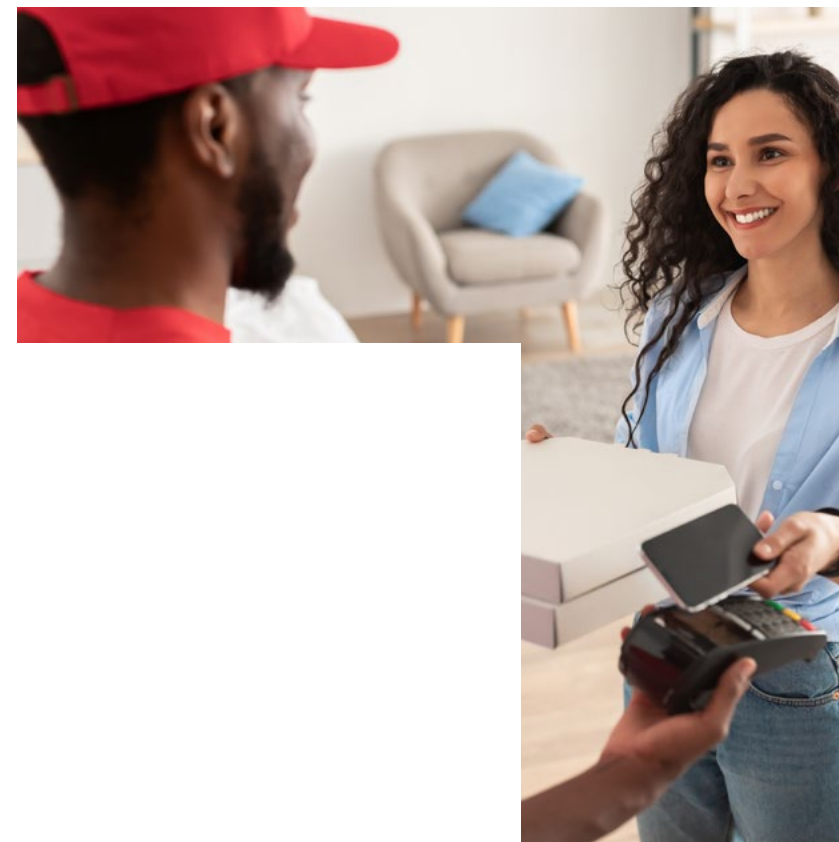


2021 CGI LA VOIX
DE NOS CLIENTS

Services aux consommateurs et aux entreprises

L'évolution du comportement des clients et l'augmentation du nombre de nouveaux concurrents forcent les organisations de services aux consommateurs et aux entreprises à investir rapidement dans de nouveaux modèles d'affaires, produits et services. La transformation numérique et le développement durable seront les principaux moteurs de succès.

Lisez la suite pour en savoir plus sur les principales tendances et priorités des dirigeants du secteur des services aux consommateurs et aux entreprises. Vous trouverez également des recommandations quant aux principales actions qu'ils peuvent adopter dès maintenant pour accélérer leur virage numérique.



CGI

Réinventer les modèles d'affaires pour répondre aux demandes sans précédent des clients

Particulièrement touchées par la pandémie, les pressions exercées par la transformation radicale des comportements des clients et la nouvelle concurrence qui continue de croître, les organisations de services aux consommateurs et aux entreprises sont forcées de revoir leur façon de faire des affaires. Parallèlement, elles reconnaissent la nécessité d'atteindre l'excellence opérationnelle pour réduire les coûts et accroître l'agilité opérationnelle.

Même si un plus grand nombre de dirigeants ont mis en place une stratégie numérique, les résultats de ces stratégies sont au point mort. Il est nécessaire de s'attaquer aux contraintes telles que les budgets, les cultures d'entreprise et les systèmes existants.

La majorité des dirigeants du secteur des services aux consommateurs et aux entreprises affirment que le développement durable est au cœur de leur capacité à créer de la valeur pour les clients. Cela reflète une prise de conscience croissante, en particulier au sein de la direction, que l'objectif zéro émission nette de carbone n'est plus seulement optionnel ou souhaitable. Comprendre l'empreinte environnementale des activités et répondre aux pressions croissantes des organismes de réglementation, des investisseurs, des consommateurs et d'autres intervenants doit devenir la priorité absolue.

Chaque année, nous rencontrons des dirigeants d'entreprises clientes du monde entier pour connaître leur point de vue sur les tendances qui ont une incidence sur leur organisation et leur secteur d'activité. Grâce à La voix de nos clients CGI, nous analysons ces résultats pour fournir des perspectives exploitables par secteur d'activité afin de comparer les meilleures pratiques, y compris les attributs des leaders du numérique. Ce rapport résume les tendances et les priorités qui se sont dégagées de nos conversations dans le cadre de La voix de nos clients 2021 avec 81 dirigeants du secteur des services aux consommateurs et aux entreprises, et formule des recommandations à l'intention des organisations de services pour accélérer leur virage numérique.

À propos des perspectives

En 2021, nous avons rencontré 1 695 dirigeants des fonctions d'affaires et informatiques (TI). Ce résumé présente les perspectives de 81 dirigeants d'entreprises clientes du secteur des services aux consommateurs et aux entreprises*.

Données démographiques issues des entrevues

43 % fonctions d'affaires	57 % fonctions informatiques (TI)
69 % direction	31 % opérations

Au cours des six dernières années, dans le cadre de La voix de nos clients CGI, nous avons mené 7 470 conversations avec des clients et recueilli un million de données au sein des secteurs et des marchés géographiques où nous exerçons nos activités. Nos données de référence anonymes reflètent les perspectives de 5 500 organisations clientes situées dans des pays représentant 68 % des dépenses mondiales en TI, tous secteurs d'activité confondus.

* Le secteur des services aux consommateurs et aux entreprises comprend les domaines des voyages, de l'hôtellerie, des services alimentaires et de la restauration, de la location, de l'immobilier, de la construction, du divertissement, de la technologie et des logiciels.

Principales tendances et priorités

La transformation numérique demeure la principale tendance pour les dirigeants du secteur des services aux consommateurs et aux entreprises, alors que la collaboration avec l'écosystème émerge comme une nouvelle tendance. L'expérience client demeure la priorité d'entreprise absolue, alors que l'investissement dans de nouveaux produits et services et le renouveau du modèle d'affaires et de la création de valeur deviennent de nouvelles priorités. La modernisation des TI devient la principale priorité en TI.

Principales tendances

- 1 Transformation pour devenir des organisations numériques
- 2 Optimisation des activités courantes
- 3 Analyse de données massives et analyse prédictive
- 4 Protection grâce à la cybersécurité
- 5 Collaboration à l'échelle de l'écosystème

Principales priorités d'entreprise

- 1 Améliorer l'expérience client
- 2 Investir dans de nouveaux produits et services
- 3 Continuer de développer des applications, des services et des relations avec de tierces parties
- 4 Optimiser les activités courantes
- 5 Repenser le modèle d'affaires et la création de valeur

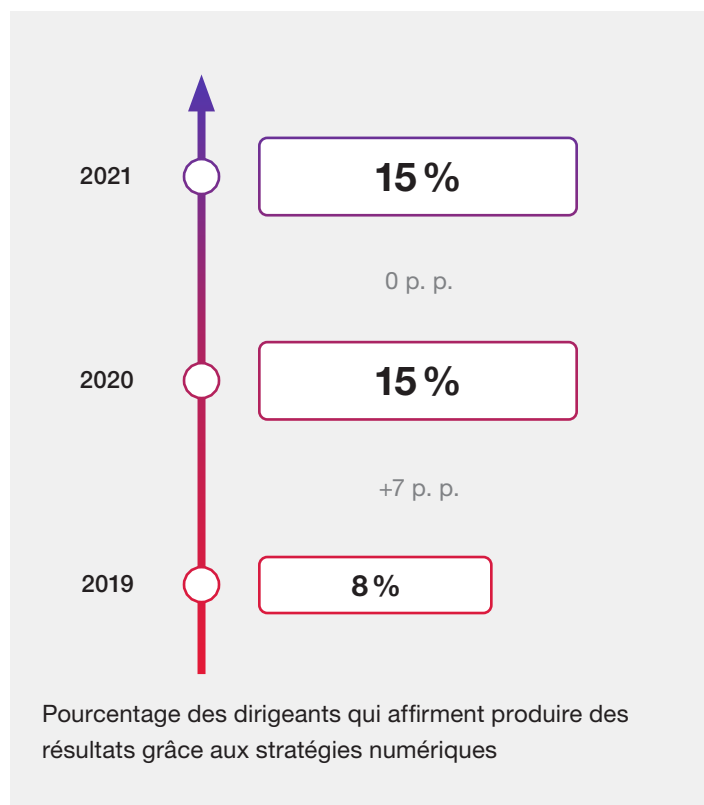
Principales priorités en TI

- 1 Favoriser la modernisation des TI
- 2 Améliorer l'expérience client
- 3 Se protéger grâce à la cybersécurité
- 4 Tirer profit des avantages associés aux données massives et aux renseignements commerciaux
- 5 Mettre en œuvre de nouveaux modèles de prestation de services en TI



Principales perspectives pour le secteur

Un plus grand nombre de dirigeants ont mis en place une stratégie numérique, mais les résultats de ces stratégies sont au point mort. Les stratégies phygiales deviennent des initiatives numériques de premier plan, et la sécurisation des plateformes infonuagiques gagne en importance en matière de cybersécurité. Les contraintes budgétaires continuent de nuire à la réalisation des priorités d'entreprise.



1

Un plus grand nombre de dirigeants ont mis en place une stratégie numérique, mais les résultats de ces stratégies sont au point mort.

88 % des dirigeants affirment avoir une stratégie numérique en place, contre 63 % l'an dernier. Pourtant, comme en 2020, seulement 15 % d'entre eux affirment avoir tiré des résultats de ces stratégies en 2021. Le secteur des services aux consommateurs et aux entreprises se classe en bas du secteur du commerce de détail, des biens de consommations et services, et il est comparable aux secteurs manufacturier et gouvernemental — tous deux à 15 %. De plus, 67 % des dirigeants affirment que les systèmes existants posent encore un défi important à la mise en œuvre réussie de leurs stratégies numériques.

* 8 à 10 sur une échelle de 1 à 10, où 10 est le plus élevé

2

Les stratégies phygiales gagnent en importance à titre d'initiative numérique.

Pour les dirigeants du secteur des services aux consommateurs et aux entreprises, les stratégies phygiales figurent parmi les cinq principales initiatives numériques cette année. La collaboration entre les fonctions métier et informatiques et les outils numériques pour les employés constituent les deux autres principales priorités.

3

La transformation numérique continue d'avoir des répercussions sur l'évolution du modèle d'affaires.

84 % des dirigeants affirment que la transformation numérique a une incidence importante sur l'évolution de leur modèle d'affaires, sans changement par rapport à l'année dernière. De plus, le pourcentage de répondants qui affirment que l'évolution de leur modèle d'affaires est terminée (11 %) reste inchangé.

Principales perspectives pour le secteur des services

4

De nouveaux services et modèles d'affaires émergent en tant que nouvelles priorités d'entreprise.

L'expérience client continue de dominer les priorités d'entreprise. Cette année, les dirigeants mentionnent que l'investissement dans de nouveaux produits et services ainsi que la refonte du modèle d'affaires et de la création de valeur sont les nouvelles priorités d'entreprise, classées respectivement aux deuxième et cinquième rangs.

5

Les contraintes budgétaires nuisent à la réalisation des priorités d'entreprise.

74 % des dirigeants ont encore de la difficulté à réduire leurs coûts d'exploitation, tandis que 64 % affirment que les contraintes budgétaires nuisent à la réalisation de leurs priorités d'entreprise. 59 % disent augmenter leurs dépenses dans de nouvelles applications et faire des investissements dans les infrastructures d'une année à l'autre, en baisse par rapport à 68 % en 2020.

6

La modernisation des environnements TI demeure une priorité.

La modernisation des systèmes TI demeure une priorité informatique majeure pour 88 % des dirigeants, qui lui accordent une importance accrue. Malgré certains progrès, 28 % des dirigeants affirment que leurs systèmes existants constituent un défi majeur* pour la réalisation de leurs priorités d'entreprise, en baisse par rapport à 36 % l'an dernier.

7

Le développement durable est un thème central pour la direction.

52 % des hauts dirigeants du secteur des services considèrent que l'écoresponsabilité est essentielle à la capacité de leur organisation à continuer de créer de la valeur pour les clients à l'avenir, comparativement à 43 % pour l'ensemble des dirigeants du secteur des services aux consommateurs et aux entreprises.

8

Tirer parti de l'automatisation demeure un défi.

Moins de dirigeants affirment qu'ils en ont « terminé » avec la mise en œuvre de la robotique et de l'automatisation avancée des processus. 23 % des dirigeants affirment que l'automatisation robotique n'est « pas pour nous », une augmentation significative par rapport à 8 % l'an dernier. Toutefois, 7 % disent avoir terminé l'automatisation algorithmique comparativement à 1 % en 2020.

9

La sécurisation des plateformes infonuagiques est maintenant une importante priorité en matière de cybersécurité.

La sécurisation des plateformes infonuagiques est de plus en plus importante et se classe au deuxième rang en matière de cybersécurité, alors qu'elle se situait au cinquième rang l'année dernière.

* 8 à 10 sur une échelle de 1 à 10, où 10 est le plus élevé

Leaders du numérique dans le secteur des services aux consommateurs et aux entreprises

Les dirigeants du secteur des services aux consommateurs et aux entreprises indiquent que les stratégies de numérisation n'affichent pas de progrès dans la production de résultats, 15 % d'entre eux ayant produit de tels résultats en 2021, tout comme en 2020. Certains attributs communs émergent en examinant les perspectives de ces 15 % (les leaders du numérique). Le tableau suivant compare les réponses des leaders du numérique à celles des dirigeants dont les organisations sont actuellement en train d'élaborer ou de lancer des stratégies numériques.

Attributs communs des leaders du numérique	Dirigeants obtenant des résultats de leurs stratégies numériques	Dirigeants élaborant ou lançant des stratégies numériques
Sont convaincus* que l'écoresponsabilité est essentielle pour créer de la valeur pour les clients	70 %	41 %
Se concentrent davantage sur le développement d'applications, de services et de partenariats avec des tiers en tant que priorité d'entreprise	90 %	64 %
Misent davantage sur l'analyse prédictive comme initiative numérique	100 %	72 %
Sont plus avancés** avec l'analyse de données comme priorité en TI	55 %	12 %
Sont plus avancés** avec l'expérience client comme une priorité en TI	70 %	30 %
Sont plus avancés** avec la modernisation des systèmes d'information comme priorité en TI	85 %	23 %
Sont plus en mesure de concilier les priorités d'entreprise et en TI	50 %	32 %

Améliorer l'expérience client est la principale priorité informatique pour les leaders du numérique, contrairement à ceux qui élaborent ou lancent des stratégies numériques pour qui la modernisation des TI l'emporte. Les leaders du numérique considèrent également que la collaboration au-delà des frontières de leur organisation constitue une priorité d'entreprise.

* 8 à 10 sur une échelle de 1 à 10, où 10 est le plus élevé

** sont en voie de mettre en œuvre ou d'achever cette priorité informatique

5 recommandations pour atteindre vos principales priorités

1 Améliorer l'agilité opérationnelle pour introduire de nouveaux modèles d'affaires, produits et services rapidement. Le secteur des services aux consommateurs et aux entreprises continue de faire face aux effets de la pandémie. Bien que de nouveaux modèles d'affaires perturbateurs comme les « cuisines fantômes » et les visites virtuelles 3D aient vu le jour, dans bien des cas, des solutions ont été mises au point rapidement pour répondre aux besoins immédiats. Parallèlement, l'augmentation du nombre de nouveaux concurrents et l'évolution des comportements des consommateurs ont rendu la différenciation essentielle. Pour y parvenir, les organisations de services aux consommateurs et aux entreprises revoient leurs modèles d'entreprise ou créent de nouveaux services intégrés afin d'améliorer leur portefeuille. Que ce soit par l'entremise de partenariats, d'alliances ou d'acquisitions synergiques visant à renforcer les capacités numériques, la collaboration avec l'écosystème peut aider à fournir plus rapidement des services novateurs à valeur ajoutée. Cela comprend des applications mobiles, des offres sans contact et des services dispensés à distance pour améliorer la commodité, la personnalisation et le service pour les clients. Une analyse avancée mettant à profit les données et l'information contextuelle de l'entreprise ainsi que des technologies novatrices — telles que l'intelligence artificielle et l'automatisation des processus — seront précieuses pour créer et évaluer rapidement de nouveaux produits ou services et améliorer l'expérience client en temps réel. Il est également essentiel d'évaluer les initiatives novatrices lancées au début de la pandémie afin d'optimiser, d'adapter et d'améliorer l'expérience client.

Cas probant — Tout particulièrement aujourd'hui, la présence sur Internet d'un restaurant peut faire toute la différence entre une réussite et un échec. La grande majorité d'entre eux n'ont pas de site Web ni les moyens de créer et d'intégrer des services numériques supplémentaires de manière agile. En collaboration avec Hospitality Digital, une unité d'affaires de METRO, nous avons développé un modèle d'affaires et une plateforme en ligne novatrice qui permet aux restaurants de configurer et de personnaliser facilement leur présence sur Internet. La plateforme utilise une architecture de microservices et un environnement infonuagique afin d'ajouter et de déployer rapidement de nouveaux services et solutions numériques innovants. Par exemple, nous avons conçu, créé et intégré un outil de réservation modulaire à la plateforme. Offerte dans plus de 15 langues, la plateforme est actuellement utilisée par plus de 200 000 restaurants, et plus de 20 000 réservations y sont effectuées chaque jour. Grâce à cette plateforme, Hospitality Digital aide les restaurants à attirer davantage de clients tout en offrant de nouvelles solutions numériques qui favorisent la numérisation et la croissance dans l'industrie hôtelière.

[+](#) En savoir plus

5 recommandations pour atteindre vos principales priorités

2

Optimiser les activités pour réduire les coûts et accroître l'excellence opérationnelle. Les organisations de services aux consommateurs ont été durement touchées par les confinements imposés par la pandémie et les changements radicaux dans les comportements des clients. Pour devenir plus solides, ces organisations doivent remodeler et optimiser leurs activités de bout en bout afin de réduire leurs coûts et d'améliorer leur agilité opérationnelle. Toutefois, les technologies et systèmes existants continuent de nuire au progrès. Ils sont souvent dispendieux à maintenir et induisent des risques plus importants en matière de sécurité. Certains secteurs comme l'ingénierie et la construction précipitent l'adoption de technologies novatrices comme la modélisation des données des bâtiments, la robotique et les systèmes de découpage au laser pour générer de nouveaux modèles d'entreprise qui optimisent le processus de construction et réduisent les coûts. De nombreux processus d'entreprise reposent également sur une intervention manuelle. L'automatisation peut optimiser efficacement un grand nombre de ces tâches répétitives, ce qui améliore l'agilité, la productivité de la main-d'œuvre et la qualité des services, tout en réduisant les coûts. Elle libérera également des employés pour qu'ils travaillent sur des initiatives de transformation de plus grande valeur. Dans le secteur de la construction, des technologies comme l'Internet des objets et les capteurs sans fil peuvent faciliter le suivi des actifs et la maintenance prédictive, tandis que dans les services alimentaires, l'analyse avancée peut appuyer les prévisions de la chaîne d'approvisionnement et la gestion des déchets. De plus, alors que les entreprises de services aux consommateurs et aux entreprises adoptent activement la voie des fusions et acquisitions pour pénétrer de nouveaux marchés et de nouvelles régions, elles devraient renforcer leur approche en matière d'intégration technologique afin d'optimiser les infrastructures et de tirer parti des synergies.

Cas probant — La poursuite de la transformation numérique et le développement de solutions de TI efficaces sont les principales priorités de la société de services aux établissements ISS Finland. L'entreprise emploie plus de 4 000 travailleurs sur le terrain et cherche constamment à simplifier leurs tâches. Nous avons déployé CGI Mobilog, notre solution de gestion des équipes mobiles, pour aider ISS à planifier, à optimiser et à surveiller de manière agile le rendement des travailleurs sur le terrain. L'application mobile et le tableau de bord Web en temps réel permettent une utilisation sans papier et rendent plus faciles et efficaces la planification des effectifs et l'attribution des bons de travail. Ces derniers sont transférés chaque jour vers CGI Mobilog, à partir d'un système interne intégré. À la fin de la journée, les employés à distance enregistrent leurs heures de travail dans l'application et elles sont intégrées au système de paie automatisé de l'entreprise. Les équipes mobiles économisent du temps et des efforts et reçoivent les affectations et la rémunération correctes, en temps opportun. Les capacités d'intégration transparentes et la possibilité de simplifier et d'accélérer les processus d'affaires et d'améliorer l'efficacité ont convaincu ISS Finlande d'augmenter le nombre d'utilisateurs de CGI Mobilog au fil de l'expansion de ses services à de nouveaux secteurs.

[+ Voyez comment CGI Mobilog numérise la gestion des équipes mobiles](#)

5 recommandations pour atteindre vos principales priorités

3

Rationaliser la chaîne d'approvisionnement des TI pour orienter les employés sur les travaux de transformation et mieux répondre aux besoins d'affaires. Le secteur des services aux consommateurs et aux entreprises subit des pressions croissantes pour réaliser des économies immédiates afin de financer des initiatives essentielles de numérisation et de nouveaux investissements. De plus, la pénurie de travailleurs qualifiés dans de nombreuses zones géographiques s'est accrue et devrait persister pendant plusieurs années. Les services informatiques en mode délégué sont essentiels pour aider les entreprises prospères à réduire les coûts d'exploitation et de maintenance et à améliorer la qualité des services. La pénurie actuelle de travailleurs compétents obligera les entreprises à repenser les activités des employés afin de se concentrer davantage sur les services et projets du cœur de métier, et de collaborer avec un partenaire compétent et responsable pour soutenir leurs feuilles de route de transformation. L'accélération de l'adoption de l'informatique en nuage permettra également de libérer des ressources, mais la formation et la gestion du changement seront essentielles pour assurer une réaffectation optimale. Dans cet objectif de créer une chaîne de valeur numérique plus efficiente et efficace, un alignement précis des fonctions métier et informatiques sur les stratégies et les priorités est essentiel à l'atteinte des résultats d'affaires.



5 recommandations pour atteindre vos principales priorités

4

Soutenir le travail du futur pour vous rapprocher de vos clients et améliorer l'expérience employé et l'efficacité. Pour ce secteur d'activité traditionnellement très centré sur le contact humain, l'interaction numérique a pris une importance renouvelée tant auprès des clients que des employés. Quand la pandémie a frappé, les entreprises se sont concentrées sur la « survie ». Plus de deux ans plus tard, toutes les activités ne sont pas revenues à la normale. Une part importante des interactions avec les clients se fait encore à distance. Parallèlement, les employés en sont venus à valoriser la flexibilité. Dans cette nouvelle réalité du milieu de travail, le secteur des services aux consommateurs et aux entreprises doit trouver un équilibre entre un environnement de travail hybride et la formation d'une main-d'œuvre numérique plus agile, qui tire parti de plateformes collaboratives intelligentes fondées sur le nuage pour offrir un meilleur service à la clientèle. Il est également essentiel de créer une expérience employé complète qui motive les équipes, rend leur travail stimulant et établit des liens humains favorisant l'ambition, l'appartenance et la confiance. Le recours à des plateformes sociales internes, des communications transparentes régulières et la participation des employés à la conception de nouvelles pratiques en milieu de travail permettra de ranimer leur sentiment d'appartenance, de susciter la confiance et d'établir de nouvelles pratiques culturelles positives. Nous prévoyons également une adoption et une utilisation créative plus vaste des outils et des pratiques existants et la nécessité d'adopter une posture plus robuste en matière de cybersécurité et de prévention de la perturbation des services afin d'assurer la sécurité et la continuité des activités.

Cas probant — Taylor Wimpey, l'un des plus importants promoteurs résidentiels du Royaume-Uni, voulait s'assurer que son entreprise dispose d'un milieu de travail véritablement numérique avec les services, systèmes, outils de collaboration et appareils appropriés en matière de TI pour soutenir cette vision. Notre évaluation a révélé que plus de 5 000 employés travaillant dans l'ensemble du Royaume-Uni utilisaient différents systèmes d'exploitation. De nombreux appareils informatiques étaient désuets, et il n'y avait pas d'endroit central pour enregistrer et conserver les données. Par conséquent, l'efficacité des employés était affectée. Nous avons actualisé tous les équipements de l'entreprise vers Windows 10 et déplacé les outils et applications vers le nuage. Tous les actifs informatiques ont été remplacés ou complètement remis à neuf afin de maintenir les coûts au plus bas. Les plus récents outils (SharePoint et Teams) ont également été mis en œuvre. Nous avons offert soutien et formation pour aider les employés à les adopter rapidement et facilement. Les employés de Taylor Wimpey peuvent maintenant travailler partout de manière efficace et sécuritaire, au besoin. De plus, lorsque des changements et des mises à niveau de systèmes sont nécessaires, ceux-ci sont faits sans interrompre les activités quotidiennes. L'entreprise possède maintenant la technologie et les systèmes dont elle a besoin pour progresser, bâtir des propriétés dignes de recevoir des prix, et lui permettre de se concentrer sur ce qui compte le plus : ses clients.

[+](#) En savoir plus

5 recommandations pour atteindre vos principales priorités

5

Considérer le développement durable comme moteur clé du succès.

Les répercussions sur le développement durable varient considérablement d'un secteur de services à l'autre, mais dans l'ensemble, plus de la moitié des dirigeants du secteur des services aux consommateurs et aux entreprises interrogés cette année considèrent le développement durable comme essentiel à la création de valeur. On prend de plus en plus conscience que l'objectif zéro émission nette de carbone n'est plus seulement optionnel ou souhaitable. Il deviendra bientôt obligatoire de satisfaire aux exigences réglementaires et aux exigences des acteurs, et les organisations de services doivent décrire leur parcours vers l'objectif zéro émission nette et peaufiner leur stratégie commerciale afin d'adopter une économie circulaire. Pour atteindre ses objectifs de développement durable, il faut bâtir une architecture technologique afin de devenir une entreprise axée sur les données. L'intégration d'un système de suivi environnemental dans votre paysage informatique vous aidera à mesurer vos progrès et à suivre vos objectifs. De plus, l'utilisation de technologies comme l'automatisation robotique des processus peut réduire le travail administratif lors de la collecte de mesures de développement durable. Les organisations peuvent également réaliser des économies en utilisant moins de ressources de plus en plus coûteuses et en évitant les paiements compensatoires. Ici, le nouveau modèle de travail hybride offre l'occasion de faire progresser les efforts en matière de développement durable en réduisant la consommation de papier, les déplacements et la nécessité d'avoir de grands locaux, ce qui contribue grandement à la réduction des émissions de carbone.

Cas probant — Une entreprise de premier plan de gestion des locaux a un ambitieux programme de développement durable visant à réduire ses émissions de carbone de 50 % au cours des sept prochaines années. Elle s'emploie activement à réduire son empreinte environnementale et celle de ses clients et à optimiser l'utilisation des ressources. Comme point de départ, l'entreprise a mis sur pied un projet pour calculer et établir une base de référence pour ses émissions de CO₂ et déterminer les principales sources d'émissions. Nos experts ont dirigé le projet de collecte, de calcul et d'analyse des émissions causées par les déplacements de leurs employés. Ces données ont aidé l'entreprise à établir une base de référence pour ses émissions de CO₂ liées aux déplacements et à franchir une étape clé dans l'atteinte de ses objectifs en matière de développement durable.

À propos de CGI

Allier savoir et faire

Fondée en 1976, CGI est l'une des plus importantes entreprises de services-conseils en technologie de l'information (TI) et en management au monde.

Nous sommes guidés par les faits et axés sur les résultats afin d'accélérer le rendement de vos investissements. Pour nos 21 secteurs d'activité cibles et à partir de plus de 400 sites à l'échelle mondiale, nos 80 000 professionnels offrent des services-conseils complets, adaptables et durables en TI et en management. Ces services s'appuient sur des analyses mondiales et sont mis en œuvre à l'échelle locale.

Pour obtenir un ensemble complet des perspectives sectorielles
La voix de nos clients CGI et consulter l'un de nos experts, visitez le site cgi.com/fr/voix-de-nos-clients ou communiquez avec nous : info@cgi.com.

