme quoi le colis est dispo au point relais. trop de demande client par téléphone. les clients on encore du mal a présenter un justific

Vu le temps passé avec les clients relais nous pensons que la rémunération pour chaque colis est insuffisant. Souvent le client est informé de l'arrivée de son colis, se présente au relais, ne colis n'est pas arrivé , perte de temps à la recherche

quand je ferme le magasin, les colis present ne sont jamais repris et se malgré le faite que je déclare mes congés dans les délais demander par . je suis obligé de garder les colis et ainsi de prendre les clients en otage.....et qui c'est qui fait

En quelques minutes,
HEXAGONE permet
d'identifier les principales
thématiques de telles
enquêtes...

...les principales
sous-thématiques

...jusqu'aux
commentaires
sources des clients



HEXAGONE : QUELS CAS D'USAGE POUR LA RELATION CLIENT ?

1

Pilotage de la
Satisfaction
(Call centers)

2

Analyse massive
de verbatims
(Client surveys)

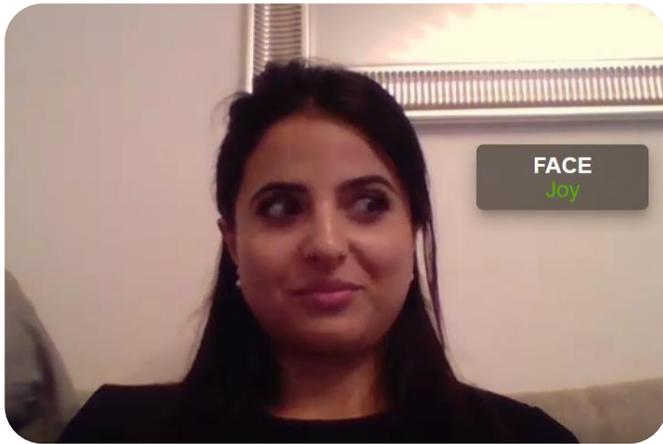
3

Impact
Marketing &
Focus groups



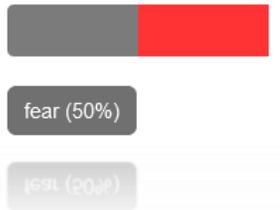
Nous mesurons les réactions des panelistes via leurs expressions **FACIALES, VOCALES ET VERBALES** D'ÉMOTIONS

VISAGE

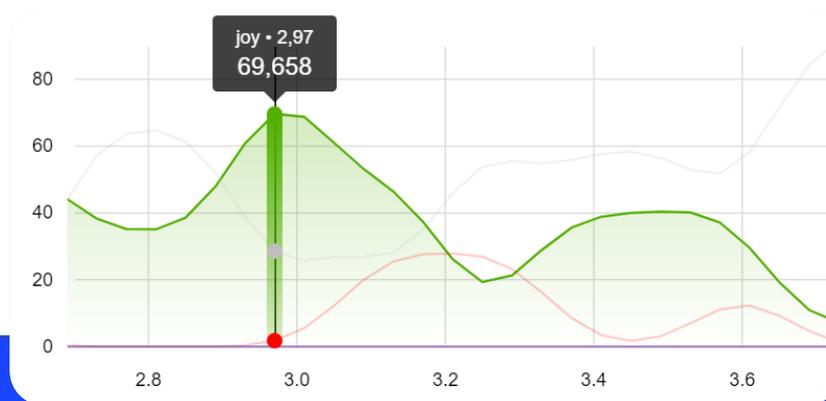


NLP

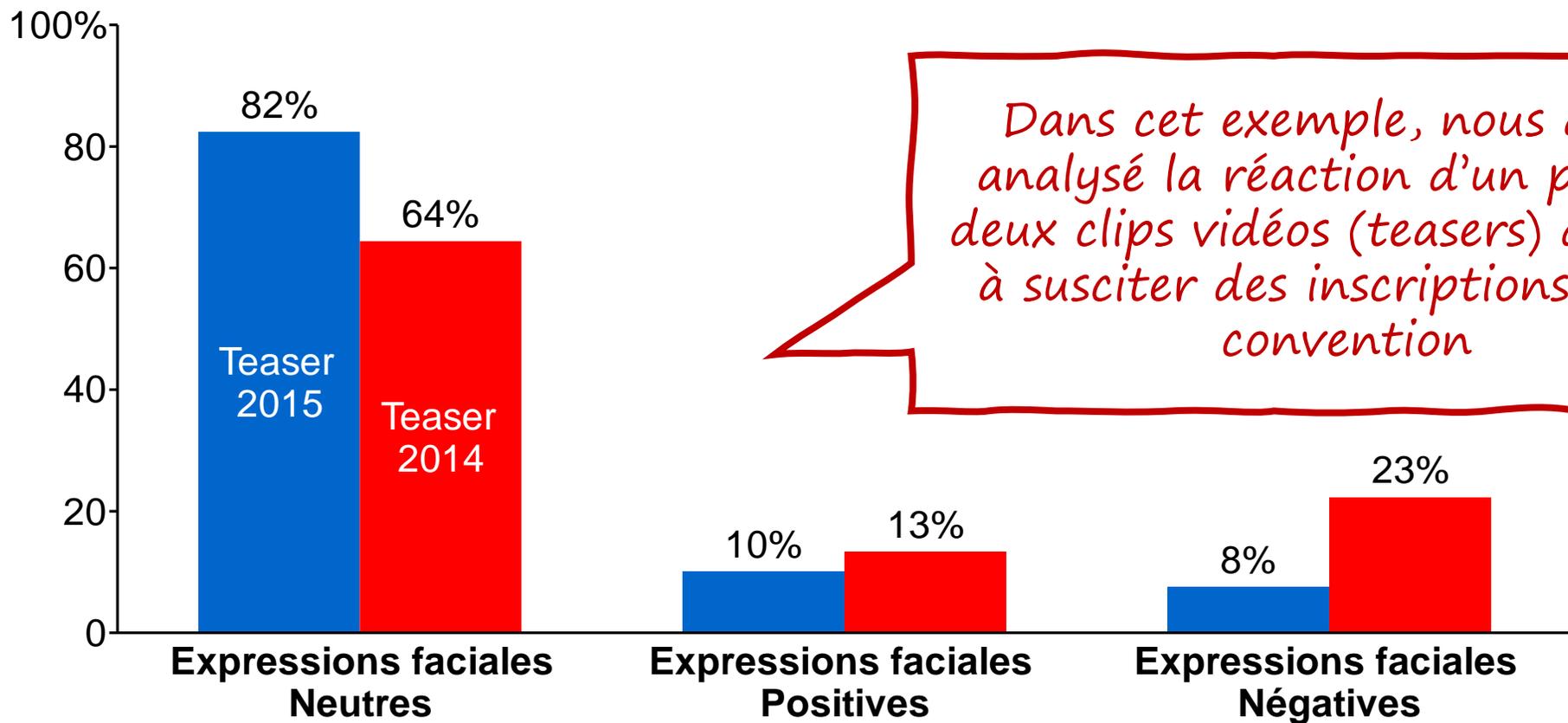
[05:47] Vous nous dites une récession entre 9 et 10 pour 100 quand on se projette sur les mois à venir un forcément. On s' inquiète la Commission européenne a estimé dans ces précisions. Je dis qu'on ne reviendra pas une situation d'avant crise avant 2023. Vous êtes d'accord avec moi



VOIX



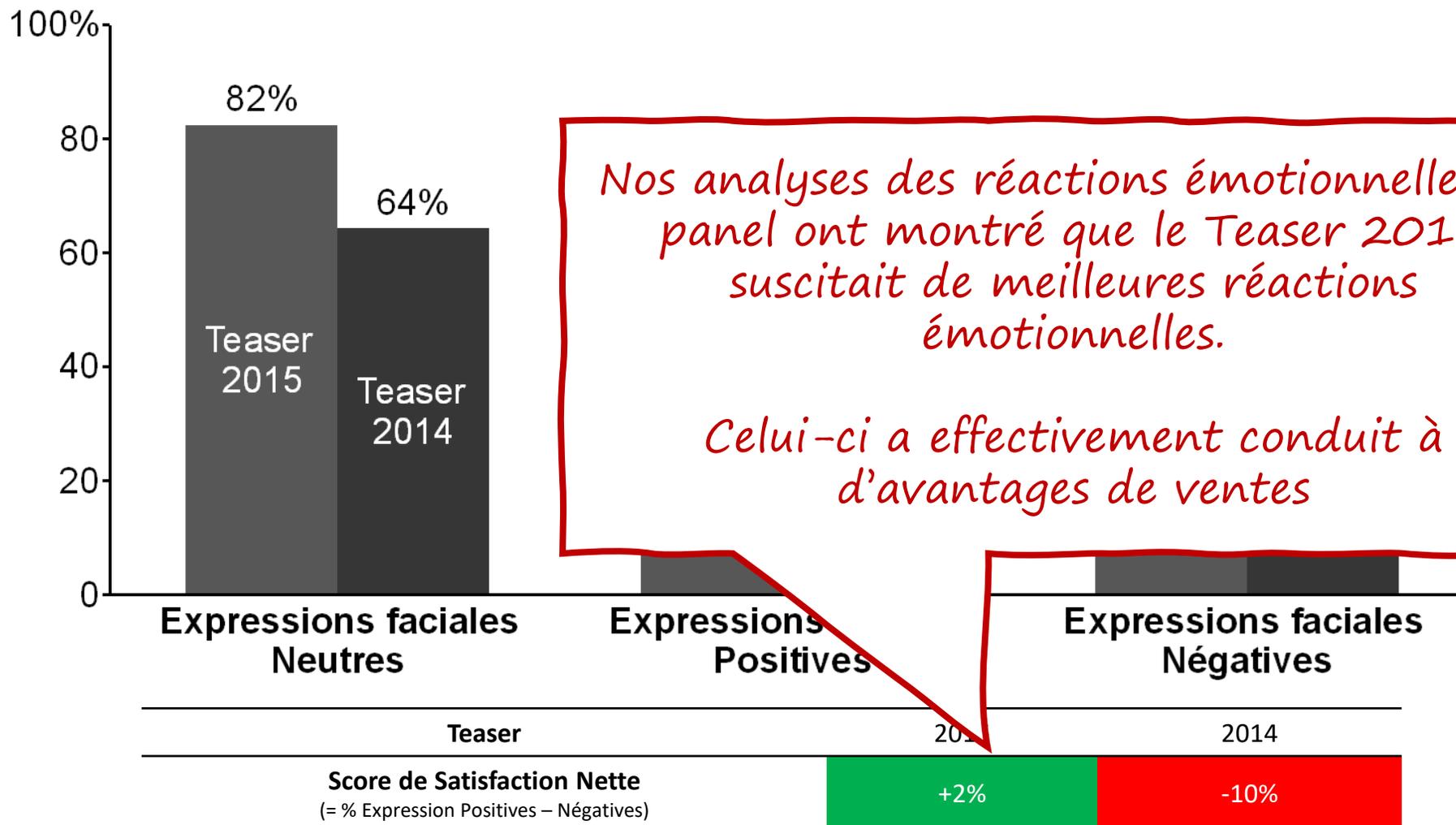
DISTRIBUTION DES ÉMOTIONS



Teaser	2015	2014
Score de Satisfaction Nette (= % Expression Positives – Négatives)	+2%	-10%



DISTRIBUTION DES ÉMOTIONS



DISTRIBUTION DES ÉMOTIONS



CENTRES DE RELATION CLIENT : QUEL MARCHÉ ?

Taille du marché France (2019)

2,94 Mds €

(marché n°3 en Europe, 279 Mds € Monde)

Croissance France 2016-2019

+6% par an

Net Promoter Score

Mesuré par **70%** des entreprises

Secteurs des clients

**70% du CA = téléphonie, énergie,
banque, assurance, travel, retail**

Tendances : téléphonie ↓, énergie et e-commerce ↑↑

Canal téléphonique (France, 2019)

79,2% du CA



HEXAGONE : UN MODÈLE ÉCONOMIQUE à **BFR <0**

Facturation à la
minute analysée

Achat de
CRÉDITS
à l'avance

Plateforme
Cloud scalable



OBJECTIF 2026

5 ans / 1M€ pour devenir leader du marché

Constitution du **plus grand dataset mondial** d'appels annotés émotionnellement

Fiabilité multiculturelle et scientifiquement **inégalée** des algorithmes

Mise en place d'une structure d'acquisition commerciale exponentielle



OBJECTIF 2026

5 ans / 1M€ pour devenir leader du marché

Constitution du **plus grand dataset mondial** d'appels annotés émotionnellement

+12 500 heures d'appels annotées émotionnellement

(+1 million d'heures non annotées)

Fiabilité multiculturelle et scientifiquement **inégalée** des algorithmes

Mise en place d'une structure **d'acquisition commerciale exponentielle**



OBJECTIF 2026

5 ans / 1M€ pour devenir leader du marché

Constitution du **plus grand dataset mondial** d'appels annotés émotionnellement

*+12 500 heures d'appels annotées émotionnellement
(+1 million d'heures non annotées)*

Fiabilité multiculturelle et scientifiquement **inégalée** des algorithmes

A titre de comparaison, Alexa d'Amazon à réduit son taux d'erreur de 22% avec 7000 heures annotées (+1 million non annotées)

Mise en place d'une structure **d'acquisition commerciale exponentielle**



Cette stratégie de croissance repose sur **3 volets d'investissements**

Croissance des équipes
techniques et commerciales

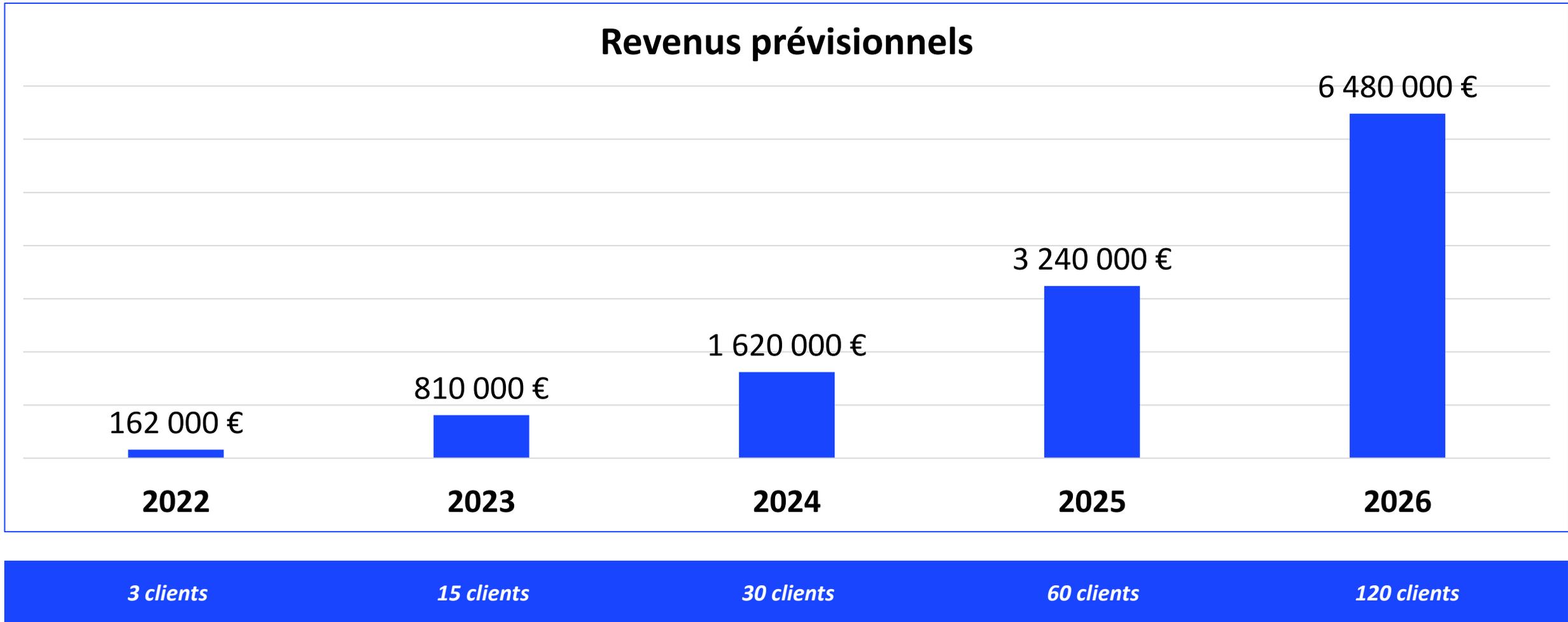
	2023	2024	2025	2026
Total ETP	15	18	19	22
Datascientist	3	4	4	4
Développeur	5	6	7	10
Chargé data acquisition	1	1	1	1
Commercial	2	3	3	3
Marketing	1	1	1	1
DPO	1	1	1	1
Direction	2	2	2	2

Investissement prioritaire
dans l'**acquisition**
externalisée de données
(>300K€)

Investissement prioritaire
dans l'**acquisition**
commerciale au succès
(Lead acquisition, 15% du CA)



Prévisionnel : 6,5M€ de revenus d'ici 5 ans



SYNTHÈSE DES AMBITIONS HEXAGONE

**EQUIPE
EXPERTE**

**MARCHÉ (Fr)
2,9 MILLIARDS €**

**VALORISATION
MASSIVE DES
DONNÉES**

**INNOVATION
IA UNIQUE**



Nous contacter :
contact@hexagone-ai.com

www.hexagone-ai.com