

# Repenser le parcours client des services publics

Des expériences numériques, personnalisées et durables pour un monde énergétique en mutation



**Jean-François Segalotto**  
Conseiller associé principal,  
Energy Insights, EMOA, IDC



**Gaia Gallotti**  
Directeur de recherche et responsable  
d'IDC Energy Insights, Europe, IDC

## Numériser et automatiser les opérations de base

Notre fournisseur d'énergie nous facilite la tâche pour...

n = 1 590 (consommateurs d'énergie en Europe et aux États-Unis),  
Source : Enquête mondiale d'IDC sur les consommateurs d'énergie, 2024



**48 %**  
Transférer notre contrat en raison d'un déménagement



**44 %**  
Changer de tarif



**43 %**  
Résilier un contrat/changer de fournisseur

## Fidéliser les clients grâce à des conseils énergétiques

Abstraction faite des coûts énergétiques, quels sont les services/programmes qui vous inciteraient fortement à garder votre fournisseur actuel?

n = 925 (entreprises industrielles en Europe et en Amérique du Nord),  
Source : Enquête mondiale d'IDC sur la transition énergétique, 2024



**39 %**  
Alertes de factures élevées et de consommation excessive



**36 %**  
Des messages personnalisés pour nous aider à économiser



**25 %**  
Un retour sur investissement à l'achat d'un appareil plus efficace

## Aller au-delà du simple canal de commodité

Dans laquelle des améliorations suivantes votre organisation investit-elle pour soutenir sa stratégie de transition énergétique?

n = 144 (fournisseurs d'énergie et compagnies d'eau en Europe et en Amérique du Nord), Source : Enquête mondiale d'IDC sur les services publics, 2024



**80 %**  
Autoproduction d'électricité grâce aux énergies renouvelables et à la production décentralisée d'électricité (DER)



**72 %**  
Améliorer l'efficacité énergétique des bâtiments et des installations



**50 %**  
Électrification des flottes de véhicules opérationnels

Au cours des deux dernières décennies, le parcours des clients des services publics a été façonné par deux forces majeures : la transition énergétique et les attentes croissantes des clients, façonnées par les expériences numériques dans d'autres secteurs. Aujourd'hui, les fournisseurs d'énergie et d'eau ne doivent pas se contenter d'assurer un approvisionnement sûr, fiable et abordable. Les clients résidentiels et industriels et les « prosommateurs » attendent désormais des expériences numériques transparentes, proactives et hautement personnalisées. L'expérience client traditionnelle des services publics, basée sur le prix de l'énergie, la facturation statique et le service réactif, n'est plus adaptée.

## Réévaluer le parcours du client

Les services publics des marchés avancés commencent à réévaluer leurs opérations client — y compris les offres de produits, les piles technologiques et les modèles d'exploitation — afin de réduire les coûts de service, d'accroître la satisfaction des clients et d'accélérer l'innovation en matière de services. Pourtant, leurs efforts ont été entravés par un manque d'orientation stratégique, des cloisonnements organisationnels et la numérisation des processus existants au lieu de leur refonte autour de parcours clients conçus pour le numérique. Les défis techniques — notamment le vieillissement des systèmes informatiques, le cloisonnement des données et le manque de compétences numériques — ralentissent encore les progrès.

Pour transformer numériquement le parcours client, il faut appliquer des éléments clés en matière de technologie, d'organisation et de processus — de l'analyse des données en temps réel et de l'IA générative à l'automatisation intelligente des processus et aux modèles d'innovation agile — afin de favoriser la transformation dans trois domaines.

## Numérisation et automatisation des opérations de base

Les services publics doivent déployer un libre-service intelligent, des agents virtuels et des services contextuels pour répondre de manière proactive aux besoins des clients sur les canaux qu'ils préfèrent. L'étude d'IDC montre que moins de 50 % des consommateurs d'énergie en Europe et aux États-Unis estiment qu'il est facile d'effectuer des tâches de base telles que le changement de fournisseur et la gestion des contrats. Seuls 50 % estiment que leur fournisseur offre une expérience cohérente sur l'ensemble des canaux, 46 % jugent le libre-service fiable et 37 % seulement peuvent passer d'un canal à l'autre en toute transparence.

## Fidéliser les clients grâce à des conseils énergétiques

Les services publics doivent utiliser des informations personnalisées, des alertes en temps réel et des recommandations ciblées pour aider les clients à consommer de manière plus rentable et plus

durable. Les améliorations de services telles que les alertes de factures élevées et les conseils d'économie personnalisés sont les deux principaux facteurs de fidélisation des clients, mais moins de la moitié des consommateurs reçoivent des alertes de factures élevées (43 %) ou des conseils d'économie (50 %).

## Aller au-delà du simple canal de commodité

Cela signifie qu'il faut proposer de nouveaux produits, services et modèles commerciaux dans le domaine de l'énergie, qu'il s'agisse d'appareils intelligents, de production distribuée, de centrales électriques virtuelles ou de modèles d'énergie en tant que service. Les services publics ont diversifié leurs offres, mais ne disposent pas d'une approche systématique pour relier ces services aux marchés. La demande est forte, en particulier dans le secteur interentreprises (B2B) : 50 à 80 % des entreprises industrielles d'Europe et d'Amérique du Nord investissent dans l'efficacité, la décarbonisation et l'électrification, mais plus de 25 % d'entre elles ont du mal à mesurer les progrès et les résultats. Les services publics peuvent combler cette lacune grâce à des modèles de service traditionnels ou à des solutions plus évoluées d'énergie en tant que service.

## Comblent l'écart entre attentes et prestation

### Pour gagner à l'ère du parcours client des services publics, les fournisseurs d'énergie et d'eau doivent :

- Déployer l'IA et l'automatisation pour réduire les coûts de service tout en offrant des expériences client plus intelligentes, plus rapides et plus proactives.
- Répondre plus rapidement à l'évolution des besoins des clients, à la pression de la concurrence et à l'innovation technologique.
- S'appuyer sur des partenaires industriels pour combler les déficits de compétences, moderniser les plateformes informatiques et encourager la gestion du changement au-delà de la seule technologie.
- Développer l'écosystème des technologies de l'énergie pour aider les clients — en particulier dans le secteur B2B — à atteindre leurs objectifs en matière d'efficacité, de décarbonisation et d'électrification.

Message du  
commanditaire



CGI aide les services publics du monde entier à accélérer la transformation centrée sur le client en appliquant l'IA, l'automatisation et les données pour moderniser les opérations et offrir des expériences personnalisées et transparentes.

Découvrez comment nous associons aux services publics pour obtenir des résultats mesurables.