manivox.ai

FORMATION PARTENAIRES

Académie Partenaires

Tout ce qu'il faut pour comprendre, expliquer et vendre les agents vocaux Manivox.

Version du 30 octobre 2026

Sommaire

PARTIE A · LE RESSENTIR

00 D'abord, écouter

01 Le problème du téléphone que personne n'a résolu

02 Ce qui a changé : du menu à la conversation

PARTIE B · LE COMPRENDRE

03 Anatomie d'un appel

04 Ce qu'il sait faire, et ce qu'il ne doit pas faire

PARTIE C · L'IMAGINER

05 Une journée avec un agent

06 Bibliothèque de cas d'usage

PARTIE D · LE VENDRE

07 Pourquoi Manivox

08 La confiance : les questions que pose chaque client

09 Votre contrat et vos obligations

10 Du premier rendez-vous à la signature

PARTIE E · LE MONTRER

11 Visite de la plateforme

12 Construisez votre première démo

D'abord, écouter

OBJECTIF

Vous avez eu une conversation téléphonique naturelle avec un agent IA, avant d'avoir lu quoi que ce soit à son sujet.

Avant toute explication, appelez vous-même un agent. La démo sur manivox.ai prend deux minutes : choisissez une voix et une langue, saisissez votre prénom, et demandez un rendez-vous. Gardez l'écran ouvert : chaque action de l'agent s'y affiche au moment où elle se produit.

Appelez la démo

1. Ouvrez manivox.ai et lancez la démo interactive.
2. Choisissez une voix, puis le français, l'anglais ou l'espagnol.
3. Saisissez vos coordonnées : l'agent vous saluera par votre prénom.
4. Appelez le numéro affiché, et demandez un rendez-vous.

POUR L'ORATEUR

N'expliquez pas encore la technologie. Laissez d'abord parler l'appel.

POUR LES FORMATEURS

L'accès à la démo est limité dans le temps : faites inscrire tout le monde pendant la séance, pas la veille. Après l'appel, posez une seule question : lequel de vos clients manque des appels comme celui-ci ?

FACE AU CLIENT

Si le client n'a pas de téléphone sous la main, appelez la démo depuis le vôtre, sur haut-parleur. Après l'appel, posez une seule question : combien d'appels comme celui-ci votre entreprise manque-t-elle ?

Qu'avez-vous remarqué ?

- Il a répondu tout de suite, et vous a salué par votre prénom.
- Vous pouviez l'interrompre, et il s'arrêtait pour écouter.
- Il a dit être une IA, et l'échange restait naturel.
- Il a agi : le rendez-vous confirmé s'est affiché sur votre écran.

POUR L'ORATEUR

Laissez les participants répondre avant de montrer cette liste. Le dernier point est le plus important : l'agent n'a pas seulement parlé, il a accompli la tâche.

Le problème du téléphone que personne n'a résolu

OBJECTIF

Vous savez décrire le coût des appels sans réponse avec les mots de votre client.

Les petites entreprises dépendent encore du téléphone. Il sonne pendant que l'équipe est avec un client, à midi ou après la fermeture. Messagerie, musique d'attente et menus « tapez 1 » font fuir l'appelant, et l'entreprise sait rarement combien d'appels elle a perdus.

Où vont les appels aujourd'hui

- Aux heures chargées : le téléphone sonne, et personne n'est libre pour décrocher.
- À midi et après la fermeture : personne ne répond.
- Messagerie : l'appelant doit attendre qu'on le rappelle. Combien raccrochent plutôt que d'attendre ? Personne ne les compte.
- L'appelant essaie l'entreprise suivante sur la liste.

POUR LES FORMATEURS

Demandez : combien d'appels votre meilleur client a-t-il manqués la semaine dernière ? Laissez la salle deviner avant de continuer. Si personne ne sait, c'est justement le sujet : un appel manqué ne laisse aucune trace.

FACE AU CLIENT

Demandez : combien d'appels avez-vous manqués la semaine dernière ? La plupart des entreprises ne savent pas le dire, et c'est justement le sujet : un appel manqué ne laisse aucune trace.

Ce que disent les chiffres

Les médecins généralistes d'Île-de-France passent environ sept heures par semaine au téléphone, et 45 % des appels qu'ils reçoivent sont des demandes de rendez-vous (URPS Île-de-France, enquête sur 3 734 appels, 2010).

POUR L'ORATEUR

Dites d'où vient le chiffre : c'est une enquête indépendante, pas l'argument d'un éditeur. Pour un client hors du secteur de la santé, ne le transposez pas. Demandez-lui quelle part de ses propres appels sont des prises de rendez-vous. L'enquête date de 2010 et la prise de rendez-vous en ligne a progressé depuis : présentez ce chiffre comme un ordre de grandeur, pas comme la part exacte d'aujourd'hui.

Ce que coûte un appel manqué

- Cabinet : un créneau vide dans l'agenda de demain, et un patient parti dans un autre cabinet.

- Garage : une révision réservée chez le concurrent d'en face.
- Hôtel : une chambre réservée via une plateforme de réservation, commission comprise.
- Bailleur social : une fuite signalée le lendemain matin, quand l'appartement du dessous a déjà pris l'eau.

POUR LES FORMATEURS

Demandez à chaque partenaire de terminer la phrase « Un appel manqué, c'est… » pour son meilleur client. Lors du rendez-vous de découverte, il y mettra un chiffre.

FACE AU CLIENT

Demandez au client de terminer la phrase « Un appel manqué, c'est… ». Notez sa réponse et reprenez-la mot pour mot dans votre proposition.

Votre ligne ne dort plus jamais

Un agent Manivox répond à chaque appel, comprend la demande et la traite, dans la langue de l'appelant. Il répond avec une faible latence, dans le temps d'une pause normale de conversation.

POUR L'ORATEUR

N'expliquez pas encore la technologie : cela viendra plus tard. Laissez le problème et la promesse côte à côte.

Ce qui a changé : du menu à la conversation

OBJECTIF

Vous savez distinguer un agent vocal d'un serveur vocal, d'un chatbot et d'un service de permanence.

Pendant vingt ans, « automatiser le téléphone » voulait dire des menus : tapez 1, tapez 2. Les appelants ont appris à taper 0 et à attendre un humain. Ce qui a changé : une machine sait désormais comprendre la parole libre, faire le travail demandé et répondre dans le temps d'une pause normale de conversation.

Quatre façons de répondre au téléphone

	SERVEUR VOCAL	CHATBOT	PERMANENCE TÉLÉPHONIQUE	AGENT VOCAL
Fonctionne au téléphone	Oui	Non, texte seulement	Oui	Oui
Comprend la parole libre	Non, touches ou mots-clés	À l'écrit seulement	Oui	Oui
Fait le travail (réserve, met à jour)	Tâches simples	Parfois	Prend un message	Oui
Jour et nuit	Oui	Oui	Avec surcoût	Oui
La langue de l'appelant	« Tapez 2 pour… »	Souvent	Rarement	Oui, il en change tout seul

POUR L'ORATEUR

Les clients disent souvent « on a déjà ça » en pensant à un serveur vocal ou à un chatbot. Parcourez le tableau ligne par ligne : la dernière colonne est la seule qui dit oui partout.

La règle de la seconde

Dans une conversation, on se répond après un blanc d'environ 200 ms, dans toutes les langues étudiées (Stivers et al., PNAS, 2009). Un silence d'environ une seconde est le maximum que nous tolérons avant qu'il ne devienne gênant (Jefferson, 1989). Un agent vocal doit répondre dans cette fenêtre, sinon la conversation se brise.

> **POUR L'ORATEUR**
>
> C'est pourquoi le temps de réponse est au cœur du produit. « Anatomie d'un appel » montre où passe ce temps.

Ce que remarque l'appelant

- Il peut le dire avec ses propres mots : aucun menu à apprendre.
- Il peut interrompre, et l'agent s'arrête pour écouter.
- Il obtient une réponse ou une réservation, pas la promesse d'être rappelé.
- On lui dit qu'il parle à une IA, et il peut toujours joindre un humain s'il le demande.

> **POUR L'ORATEUR**
>
> Si vous le pouvez, faites écouter la même demande deux fois : une fois via un serveur vocal, une fois via l'agent. La différence se passe d'explication.

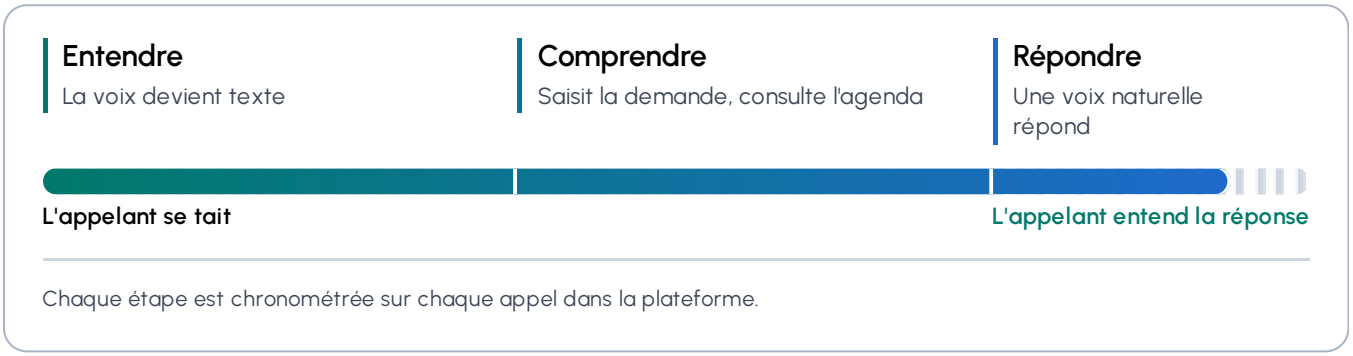
Anatomie d'un appel

OBJECTIF

Vous savez dessiner au tableau le fonctionnement d'un agent vocal, en cinq cases.

Un agent vocal a des oreilles, un cerveau et une voix. Il a aussi une mémoire (les documents du client) et des mains (les outils du client). Quand l'appelant a besoin d'un humain, il transfère l'appel.

Ce qui se passe dans la fraction de seconde après que l'appelant s'est tu



POUR L'ORATEUR

Chaque étape a un budget de temps, et la plateforme enregistre le temps de réponse réel de chaque réplique. C'est de là que vient « faible latence » : c'est mesuré, pas promis sur une plaquette.

Les cinq cases

- **Oreilles :** la parole devient texte pendant que l'appelant parle encore.
- **Cerveau :** comprend ce que veut l'appelant et décide de la suite.
- **Voix :** une voix naturelle signée Cartesia, leader mondial de la synthèse vocale réaliste.
- **Mémoire :** la base de connaissances, avec les documents, tarifs et horaires d'ouverture du client.
- **Mains :** les connexions à l'agenda, au CRM ou à l'outil de tickets.

POUR L'ORATEUR

Dessinez les cinq cases au tableau, puis demandez au client de nommer sa propre mémoire (ses documents) et ses mains (ses logiciels). Cette liste, c'est le début du projet.

Le workflow : les étapes convenues à l'avance

L'agent n'improvise pas sa mission. Il suit un workflow approuvé par l'entreprise : accueillir, comprendre le motif de l'appel, consulter l'agenda, réserver, confirmer. À l'intérieur de chaque étape, il parle librement.

Écoutez un appel, étape par étape

Cabinet dentaire, prise de rendez-vous

0:00	AGENT	Cabinet dentaire des Lilas, bonjour. Je suis l'assistante IA du cabinet. Que puis-je faire pour vous ?
0:06	APPELANT	*J'ai mal à une dent depuis hier. Je peux venir rapidement ?*
0:10	AGENT	Je suis désolée. Je regarde l'agenda.
0:13	ACTION	`Agenda consulté : demain 9 h 30 avec le docteur Martin est libre`
0:14	AGENT	Le docteur Martin peut vous recevoir demain à 9 h 30. Je réserve ?
0:18	APPELANT	*Oui, parfait.*
0:20	AGENT	Très bien. Pouvez-vous me donner votre nom, s'il vous plaît ?
0:23	APPELANT	*Claire Dubois.*
0:24	ACTION	`Rendez-vous enregistré pour Claire Dubois`
0:25	AGENT	Merci, madame Dubois. Votre rendez-vous est pris pour demain, 9 h 30. Bonne journée.

POUR L'ORATEUR

Faites une pause au moment où l'agent consulte l'agenda. Montrez la case qui travaille : d'abord les oreilles, puis le cerveau, puis les mains, puis la voix.

Ce qu'il sait faire, et ce qu'il ne doit pas faire

OBJECTIF

Vous savez lister ce que fait un agent, et vous savez quelles demandes refuser.

Huit verbes couvrent presque tous les projets. Savoir ce qu'il ne doit pas faire compte tout autant.

Pendant l'appel

- **Répondre** à chaque appel, à toute heure.
- **Comprendre** la parole libre en 42 langues, et changer de langue quand l'appelant en change.
- **Chercher** les réponses dans la base de connaissances du client.
- **Agir :** réserver, annuler, mettre à jour un dossier ou ouvrir un ticket dans les outils du client.
- **Transférer** vers un humain quand l'appelant le demande, ou quand la situation l'exige.

42 langues

Un même agent peut parler plusieurs langues. Il suit la langue de l'appelant pendant l'appel, avec une voix, une vitesse et des messages propres à chaque langue.

- **Support complet, 8 langues :** français, anglais, espagnol, allemand, italien, néerlandais, polonais et portugais. Les dates relatives (« mardi prochain »), les nombres dits en toutes lettres et les adresses e-mail épelées sont compris nativement.
- **Support standard, 34 langues :** la conversation complète et les agents multilingues. Les dates relatives, les nombres en toutes lettres et les adresses épelées peuvent être compris moins précisément.

POUR L'ORATEUR

Avant de promettre une langue, vérifiez son badge dans l'éditeur : « Support complet » ou « Prise en charge ». Pour un projet qui prend des rendez-vous ou des numéros dans une langue en support standard, testez-le avec la façon de parler de vrais appelants.

Les 34 langues en support standard

Arabe · bengali · bulgare · chinois · coréen · croate · danois · finnois · grec · gujarati · hébreu · hindi · hongrois · indonésien · japonais · kannada · malais · malayalam · marathi · norvégien · ourdou · pendjabi · roumain · russe · slovaque · suédois · tagalog · tamoul · tchèque · télougou · thaï · turc · ukrainien · vietnamien.

L'hébreu et l'ourdou sont compris, et leurs voix sont en cours d'activation : ils ne sont pas encore proposés dans l'éditeur.

POUR L'ORATEUR

Ne vendez ni l'hébreu ni l'ourdou tant qu'ils n'apparaissent pas dans la liste des langues de l'éditeur. Une langue n'est proposée que lorsqu'une voix est disponible pour elle.

Autour de l'appel

- **Appeler :** rappels, confirmations et enquêtes, via des campagnes sortantes.
- **Mesurer :** chaque appel est transcrit, résumé et évalué au regard des objectifs fixés par le client.
- **Relancer :** les relances par SMS et e-mail après l'appel arrivent bientôt.

> **POUR L'ORATEUR**
>
> Pas d'évaluation sans objectifs. Convenez avec le client de ce qu'est un appel réussi (un rendez-vous pris, une question résolue) et configurez-le comme KPI avant la mise en ligne.

Ce que nous ne vendons pas

- La prospection à froid des particuliers en France sans leur consentement préalable, obligatoire depuis le 11 août 2026. Les appels entre professionnels ne sont pas concernés par cette loi.
- Un agent qui cache qu'il est une IA, ou qui se fait passer pour une personne réelle.
- Le conseil médical ou le triage, et les lignes d'urgence ou de crise. L'agent peut transmettre une urgence, jamais la traiter.
- Des décisions sur les personnes, comme le recrutement, la solvabilité ou l'accès à des services essentiels, sans l'accord écrit de Manivox.
- La manipulation, le recouvrement agressif, la reconnaissance des émotions et le clonage de voix.

> **POUR LES FORMATEURS**
>
> Refuser ces projets inspire plus de confiance que n'importe quelle démo. Les clients se souviennent du partenaire qui leur a dit ce qu'il ne fallait pas automatiser.

> **FACE AU CLIENT**
>
> Montrez cette diapositive même si personne ne pose la question. Dire ce que nous refusons rend le reste de la liste crédible.

Une journée avec un agent

> **OBJECTIF**
> Vous savez raconter trois histoires avant/après dans lesquelles vos prospects se reconnaissent.

Trois entreprises, une journée. Chaque histoire est un type d'appel que les petites entreprises reçoivent toutes les semaines, racontée deux fois : comme elle se passe aujourd'hui, et comme elle se passe avec un agent.

Lundi, 8 h 05. L'assistante dentaire est avec un patient.

Aujourd'hui : le téléphone sonne et personne ne peut décrocher. Messagerie. Le patient appelle le cabinet suivant sur la liste.

Avec Manivox : l'agent répond tout de suite, trouve un créneau libre dans l'agenda et le réserve. L'assistante retrouve le rendez-vous déjà inscrit à l'agenda.

Écoutez l'appel de 8 h 05

Cabinet dentaire, prise de rendez-vous

0:00	AGENT	Cabinet dentaire des Lilas, bonjour. Je suis l'assistante IA du cabinet. Que puis-je faire pour vous ?
0:06	APPELANT	*J'ai mal à une dent depuis hier. Je peux venir rapidement ?*
0:10	AGENT	Je suis désolée. Je regarde l'agenda.
0:13	ACTION	`Agenda consulté : demain 9 h 30 avec le docteur Martin est libre`
0:14	AGENT	Le docteur Martin peut vous recevoir demain à 9 h 30. Je réserve ?
0:18	APPELANT	*Oui, parfait.*
0:20	AGENT	Très bien. Pouvez-vous me donner votre nom, s'il vous plaît ?
0:23	APPELANT	*Claire Dubois.*
0:24	ACTION	`Rendez-vous enregistré pour Claire Dubois`
0:25	AGENT	Merci, madame Dubois. Votre rendez-vous est pris pour demain, 9 h 30. Bonne journée.

> **POUR L'ORATEUR**
> La première phrase annonce à l'appelant qu'il parle à une IA, comme l'exige l'AI Act européen. Faites remarquer qu'elle est courte et chaleureuse : l'annonce n'a pas besoin de sonner comme une mention légale.

12 h 30. Les mécaniciens sont sous une voiture.

Aujourd'hui : le téléphone sonne dans un accueil vide. Un client veut réserver un entretien et demande si sa voiture est prête. Quelqu'un s'essuie les mains et va décrocher, ou personne n'y va.

Avec Manivox : l'agent inscrit l'entretien au planning de l'atelier et donne l'état de la réparation, lu dans le logiciel de l'atelier. Les mécaniciens continuent de travailler.

> **POUR L'ORATEUR**
> « Ma voiture est prête ? » : c'est l'appel que chaque garage connaît par cœur. Demandez à votre prospect combien il en reçoit par jour.

2 h 10. Un client appelle l'hôtel en allemand.

Aujourd'hui : un seul veilleur de nuit, une file d'attente à l'accueil, et un client qui ne parle pas la langue du pays.

Avec Manivox : l'agent répond en allemand, explique l'arrivée tardive et laisse le message dans Réception pour l'équipe du matin. Si le client passe à l'anglais, l'agent aussi.

> **POUR LES FORMATEURS**
> Trois secteurs, trois moments de la journée. Demandez quelle histoire ressemble le plus au meilleur prospect de chaque partenaire, et faites-la raconter avec ses propres mots.

> **FACE AU CLIENT**
> Demandez laquelle des trois ressemble le plus à son entreprise, et consacrez-y votre temps.

Bibliothèque de cas d'usage

OBJECTIF

Vous trouvez la bonne histoire d'ouverture pour n'importe quel prospect en moins d'une minute.

Chaque fiche ouvre une conversation : le problème, ce que fait l'agent, à quoi il se connecte et comment mesurer le succès. Les fiches « Déjà en service chez des clients » décrivent des agents qui tournent déjà chez des clients de nos partenaires.

Trouvez votre prospect

TOUTE ENTREPRISE

Standard et accueil intelligents

À proposer en premier · Entrant · Démarrage

LE PROBLÈME

Les appels tombent sur qui est libre, ou sur personne. Les messages se perdent.

CE QUE FAIT L'AGENT

Demande le motif de l'appel, oriente vers la bonne personne, prend un message si elle est occupée, donne horaires et accès.

CONSTRUIT AVEC

Routeur, transfert, base de connaissances, Réception (tableau des appels et boîte de messages).

> Routeur : la première étape du workflow. Il demande à l'appelant la raison de son appel et l'oriente vers la bonne étape ou la bonne personne.

CE QU'IL FAUT MESURER

Appels décrochés, part traitée sans transfert, messages transmis.

Note: Le premier projet universel : chaque prospect a une ligne téléphonique, et le premier jour ne demande aucune intégration.

AUTOMOBILE

Garages et concessions

À proposer en premier · ● Déjà en service chez des clients · Entrant · Connecté

LE PROBLÈME

Les mécaniciens ne peuvent pas décrocher en plein travail, et les appels « ma voiture est prête ? » dérangent tout le monde.

CE QUE FAIT L'AGENT

Prend les rendez-vous d'entretien, donne l'état des réparations, prend les messages pour l'atelier.

CONSTRUIT AVEC

Planning de l'atelier ou logiciel de la concession, transfert vers l'accueil, demandes de rappel.

CE QU'IL FAUT MESURER

Rendez-vous pris, appels de suivi traités sans mobiliser l'équipe.

Mesuré par Manivox: 20 agents de concessions en production ont traité environ 12 000 appels entrants en quatre mois. Enquête client mystère indépendante auprès de 2 105 concessions américaines : l'IA a obtenu le rendez-vous d'entretien sur 86 % des appels, le personnel sur 90 % (Pied Piper PSI, 2025).

SANTÉ

Cabinets médicaux et paramédicaux

À proposer en premier · Entrant · Connecté

LE PROBLÈME

L'assistante est avec un patient, le téléphone sonne, et le patient appelle un autre cabinet.

CE QUE FAIT L'AGENT

Prend, déplace et annule les rendez-vous, répond aux questions pratiques, oriente les urgences vers un humain.

CONSTRUIT AVEC

Connecteur d'agenda, base de connaissances, transfert.

CE QU'IL FAUT MESURER

Rendez-vous pris, appels traités hors horaires.

Source indépendante: 45 % des appels reçus par les généralistes sont des demandes de rendez-vous, et ils passent environ 7 heures par semaine au téléphone (URPS Île-de-France, 2010). Restez sur l'administratif, jamais de conseil médical. Les données de santé sont sensibles : signalez l'agent à Manivox avant la mise en ligne.

LOGEMENT

Bailleurs sociaux : la ligne locataires 24 h/24

Déjà en service chez des clients · Entrant · Connecté

LE PROBLÈME

Des milliers de locataires, des fuites la nuit, les mêmes questions de loyer chaque jour.

CE QUE FAIT L'AGENT

Enregistre les incidents techniques, donne l'état d'une demande, répond aux questions de loyer, oriente les vraies urgences vers l'astreinte.

CONSTRUIT AVEC

Routeur, étapes spécialisées, service web de tickets, transfert pour les urgences.

> Routeur : la première étape du workflow. Il demande à l'appelant la raison de son appel et l'oriente vers la bonne étape ou la bonne personne.

CE QU'IL FAUT MESURER

Demandes enregistrées la nuit, demandes de suivi traitées, urgences transmises.

Mesuré par Manivox: Construit par deux intégrateurs en production, dont un assistant 24 h/24 pour un grand bailleur social.

HÔTELLERIE

Hôtels

Entrant · Connecté

LE PROBLÈME

La nuit, une seule personne à la réception, et les clients étrangers appellent dans leur langue.

CE QUE FAIT L'AGENT

Répond aux questions 24 h/24 dans la langue du client, prend les demandes de réservation, transmet les réclamations à l'équipe.

CONSTRUIT AVEC

Base de connaissances issue du site, changement de langue automatique, transfert.

CE QU'IL FAUT MESURER

Appels de nuit traités, demandes de réservation recueillies.

Chiffre éditeur: PolyAI annonce des hôtels qui automatisent un tiers des appels de réservation (chiffre éditeur).

LOGISTIQUE

Confirmation et reprogrammation de livraison

Sortant · Connecté

LE PROBLÈME

Une livraison ratée coûte un deuxième passage.

CE QUE FAIT L'AGENT

Appelle la veille pour confirmer le créneau ou le déplacer, et reconnaît le client s'il rappelle.

CONSTRUIT AVEC

Campagne sortante, plages horaires d'appel, nouvelles tentatives, reconnaissance des rappels.

CE QU'IL FAUT MESURER

Taux de joignabilité, créneaux confirmés, livraisons ratées évitées.

Note: Clients existants, donc pas de question de consentement. Nous n'avons pas encore de résultats sortants mesurés.

> **POUR L'ORATEUR**
>
> Filtrez sur le secteur du prospect avant le rendez-vous, et faites écouter l'appel correspondant dans les cinq premières minutes. Pas de correspondance exacte ? Commencez par le standard intelligent : toute entreprise a une ligne téléphonique.

Comment lire une fiche

- **Niveau :** Démarrage fonctionne dès le premier jour, sans intégration. Connecté lit et écrit dans l'agenda ou le logiciel du client. Avancé combine plusieurs étapes spécialisées.
- **Preuve :** les chiffres « Source indépendante » et « Mesuré par Manivox » peuvent être cités tels quels. Un « Chiffre éditeur » vient de l'étude de cas d'un autre éditeur : dites-le quand vous le citez. Une « Note » donne du contexte, pas un résultat.
- **Mesure :** ce qu'il faut compter pendant les 30 premiers jours, pour que le client voie le résultat.

> **POUR L'ORATEUR**
>
> Ne promettez jamais à un client un résultat que nous n'avons pas mesuré. Promettez plutôt la mesure : « Dans 30 jours, nous saurons tous les deux à combien d'appels il a répondu et combien de rendez-vous il a pris. »

Pourquoi Manivox

> **OBJECTIF**
> Vous donnez sept raisons d'une traite, et vous situez Manivox face à la concurrence.

Beaucoup d'entreprises vendent des agents vocaux. Ces sept raisons sont celles qu'un client peut vérifier par lui-même.

Sept raisons : ce que le client obtient

1. **Un opérateur télécom.** Manifone est un opérateur de communications électroniques déclaré : il fournit les numéros et opère lui-même la téléphonie : ce n'est pas une couche posée sur celle d'un autre.
2. **Hébergé en France.** Le cœur de la plateforme tourne en France, sur une infrastructure dont Manifone est propriétaire : les modèles de langage, le moteur de voix principal, la base de connaissances et la téléphonie. La reconnaissance vocale tourne dans l'UE, avec un prestataire américain.
3. **Répond avec une faible latence,** et le temps de réponse de chaque réplique est visible dans le détail de l'appel.
4. **Des voix Cartesia,** leader mondial de la synthèse vocale naturelle, avec changement de langue automatique en cours d'appel.

Sept raisons : votre façon de travailler

1. **Testé avant la mise en ligne :** Agent Lab appelle l'agent avec des appelants de test, y compris des appelants difficiles, et rejoue les appels passés après un changement.
2. **Construit visuellement :** un éditeur de workflow montre les étapes de l'appel, les routes entre elles et les outils que chaque étape peut utiliser. Aucune ligne de code.
3. **Pensé pour les partenaires :** un compte par client, un portail client avec votre logo, et le choix entre la marque Manivox et la marque blanche.

> **POUR L'ORATEUR**
> Agent Lab s'active compte par compte : demandez à Manivox de l'activer sur votre compte de démonstration avant votre premier rendez-vous.

> **POUR L'ORATEUR**
> Dites « hébergé en France », « modèles de langage auto-hébergés » et « opérateur télécom français ». Ne dites jamais « souverain » ni « aucune donnée ne quitte la France » : la reconnaissance vocale vient d'une société américaine, et un client qui lit le contrat le verra.

Où nous nous situons

- **Plateformes pour développeurs** (Vapi, Retell) : des briques puissantes pour les équipes qui écrivent du code et assemblent leur propre solution.
- **Options des standards téléphoniques** (Aircall, Ringover, Allo) : simples à activer, centrées sur la prise d'appels et de messages.
- **Suites de centre de contact pour grands comptes** (Cognigy, Parloa, Zaion) : conçues pour les grands centres de contact, avec des projets longs et de gros budgets.
- **Manivox :** un agent complet qu'un partenaire peut construire, tester et exploiter pour une TPE ou une PME, sur un réseau téléphonique que nous opérons.

> **POUR L'ORATEUR**
>
> Ne critiquez jamais un concurrent nommément devant un client. Décrivez la catégorie, et laissez le client y placer les autres.

La confiance : les questions que pose chaque client

OBJECTIF

Vous répondez calmement aux six objections classiques, avec une source pour chaque réponse.

Chaque entreprise pose les six mêmes questions avant de faire confiance à un agent vocal. Chaque réponse s'appuie sur une source, ou sur quelque chose que l'on peut voir à l'écran.

« Mes clients vont détester parler à un robot. »

64 % des clients disent préférer que les entreprises n'utilisent pas l'IA dans le service client, et leur première crainte est de ne plus pouvoir joindre un humain (Gartner, 2024). C'est pourquoi chaque agent offre un moyen de joindre un humain, et le dit.

POUR L'ORATEUR

Ensuite, faites écouter l'appel. L'objection vise les mauvais robots, pas un agent comme celui-ci.

« Il va dire des bêtises. »

Il répond à partir de la base de connaissances du client. KB Doctor vérifie les documents : contradictions, textes provisoires oubliés et informations de base manquantes comme les horaires d'ouverture. Agent Lab teste l'agent avec des appelants difficiles avant la mise en ligne. Chaque appel réel est transcrit : le client peut lire exactement ce qui a été dit.

POUR L'ORATEUR

KB Doctor peut lever de fausses alertes, et il ne modifie jamais les documents du client. Passez ses résultats en revue avec le client : c'est une liste de contrôle, pas un verdict.

« Est-ce seulement légal ? »

- Le cœur de la plateforme est hébergé en France. La reconnaissance vocale tourne dans l'UE avec un prestataire américain, et le contrat le dit clairement.
- L'entreprise est responsable de traitement, son partenaire sous-traitant, Manivox sous-traitant ultérieur. Chaque sous-traitant ultérieur figure dans le portail client, ou dans le contrat du partenaire.
- L'accueil annonce qu'il s'agit d'une IA, comme l'exige l'AI Act européen depuis le 2 août 2026.
- Les données d'appel ne servent jamais à entraîner des modèles d'IA. Aucune biométrie vocale, aucune reconnaissance des émotions.
- Les enregistrements sont supprimés au bout de 7 jours, peuvent être désactivés pour chaque agent, ou partir directement sur le stockage de l'entreprise.

POUR L'ORATEUR

Les transcriptions sont conservées un an par défaut ; cette durée peut être raccourcie. Pour un client qui demande une analyse d'impact (AIPD) ou une analyse des transferts, Manivox fournit une fiche d'aide et un dossier transferts confidentiel. Consultez « Votre contrat et vos obligations », et faites intervenir Manivox avant de promettre quoi que ce soit.

« Les gens raccrochent quand ils entendent que c'est une IA. »

L'annoncer est obligatoire, la question est donc comment. Pour les appels de service (rendez-vous, suivi, information), un accueil court et utile fonctionne : « Je suis l'assistante IA du cabinet. Je peux vous prendre un rendez-vous tout de suite. »

« Il va remplacer mon équipe ? »

Il prend les appels répétitifs, les pics, la pause de midi et les nuits. L'équipe garde les appels qui ont besoin d'elle, et commence chaque journée avec les messages de la nuit qui l'attendent déjà.

« Ça doit être compliqué à mettre en place. »

L'agent se construit dans un éditeur visuel : les étapes de l'appel, les routes entre elles et les outils que chaque étape peut utiliser. Agendas et CRM se connectent via des connecteurs d'applications prêts à l'emploi (Google Calendar, HubSpot, Salesforce et bien d'autres) ou via les propres services web du client. Le partenaire le configure, et l'entreprise le relit et le valide avant sa mise en ligne.

Votre contrat et vos obligations

> **OBJECTIF**
> Vous savez expliquer qui est responsable de quoi, et ce qu'il faut faire avant qu'un agent soit mis en ligne.

Vendre Manivox, c'est accepter deux documents, les conditions générales d'utilisation et le contrat de sous-traitance des données (DPA), et en répercuter les obligations sur vos clients. Ce chapitre en donne la version en clair. Les contrats font foi.

Qui est qui au regard du RGPD

- **Votre client** est responsable de traitement : il décide pourquoi les appels sont traités.
- **Vous** êtes son sous-traitant : vous concevez et exploitez l'agent pour son compte.
- **Manivox** est votre sous-traitant ultérieur : il fournit l'infrastructure.
- **Vos propres agents**, comme votre accueil ou votre ligne commerciale, font de vous le responsable de traitement, et de Manivox votre sous-traitant direct.
- C'est le compte auquel l'agent est rattaché, le vôtre ou celui d'un client, qui détermine le cas.

> **POUR L'ORATEUR**
> Les rôles suivent les faits, pas les documents. Un partenaire qui décide seul à quoi sert l'agent d'un client pourrait être requalifié en responsable conjoint.

Ce que vous signez, et la marque que vous choisissez

- Accepter les conditions générales vaut acceptation du DPA. Une copie de confirmation signée peut être générée à tout moment depuis la Console.
- **Marque Manivox :** vous vendez sous la marque Manivox, dont l'usage vous est concédé sous licence.
- **Marque blanche :** vous vendez sous votre propre marque. Dans la Console et le portail client, seul le logo change ; le portail reste sur manivox.ai.
- Pour une interface entièrement à votre nom et sur votre domaine, construisez la vôtre sur l'API Manivox.
- Passer d'un régime à l'autre demande un préavis de 60 jours.

L'AI Act : qui est le fournisseur

- **Marque Manivox :** Manivox est fournisseur du système d'IA ; vous et votre client êtes déployeurs.
- **Marque blanche :** vous devenez fournisseur, puisque le système est vendu sous votre nom. Manivox vous transmet les informations nécessaires sur ses capacités et ses limites.
- **Dans les deux cas,** l'accueil de chaque agent doit annoncer une IA. Le configurer vous revient.

- Le marquage lisible par machine de la voix de synthèse revient à Manivox, dans la limite de ce que permet la téléphonie. Ne le désactivez jamais.

Ce que vous transmettez à chaque client

- Un contrat avec des clauses de protection des données équivalentes à celles que vous avez acceptées.
- La liste des sous-traitants ultérieurs. Les clients qui utilisent le portail client la consultent directement ; pour les autres, intégrez-la à votre contrat.
- L'existence des transcriptions, des enregistrements et de votre accès « en tant que compte » à leur portail.
- Les règles d'enregistrement des appels dans leur pays, et ce qu'il faut dire aux appelants.
- Toute notification de Manivox sur un changement de sous-traitant ultérieur.

Avant la mise en ligne d'un agent

- **Données de santé ou autres données sensibles :** signalez l'agent à Manivox, raccourcissez la durée de conservation, gardez le modèle de langage auto-hébergé, et ne mettez jamais ces données dans Copilot.
- **Vos propres outils** (votre modèle de langage, un service web, un serveur MCP, une base de connaissances externe) : déclarez chaque nouveau tiers dans la Console, et ayez votre propre contrat de sous-traitance avec lui.
- **Prospection sortante :** cochez l'attestation de consentement avant chaque campagne, et conservez vous-même la preuve de chaque consentement.
- **L'accueil** annonce une IA, et la mention d'enregistrement est adaptée au pays.

Où vont les données

- **En France, sur une infrastructure dont Manifone est propriétaire :** modèles de langage, moteur de voix principal, base de connaissances, bases de données, téléphonie, portail client.
- **Reconnaissance vocale :** une société américaine, un traitement dans l'UE, aucune conservation.
- **Moteur de voix de secours :** utilisé seulement lors d'un incident sur le moteur principal ; il ne reçoit que le texte des réponses de l'agent, jamais la voix de l'appelant.
- **Connecteurs d'applications :** une plateforme d'intégration américaine, sans hébergement dans l'UE. Aucune donnée n'y part tant que vous n'avez pas mis en place de connecteur.
- **Copilot :** un point d'accès européen, et uniquement ce que votre équipe soumet pendant la conception. Jamais de données d'appel en direct.

> **POUR L'ORATEUR**
>
> Pour un client qui veut éviter autant que possible les traitements hors UE : gardez le modèle de langage auto-hébergé, reliez ses outils par des services web plutôt que par des connecteurs d'applications, et n'utilisez pas Copilot sur son compte. La reconnaissance vocale, elle, ne peut pas être évitée.

Ce à quoi Manivox s'engage

- Les données d'appel ne servent jamais à entraîner des modèles d'IA. Aucune biométrie vocale, aucune reconnaissance des émotions, aucun clonage de voix.
- Toute violation de données vous est notifiée sous 48 heures, par étapes, pour que votre client tienne son propre délai de 72 heures.
- Une disponibilité mensuelle de 99,5 %. Le support prend en compte un signalement sous 1 heure, 4 heures ou 8 heures ouvrées selon la gravité, en heures ouvrées françaises (du lundi au vendredi, de 9 h à 18 h).
- Les enregistrements sont supprimés au bout de 7 jours et les transcriptions au bout de 365 jours par défaut, et tout est supprimé ou restitué dans les 30 jours suivant la fin du contrat.

POUR L'ORATEUR

Il n'y a pas encore de certification de sécurité : Manivox applique un système de management de la sécurité aligné sur ISO 27001. Dites exactement cela, jamais « certifié ». Pour un questionnaire sécurité ou AI Act d'un client, une analyse d'impact (AIPD) ou une analyse des transferts, demandez à Manivox : une fiche d'aide et un dossier transferts confidentiel existent. Le délégué à la protection des données est joignable à dpo@manifone.com.

POUR L'ORATEUR

Ce chapitre résume les conditions générales v1.1 et le DPA dans leur état de septembre 2026, tous deux encore en cours de revue par un avocat. Ne citez pas de numéros d'article à un client, et ne promettez rien que les contrats ne disent pas.

Du premier rendez-vous à la signature

OBJECTIF

Vous menez un rendez-vous de découverte, chiffrez l'opportunité et proposez une offre en moins de 30 jours.

Trois rendez-vous suffisent généralement : découvrir, montrer, proposer. Au premier, votre rôle est d'écouter et de repartir avec les chiffres du client.

Découverte : les appels

1. Combien d'appels par jour, et combien restent sans réponse ou tombent sur la messagerie ?
2. Quels sont les trois principaux motifs d'appel ?
3. Que vaut un appel manqué : un rendez-vous, un patient, une réparation ?

Découverte : l'activité

1. Qui répond en dehors des horaires d'ouverture et à l'heure du déjeuner ?
2. Quel agenda, CRM ou logiciel métier utilisez-vous ?
3. Qui décide, et à quoi ressemblerait un succès dans 30 jours ?

POUR L'ORATEUR

La question 5 détermine le niveau du projet. Pas de logiciel, ou un logiciel auquel on ne peut pas se connecter : commencez en Démarrage. Un agenda ou un CRM avec un connecteur ou un service web : Connecté.

Évaluez l'enjeu avec les chiffres du client

Appels par semaine	120
Part sans réponse	25 %
Appelants manqués qui vont ailleurs	30 %
Valeur d'un rendez-vous ou d'une intervention	80 €

CHIFFRE D'AFFAIRES EN JEU PAR MOIS

3 118 €

39 appelants perdus par mois

Valeurs d'exemple. En rendez-vous, saisissez les chiffres du client.

> **POUR L'ORATEUR**
>
> Remplissez-le avec le client, avec ses chiffres, pas les nôtres. S'il ne sait pas combien d'appels il manque, ce sera la première chose que l'agent mesurera.

Entre le premier et le deuxième rendez-vous

- Construisez un agent de démonstration à partir du site web du prospect (voir « Construisez votre première démo »).
- Au deuxième rendez-vous, appelez-le devant lui, sur haut-parleur.
- Repartez avec une mesure convenue pour les 30 premiers jours.

Offres et tarifs

Des offres Démarrage, Connecté et Avancé, à prix mensuel fixe. Manivox vous facture à la minute de conversation, tout compris (reconnaissance vocale, modèle de langage, voix, base de connaissances et enregistrement), sans frais par utilisateur. Les numéros, les appels sortants et les transferts sont facturés à part. Les prix des offres viendront ici une fois décidés.

> **POUR L'ORATEUR**
>
> Manivox vous accompagne dans la vente de vos premières affaires. Déclarez l'affaire avant le deuxième rendez-vous.

Visite de la plateforme

> **OBJECTIF**
> Vous reconnaissez chaque écran comme quelque chose que vous comprenez déjà.

La visite suit la vie d'un agent, dans l'ordre de l'histoire que vous connaissez maintenant. Chaque écran correspond à l'une des cinq cases, ou à l'une des étapes avant la mise en ligne. Le parcours Construire vous les fait pratiquer un à un.

1. Le workflow : les étapes entendues pendant l'appel

Le canevas montre l'appel comme une chaîne de nœuds : le nœud de départ accueille, des nœuds Agent traitent chaque sujet, un Routeur oriente l'appelant vers le bon, Transférer et Raccrocher terminent l'appel. C'est la fiche de poste du cerveau.

> **POUR L'ORATEUR**
> En attendant l'ajout des captures d'écran, faites cette visite en direct dans votre compte de démonstration. Parcours Construire : leçons 1 et 3.

2. Les routes : comment l'appel avance

Chaque nœud liste ses routes de sortie : « l'appelant veut un rendez-vous », « l'appelant demande une personne ». Un classifieur choisit la route d'après ce que dit l'appelant ; des règles la choisissent d'après une variable ou le résultat d'un outil. Parcours Construire : leçon 7.

3. La base de connaissances : la mémoire de l'agent

Documents, tarifs et pages web, au même endroit, rattachés à tout l'agent ou à un seul nœud. KB Doctor les vérifie après chaque ajout ; « Lancer le contrôle qualité » relance la vérification à la demande.

4. Connexions : les mains de l'agent

Services Web et Connecteurs d'applications : c'est ici que l'agent obtient l'accès à l'agenda, au CRM ou à l'outil de tickets, un outil à la fois, sur le nœud qui en a besoin.

5. Essayez-le dans le navigateur

Un appel test navigateur utilise la version que vous modifiez, ou la version en ligne. C'est le moyen le plus rapide d'entendre un changement, et il fonctionne avant même que l'agent ait un numéro.

6. Agent Lab le prouve avant la mise en ligne

Des appelants de test, y compris des appelants difficiles, appellent l'agent et vérifient le résultat. Quand un test échoue, Agent Lab propose une correction. Les tests ne touchent jamais aux systèmes réels du client.

7. Un numéro, puis la mise en ligne

Commandez un numéro pour le compte du client (une fois sa vérification d'identité validée) et attribuez-le au workflow. « Mettre en ligne » fait de la version que vous voyez celle qu'entendent les appelants.

8. Appels : transcriptions, résumés et enregistrements

L'historique des appels contient chaque appel, avec sa transcription, les étapes parcourues, les variables collectées, un résumé, l'enregistrement et le temps de réponse de chaque réplique.

9. Statistiques

Appels, durée et taux de complétion, heures d'arrivée des appels, temps de réponse, et score de qualité au regard des objectifs du client.

10. Comptes et portail client

Un compte par client, avec ses propres agents, numéros et statistiques. Le client se connecte au portail, avec votre logo, et retrouve ses appels et ses messages dans Réception. Le portail reste sur manivox.ai, même en marque blanche.

> **POUR L'ORATEUR**
>
> Copilot peut aussi rédiger un premier workflow à partir d'un site web, une fois activé sur le compte. Montrez-le en dernier, après les écrans ci-dessus : le partenaire doit savoir lire et corriger ce qu'il produit.

Construisez votre première démo

> **OBJECTIF**
> Vous repartez avec un agent de démonstration fonctionnel pour un vrai prospect, construit par vous-même.

La meilleure démo est celle que vous construisez à partir du site web de votre prospect : il entend ses propres horaires, ses propres services, son propre nom. Comptez environ quinze minutes, dans l'éditeur.

Quinze minutes, un site web

1. Dans votre compte de démonstration, créez un nouveau workflow d'agent. Dans « Initialisation », choisissez la langue, le modèle et une voix.
2. Sur le nœud de départ, écrivez un message d'accueil qui annonce une IA, et un prompt avec les services et les horaires du prospect, repris de son site.
3. Ajoutez un nœud Raccrocher et une route de sortie « l'appelant a terminé », et reliez-les.
4. Enregistrez, et essayez l'agent avec un appel test navigateur.
5. Pendant le rendez-vous, lancez l'appel test navigateur depuis votre ordinateur, sur haut-parleur.

> **POUR L'ORATEUR**
> N'utilisez que le site web public du prospect, jamais ses documents privés, tant qu'il n'a pas signé. Le parcours Construire détaille exactement ces étapes (leçons 1 à 6), puis ajoute le routage, les outils et les connaissances.

Votre propre ligne commerciale

Vous recevez aussi un agent de démonstration qui présente votre offre sur votre propre numéro. Partez du modèle et adaptez-le.

Certification

Un agent de démonstration construit par vous, évalué par Manivox. Les partenaires intégrateurs vont plus loin avec le projet final du parcours Construire : un agent complet, construit à partir d'un cahier des charges dans leur compte de formation.

> **POUR L'ORATEUR**
> Apportez l'agent de démonstration que vous avez construit pour un vrai prospect. C'est la meilleure preuve que vous saurez le refaire pour le suivant.