

# LES interco. DE DEMAIN

Le service  
public de  
demain :  
comment  
réussir à  
transformer  
la relation  
aux usagers ?





# som mai re.

<b>édito</b>	p. 5
--------------	------

## chapitre 1

<b>L'animation de la relation citoyenne : une transformation nécessaire</b>	p. 6
---	------

- Nouvelles attentes et nouveaux usages des citoyens p. 6
- Enjeux des collectivités en matière de relation citoyenne p. 8

## chapitre 2

<b>La vision de la Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie</b>	p. 10
---	-------

- Modernisation des services de l'eau :  
un atout majeur de transformation du territoire p. 10
- Adopter une relation usager multicanale  
pour faciliter l'accès aux services p. 11
- Faire connaître et adopter cette nouvelle relation  
aux usagers p. 11

## chapitre 3

<b>Les actions mises en œuvre par l'Intercommunalité et ses partenaires</b>	p. 14
---	-------

- Extension à la compétence « Collecte et gestion des déchets » :  
vers une Maison des Services publics virtuelle p. 14
- Mise en ligne d'un chatbot : intelligence artificielle  
pour mieux servir les usagers p. 21
- Résultats et bénéfices de la démarche p. 22

## chapitre 4

<b>Quelles perspectives pour la suite ?</b>	p. 24
---	-------

- Extension du périmètre de la Maison des Services p. 24
- Vers une extension aux technologies vocales VoiceBot p. 25
- Développement de « Nudges » p. 26

<b>perspectives</b>	p. 29
---------------------	-------



© Adobe Stock

## Efficacité du service public : le pari de l'intelligence artificielle

Et si les collectivités territoriales misaient davantage sur l'intelligence artificielle pour rendre les services publics plus efficaces ? C'est en partant de ce questionnement que l'Association des Directeurs Généraux des Communautés de France (ADGCF), en partenariat avec Veolia, a décidé d'engager une réflexion sur l'« automatisation » et l'amélioration du service permis par la digitalisation, grâce à la plus grande disponibilité de l'humain qu'elle rend possible.

Le contexte socio-économique contemporain se prête tout particulièrement à une telle initiative. D'un côté, une demande sociale qui n'a jamais été aussi forte conjuguée à une ressource publique qui ne cesse de s'amenuiser. De l'autre, une évolution sensible des modes de vie, caractérisée par une mobilité de plus en plus forte des individus et une tendance à l'abolition de la frontière entre temps professionnel et temps privé. À l'aune de ces constats, l'ADGCF fait l'hypothèse que l'« implantation » physique du service public ne constitue pas forcément un « plus » pour une partie croissante de la population ; mieux, elle peut même déprécier les bénéfices sociaux, économiques et politiques attendus par les collectivités à forte économie touristique, en ne répondant pas à la demande de « commodité » d'usagers ne fréquentant que périodiquement le territoire.

Soucieuse de s'inscrire dans une démarche d'avant-garde, la Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie s'est ainsi lancée, avec l'aide d'HomeFriend, une filiale du groupe Veolia, dans une démarche de « digitalisation » de toute une partie de la chaîne des services publics qu'elle dispense en s'appuyant sur l'Intelligence Artificielle. Fiscalité maîtrisée, disponibilité et réactivité accrues, bref, services aux publics améliorés... Indéniablement, la mise en place d'une Maison des Services virtuelle sur le territoire de l'intercommunalité de Cœur Côte Fleurie, accompagnée d'un « chatbot » dédié à la relation à l'usager, est venue judicieusement compléter l'offre de services pré-existante, en garantissant une réponse 24 h / 24 h, toute l'année, à des questions simples et en permettant l'exercice de procédures répétitives pour lesquelles l'intervention humaine n'a aucune plus-value.

C'est cette ambition initiale de la Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie, celle de promouvoir des modes alternatifs de production et de mise à disposition des services aux publics, que l'opus que vous avez entre les mains se propose de retracer et surtout, d'illustrer, à travers la description des procédures, dispositifs et outils digitaux déployés à cette occasion.



**Antoine FRÉROT**  
Président Directeur Général  
Veolia



**Philippe AUGIER**  
Président de la CdC Cœur Côte Fleurie  
Maire de Deauville



**Pascal FORTOUL**  
Président  
de l'ADGCF



# L'animation de la relation citoyenne : une transformation nécessaire

## NOUVELLES ATTENTES ET NOUVEAUX USAGES DES CITOYENS

Les usagers des services publics territoriaux ont une attitude de plus en plus consumériste.

À ce titre, ils sont exigeants en matière de qualité de service et sont aussi de plus en plus connectés... Or, force est de constater qu'ils ne sont pas toujours satisfaits de l'accessibilité des services.

Une récente étude de WebHelp (mars 2019), acteur reconnu en matière de gestion de la relation client/citoyenne vient appuyer ce constat. Malgré un niveau élevé d'investissements réalisés pour améliorer le service public, la perception des usagers reste très mitigée :

- moins d'un Français sur deux (41 %) a une opinion positive des services publics ;
- les Français perçoivent une dégradation de l'action des services publics, qu'il s'agisse des agents (66 %) ou des usagers (60 %) ;

- une majorité d'usagers estime par ailleurs que des économies sont possibles dans la plupart des services publics.

Pour l'utilisateur, savoir qui fait quoi sur son territoire relève d'un vrai casse-tête : il n'est pas simple d'obtenir les bons numéros de téléphone ou les bons points de contacts des services compétents avec les bonnes plages horaires. Habitué à une relation client moderne avec ses autres fournisseurs ou opérateurs, l'utilisateur s'attend à un service fluide, facile d'accès, résolvant sa demande au premier appel.



**Savoir qui fait  
quoi relève  
d'un vrai  
casse-tête** >>

C'est ce que révèle le baromètre mené en 2018 par l'institut Paul Delouvrier, en partenariat avec Kantar Public, portant sur la vision des services publics par les usagers. Menée auprès de 2 599 personnes représentatives des résidents français, l'enquête dévoile que les 3 attentes les plus importantes en matière de progrès des services publics sont :

- pour 60 % d'entre eux, la rapidité de traitement des dossiers et de réponses aux demandes ;
- pour 41 % d'entre eux, la simplicité et la transparence des démarches ;
- pour 39 % d'entre eux, la possibilité de joindre les services plus facilement et plus souvent.

Il est à noter que la possibilité de joindre les services plus facilement et plus souvent est une attente qui a nettement progressé ces 3 dernières années (+ 6 points).

À l'heure du numérique, le digital renouvelle la relation entre citoyens et collectivités. Le baromètre du numérique 2018 publié par le Ministère de l'Économie et des Finances met en exergue le fait que près de deux tiers des Français (65 %) utilisent internet pour réaliser leurs démarches administratives.

D'autres enseignements marquants ressortent de cette étude :

- les Français de 18 à 59 ans sont plus enclins à effectuer des démarches administratives sur internet, avec un pic à 90 % pour la tranche 25-39 ans ;
- le niveau de diplôme et de revenus sont également des marqueurs importants : 9 diplômés sur 10 utilisent internet pour réaliser leurs démarches administratives et fiscales contre

seulement un quart des non diplômés (26 %) et deux-tiers des titulaires du brevet (63 %) ;

- la taille d'agglomération est également un facteur déterminant de la propension des Français à réaliser des démarches administratives et fiscales en ligne : 74 % des habitants de l'agglomération parisienne en réalisent, contre 62 % à 64 % de leurs concitoyens dans le reste du territoire ;
- la population française est de plus en plus à l'aise avec l'idée d'accomplir des démarches administratives et fiscales en ligne. Ainsi, 40 % des individus interrogés affirment ne pas du tout être inquiet, pour 36 % de personnes très inquiètes ou assez inquiètes.

Ce dernier enseignement met aussi en évidence le fait que plus du tiers des usagers ne sont pas en phase avec l'e-administration du fait de deux freins majeurs : certains ne sont pas à l'aise avec les technologies voire ne les maîtrisent pas du tout ; d'autres craignent leur utilisation par souci de confidentialité et de protection des données personnelles.

La disparité des pratiques et des usages constitue un véritable défi pour les collectivités : offrir un service de qualité pour les usagers numériques tout en conservant un lien de proximité pour ceux attachés aux canaux de contacts plus « classiques » (points d'accueil physiques, centres de contact par exemple).

En effet, de plus en plus de citoyens se préoccupent de la façon dont leurs données vont être utilisées. C'est pour cette raison qu'une loi pour une République numérique est venue en octobre 2016 définir et réglementer un



## La disparité des pratiques et des usages constitue un véritable défi pour les collectivités

droit à l'autodétermination informationnelle - article 1<sup>er</sup> de la loi Informatique et Libertés : « toute personne dispose du droit de décider et de contrôler les usages qui sont faits des données à caractère personnel la concernant ».

Cette loi a été confortée par l'entrée en application, le 25 mai 2018, du règlement européen sur la protection des données (RGPD). Celui-ci poursuit trois objectifs fondamentaux :

- renforcer les obligations en matière de transparence des traitements et de respect des droits des personnes ;
- privilégier une logique globale de responsabilisation de l'ensemble des acteurs ;
- crédibiliser la régulation des « CNIL » grâce à la mise en application de sanctions : avertissements publics, amendes administratives allant jusqu'à 20 millions d'euros.

Les collectivités doivent se mettre en conformité afin de garantir d'une part, le respect de ce règlement et d'autre part, maintenir le niveau de confiance sur le traitement et la protection des données citoyens.

## ENJEUX DES COLLECTIVITÉS EN MATIÈRE DE RELATION CITOYENNE

À l'instar de ce qui s'observe dans le secteur privé, les collectivités s'inscrivent désormais dans la recherche de l'excellence opérationnelle. L'enjeu : assurer un service « accessible » et de qualité pour tous tout en maîtrisant les coûts.

### **L'exigence toujours plus forte des usagers consommateurs nécessite une évolution de la relation avec la collectivité :**

- une transformation en profondeur des procédures et organisation actuelles (efficaces certes mais ne permettant pas de proposer une réponse à ces nouvelles attentes) ;

- une amélioration de la satisfaction perçue ;
- une amélioration de la qualité de l'expérience usager en digitalisant et mutualisant ce qui peut l'être pour diminuer les coûts.

### **Cette nouvelle relation usagers est aujourd'hui possible grâce :**

- à des communications spécifiques et ciblées sur les évolutions des expériences usagers ;
- aux innovations en matière d'intelligence client (c'est-à-dire de compréhension des besoins d'usage réels des usagers) ;
- aux nouveaux outils de relation usagers, CRM (Customer Relationship Management) et intelligence artificielle ;
- à la mise en place de dispositifs « voix du client » : mesure de satisfaction, analyse des verbatims,

mécontentements, suggestions et attentes des usagers ;

- à une capacité d'évolution permanente des processus de traitement des demandes pour ainsi offrir un service de qualité aux usagers.

### **Ainsi repositionnée, la relation usagers devient :**

- une source d'innovation et de différenciation majeure en favorisant la digitalisation des territoires et l'utilisation des nouvelles technologies ;
- un vecteur de renouvellement de la promesse faite aux citoyens en les mettant au cœur d'une relation directe avec les décideurs locaux.

De plus en plus de citoyens se préoccupent de la façon dont leurs données vont être utilisées.



© Adobe Stock



## Chapitre 2

# La vision de la Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie

### MODERNISATION DES SERVICES DE L'EAU : UN ATOUT MAJEUR DE TRANSFORMATION DU TERRITOIRE

Faire résolument entrer son service public d'eau potable dans l'ère numérique, c'est le choix stratégique majeur opéré par la Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie il y a 14 ans. En décidant d'accélérer la transformation de son service d'eau potable pour accroître sa fiabilité, sa sûreté, son pilotage et les services offerts aux abonnés, elle était la première en France à cette époque à mettre en place le télérelevé de l'ensemble des compteurs d'eau.

Aujourd'hui, le service public d'eau potable génère quotidiennement plus de 1,5 million de données numériques, c'est 15 fois plus qu'il y a 10 ans.

Le déploiement des dernières technologies de télérelevés des compteurs d'eau permet d'apporter plus de services aux

consommateurs en leur facilitant la vie, en les aidant à comprendre leurs consommations et réduire leur empreinte environnementale.

La transmission 2 fois par an d'un rapport consommation permet par exemple à chaque usager de se comparer aux consommateurs similaires. Il est ainsi incité à trouver les clés de la réduction de ses consommations en se connectant à son espace client.

Couplée à la fibre optique du territoire, l'hypervision du service d'eau est un outil digital évolutif qui permet d'accéder en direct à l'ensemble des outils de pilotage et de supervision. C'est aussi un outil de gouvernance partagée entre Cœur Côte Fleurie et son opérateur, Veolia.

L'approche Sûreté du service a été totalement repensée pour faire face aux enjeux du territoire en l'adaptant aux nouvelles menaces (comme par exemple les actes de malveillance ou de terrorisme).

C'est avec l'appui des nouvelles technologies que de nouvelles solutions méthodologiques sont mises en œuvre sur chaque site, en déployant des processus repensés. Nouvelles procédures, accès physiques renforcés, nouveaux capteurs permettent d'adapter le service à chaque situation décrite dans des plans de continuité et de secours.

La modernisation du service de l'eau permise par les apports du numérique donne une nouvelle dimension à ce service. Fiabilité, sûreté, efficacité et hypervision pour permettre plus d'interactivité et une vision plus claire du service pour Cœur Côte Fleurie et ses habitants.

Une modernisation qui participe à l'attractivité du territoire.

Ces premières innovations, dont le retour citoyen a été positif, a encouragé la Communauté de Communes à lancer la transition digitale de sa relation usager vers d'autres services dont elle a la compétence (par exemple, le tri et la collecte des déchets ménagers).

### ADOPTER UNE RELATION USAGER MULTICANALE POUR FACILITER L'ACCÈS AUX SERVICES

Territoire orienté vers le numérique et l'innovation, avec des services renforçant en continu son attractivité et son image, la Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie a la volonté de :

- renforcer le lien de proximité avec ses citoyens ;
- valoriser ses services et en simplifier l'accès ;
- digitaliser la relation avec les usagers ;

- améliorer son image en mettant en place un service client innovant répondant parfaitement à leurs préoccupations.

Assurer une relation usager optimale passe par la mise en place d'un service client multicanal et digital mais également de campagnes de communication s'adaptant à l'ensemble des différents profils d'usagers.

Les objectifs sont multiples :

- offrir de nouveaux canaux de contacts pour simplifier l'accès aux services ;
- répondre plus efficacement aux sollicitations des habitants ;
- informer de manière proactive les usagers sur les actualités liées aux services du territoire ;
- mesurer et améliorer la satisfaction globale des usagers ;
- renforcer la visibilité et l'image de la collectivité auprès des usagers, sur les compétences et services gérés par l'intercommunalité, qu'ils soient résidents permanents ou secondaires ;
- optimiser les coûts de gestion de la relation usager en mutualisant les activités existantes, en accélérant la digitalisation de cette relation sur le territoire pour l'ensemble de ses compétences.

### FAIRE CONNAÎTRE ET ADOPTER CETTE NOUVELLE RELATION AUX USAGERS

#### Sur le volet RH

Loin de la caricature souvent véhiculée de profiter de la réduction des effectifs à mesure de la montée en puissance de la digitalisation de la relation usager, le recours à ces outils a permis de

proposer et d'offrir aux agents de nouvelles perspectives de développement de leurs compétences :

- valorisation des ressources locales en les positionnant sur des tâches à plus forte valeur ajoutée et en préservant leur bien-être ;
- maintien de l'emploi local ;
- conservation de points d'accueil physique pour répondre aux attentes des usagers peu enclins à utiliser des outils digitaux ;
- création de nouveaux métiers *via* le recours au nudge marketing ;
- réorientation du travail des rippers vers de la prévention sur les déchets et du tri accru ;
- réorientation des tâches simples ou répétitives sans plus-value pour les agents vers le chatbot, permettant de redistribuer le temps vers des tâches plus complexes à plus-value réelle pour l'utilisateur et les collaborateurs des services.



**Le recours à ces outils a permis de proposer et d'offrir aux agents de nouvelles perspectives de développement de leurs compétences** >>

## Sur le volet Communication

Afin d'accompagner cette démarche de Maison des Services publics, la Communauté de Communes a amorcé dès 2016 un travail de pédagogie auprès de ses différentes cibles :

- pour les élus, de nombreuses explications sur les nouveaux moyens mis à disposition de la population ont été présentées en comité de pilotage avant le transfert de la compétence collecte et traitement des déchets ménagers à l'Intercommunalité afin qu'ils puissent porter le projet auprès de leur population ;
- les agents d'accueil, services techniques et dircoms des mairies ont reçu une formation interne assurée par les ambassadeurs du tri du service environnement, les chefs de service collecte et communication ;
- pour la population, les outils classiques de communication ont été déployés pour faire connaître les évolutions (points presse, communiqués de presse réguliers, articles dans le magazine intercommunal

et magazines communaux, mise en ligne d'actualités sur le site internet intercommunal, publication de posts sur la page Facebook @coeurcotefleurie, affichage).

La stratégie choisie a été de mettre en place une « stratégie de répétition des messages » et d'accentuer la collaboration avec les communes afin qu'elles s'emparent également de tous les nouveaux outils mis à la disposition de la population. Ce fut essentiel, dans un premier temps, de collaborer avec les services des mairies et les élus qui restent en contact direct avec la population.

Progressivement, avec la création du chatbot « Sophie », la collectivité a insisté sur ce nouveau canal pour diffuser les informations sur la collecte des déchets ménagers : ajout sur les calendriers de collecte envoyés à la population, articles dédiés dans le Cœur Mag... Présent sur les outils de communication sur les thèmes environnementaux, le chatbot s'est depuis développé sur d'autres compétences.

En parallèle, une opération de sensibilisation et d'information auprès de la population sur les problématiques de « mauvais trieurs » a été réalisée par les agents de collecte. L'objectif de cette expérimentation était d'aller à la rencontre de l'utilisateur, répondre à ses questions et l'interroger à l'aide d'un questionnaire afin d'améliorer notre service public. À l'issue de cette opération, le bilan est le suivant :

- 200 foyers touchés ;
- des agents de collecte valorisés dans leur mission ;
- un taux de réponse à notre questionnaire proche des 90 % permettant de recontacter la population pour approfondir les réponses à leurs interrogations.

Cette opération fut également une opportunité d'expliquer à la population l'existence de « Sophie » et du numéro dédié.

En résumé, les différents outils mis en place sont complémentaires et offrent la possibilité aux usagers d'obtenir des réponses par le canal de leur choix.

Faire adhérer les communes,  
développer une relation  
de proximité avec les usagers  
tout en leur proposant  
des solutions innovantes.



© Fotolia

VERRE

# Les actions mises en œuvre par l'intercommunalité et ses partenaires

## EXTENSION À LA COMPÉTENCE « COLLECTE ET GESTION DES DÉCHETS » : VERS UNE MAISON DES SERVICES PUBLICS VIRTUELLE

En 2015, la promulgation de la loi NOTRe rebat les cartes des compétences des collectivités. À ce titre, la compétence de collecte et de traitement des déchets ménagers est transférée à la Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie.

C'est dans ce contexte qu'elle émet en 2017 un appel d'offres visant à la mise en place d'un Guichet Unique de Relation Client, multicanal et à distance, afin de traiter toutes les demandes des usagers relevant des compétences de la Communauté de Communes (actuelles et à venir).

Ce projet prévoyait la mise en application de ce Guichet Unique en plusieurs étapes :

**1.** Tout d'abord, l'inclusion en priorité du domaine de la collecte des

ordures ménagères et des déchets assimilés ;

**2.** Puis, dans un deuxième temps, l'extension aux domaines de l'eau et de l'assainissement ;

**3.** Enfin, à plus long terme, une extension pourra être implémentée pour toutes autres demandes usagers relevant des compétences de la Communauté de Communes.

En outre, la nature des sollicitations traitées recouvre les demandes d'information, les transactions le cas échéant, la gestion des réclamations, la prise de rendez-vous, le signalement d'anomalies.

En accordant sa confiance à HomeFriend, la Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie a entériné la création d'une Maison des Services virtuelle.

Le dispositif a été lancé en décembre 2016 en proposant aux usagers du territoire une solution de gestion des sollicitations sur la thématique des « Ordures Ménagères ».

Un dispositif pour offrir aux usagers multi-services, clarté, innovation, et simplicité ... et rendre visibles, concrets et plus efficaces les services des Collectivités.



LE CONCEPT

Regrouper progressivement les services usagers des différentes compétences de la Com'Com', en un guichet unique de relation client multicanal.

Un seul point d'entrée pour toutes les questions des usagers relatives aux différents services du territoire .... qui intègre les dernières pratiques et technologies en matière de relation client



GUICHET UNIQUE  
MAISON DES SERVICES



Eau

Prix d'abonnement  
Débranchement  
Explication de factures  
Lai Warnmann



Déchets

Calendrier de collecte  
Informations et  
déchets et  
encombrants  
Déchets verts



Autres

Compétences  
complémentaires



## QUI EST HOMEFRIEND ?

HomeFriend, filiale de Veolia Eau France, est une société experte de la relation client et de l'accélération des usages digitaux dans les domaines de l'eau, des énergies et des services aux territoires.

HomeFriend opère la relation client pour le compte de Veolia Eau France et pour d'autres partenaires (principalement des collectivités).

L'ambition est de transformer cette relation client pour la rendre plus riche, plus digitale et apporter plus de services aux consommateurs finaux.

- Depuis son centre clientèle basé à Toulouse, HomeFriend assure en marque blanche le traitement en mode multicanal de plus d'un million de sollicitations par an. Près de 300 conseillers, équipés d'un CRM développé en interne et basé sur Salesforce, répondent aux consommateurs, pour les inciter dans un contexte « propice » à découvrir, activer, souscrire un service auquel ils n'auraient pas pensé spontanément.
- Depuis son siège basé à La Défense, HomeFriend accompagne les « utilities » et les collectivités dans le développement de solutions digitales pour renforcer, digitaliser leur propre relation client/citoyenne et offrir de nouvelles expériences.

**La construction de cette Maison des Services s'est progressivement appuyée sur 5 piliers :**



Au lancement, l'accès par l'utilisateur à l'information se fait *via* divers points de contacts :

1. Accueil physique ;
2. Téléphonie et serveur vocal interactif (SVI) ;
3. Web : adresse email ou directement *via* formulaire depuis le site internet de Cœur Côte Fleurie.

### Accueil physique

Le déploiement s'est construit progressivement tout en maintenant un **accueil de proximité par 3 agents** (2 au centre de collecte, 1 à la Communauté de Communes).

Les horaires sont restés inchangés du lundi au vendredi 9h-17h, avec une ouverture les samedis matins de 9h à 12h pendant les

vacances scolaires parisiennes pour satisfaire les demandes des résidents secondaires.

Le déploiement multicanal des services aux usagers a pu être réalisé par la mise en place de solutions par le biais des :

### Flux téléphoniques

- Mise en œuvre par HomeFriend d'un numéro dédié pour la gestion des sollicitations des usagers qui sont mis en relation avec un chargé de clientèle pendant les horaires d'ouverture.
- Le numéro a été affecté à un serveur vocal interactif (SVI) qui pendant les horaires de fermeture permet d'accéder immédiatement aux informations recherchées. Un message rappelle également les

horaires d'ouverture du service et incite à se rendre sur le site Cœur Côte Fleurie.

### Flux digitaux

- Mise en place d'une adresse email spécifique : [service.dechets@coeurcotefleurie.org](mailto:service.dechets@coeurcotefleurie.org)
- Extension des moyens de contact au sein des univers digitaux existants de la Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie.

Les usagers ont pu ainsi transmettre une demande depuis un formulaire en ligne.

Ce canal « selfcare » permettra d'assurer un traitement multicanal et complémentaire au canal « Téléphone ».

Le déploiement s'est construit progressivement tout en maintenant un accueil de proximité par 3 agents.

## Mobilisation humaine

Toutes les demandes sont réceptionnées et traitées par les chargés de clientèle spécialisés, basés à Toulouse.

La Communauté de Communes a fourni une liste exhaustive des types de sollicitations, ainsi que les éléments de réponse adaptée, permettant ainsi de délivrer un service de qualité auprès des usagers du territoire.

Cette base de connaissances a été actualisée au fil du temps pour toujours adapter le discours aux priorités et évolutions de fonctionnement sur le territoire.

Une planification fine a été mise en œuvre afin de garantir une prise en charge et une qualité de réponse, en continu, sur toute la durée des horaires d'ouverture du

service, quel que soit le niveau d'affluence.

Ce dispositif d'accueil distant multicanal offre les mêmes services par téléphone ou *via* internet auprès des usagers :

1. Information sur le service et mise en place du dispositif d'accueil client ;
2. Traitement des sollicitations ;
3. Traitement des réclamations éventuelles.

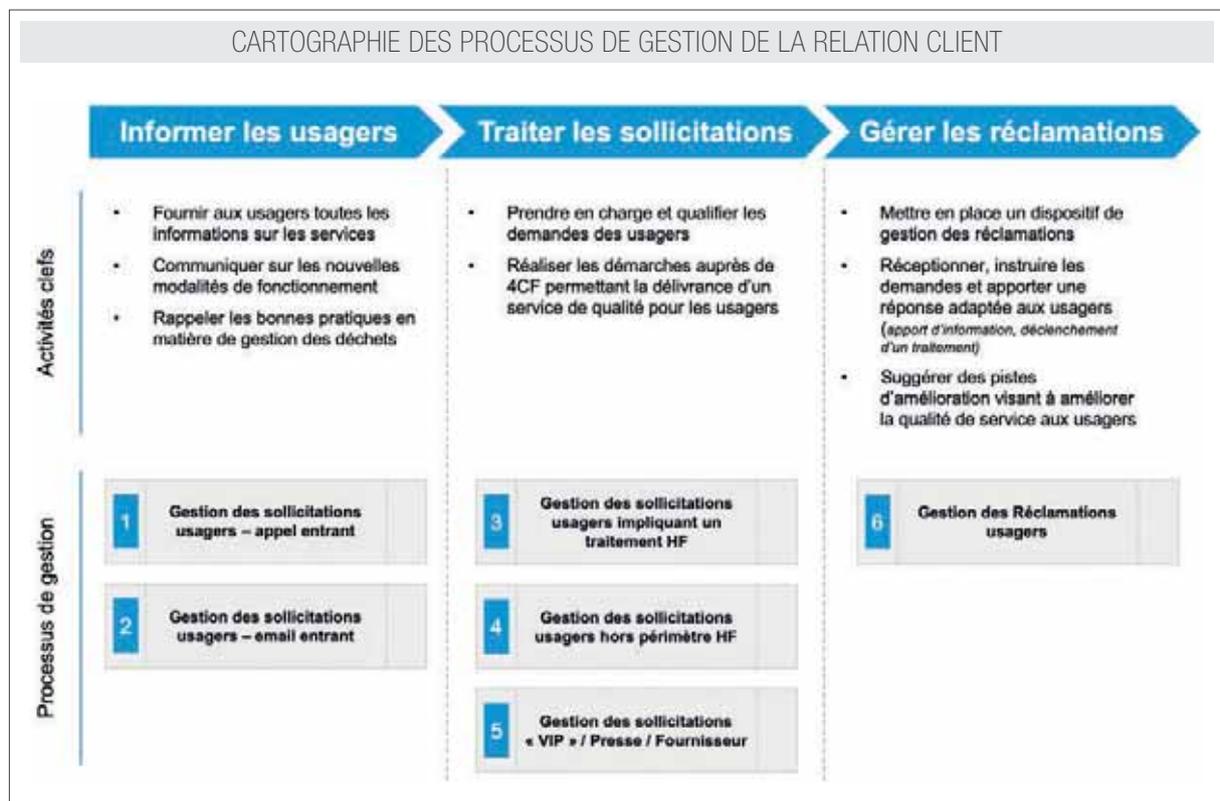
Au lancement les informations fournies ont concerné les thématiques suivantes :

- la collecte des ordures ménagères ;
- l'extension des consignes de tri et emballages ;
- la redevance incitative pour les usagers professionnels ;
- les déchèteries ;
- les encombrants.

## La mesure de la satisfaction des usagers

Parce qu'il vise l'amélioration de la satisfaction des usagers des services, le dispositif s'est enrichi avec la mise en place d'enquêtes de mesure de la satisfaction à chaud. L'envoi automatisé d'un questionnaire après chaque sollicitation des usagers auprès du centre d'appel, vise ainsi à mesurer la facilité à joindre le service, la résolution de la demande dès le premier appel ou la satisfaction générale du client.

Pour répondre à cela, un dispositif de mesure de la satisfaction à chaud a été déployé : envoi automatisé d'enquêtes après chaque sollicitation des abonnés auprès du centre d'appel.



## PRÉSENTATION DE L'ENQUÊTE DE SATISFACTION À CHAUD



Les bénéfices attendus sont multiples :

- mesurer la satisfaction des usagers sur le traitement de leur demande et évaluer la perception globale ;
- identifier des pistes d'amélioration sur les services et plus globalement sur « l'expérience usager » ;
- identifier de nouvelles attentes, non décelées jusqu'à présent et se donner les moyens de collecter des verbatims sur la qualité perçue.

### Outils et indicateurs en temps réel

Socle de la relation usager, une plateforme CRM dite « Service 360 » - basée sur le logiciel Salesforce - a été mise à disposition de la collectivité, pour :

- conserver l'historique des contacts usagers quel que soit le canal ;
- enregistrer les coordonnées des usagers ;

- recueillir l'accord de l'utilisateur pour le solliciter éventuellement (au nom de la collectivité et selon des règles de communication client fixées par elle) plus tard : l'opt-in ;

- typer les sollicitations par thèmes et sous-thèmes, par catégorie d'usagers, par communes, afin d'en sortir des tendances et de mieux comprendre les besoins des usagers ;

- suivre les demandes plus complexes qui ne peuvent pas être traitées directement pendant l'appel mais qui demandent un traitement post appel, et d'en garantir la performance dans le délai de réponse ;

- offrir une vision dite « 360 » de l'utilisateur, pour naturellement répondre au mieux à sa nouvelle demande.

Un outil de reporting temps réel destiné à la collectivité qui permet :

- une vision enrichie et une meilleure connaissance du territoire ;

- des indicateurs sur les sollicitations usager : volume, répartition mensuelle, par canal, par thème, par commune, avec un zoom sur les réclamations éventuelles ;

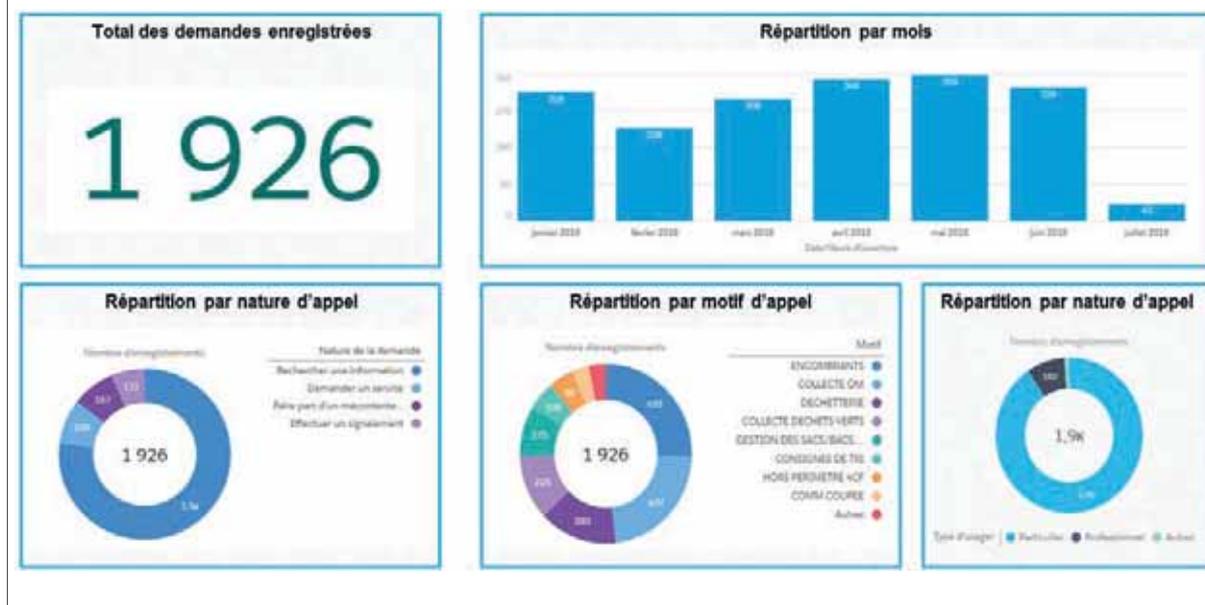
- le suivi des engagements de services.

« Offrir une vision dite « 360 » de l'utilisateur pour répondre au mieux à sa demande »



© Pixabay

## PRINCIPAUX INDICATEURS DE LA PLATEFORME D'APPEL



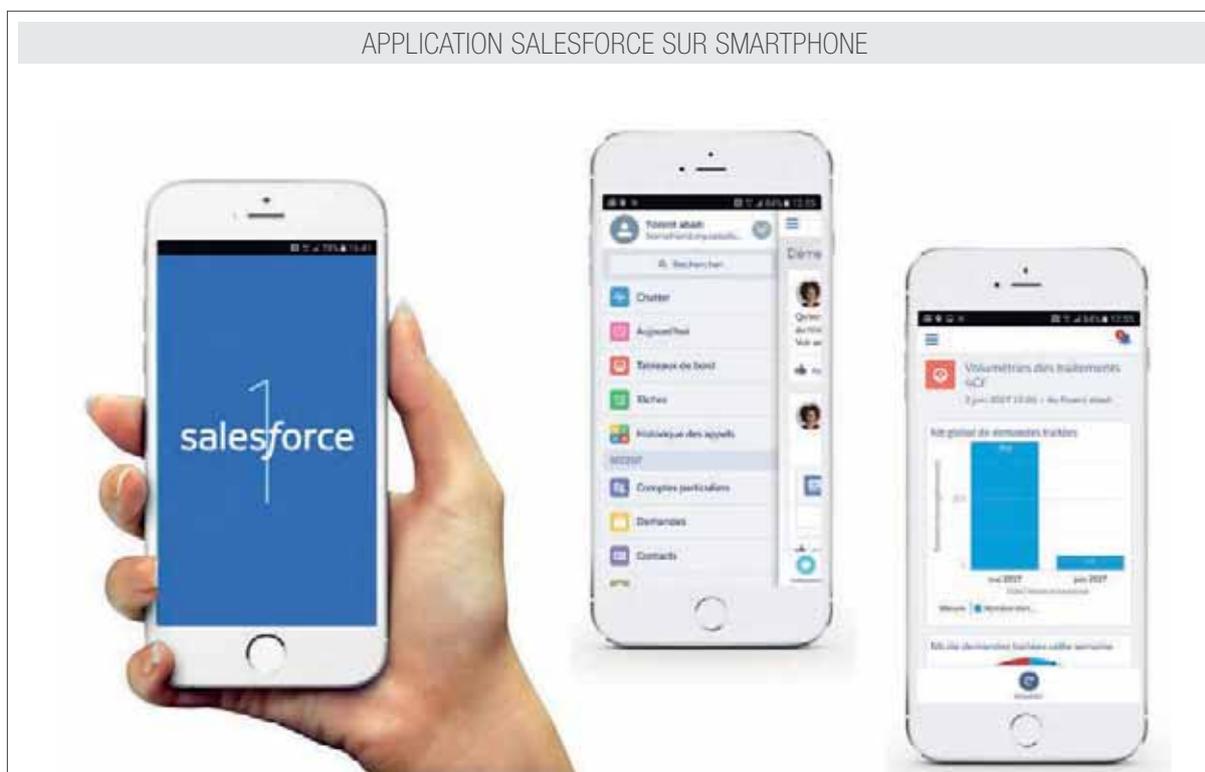
La plateforme est accessible sur smartphone pour suivre les tickets de demande usagers, ou accéder en temps réel aux indicateurs de performance du service.

Quelques exemples d'usage :

- Depuis la place du marché, un élu peut consulter en un clic l'état d'avancement des demandes des usagers ;

- En réunion intercommunale, les données et performances de la relation usagers sont accessibles par période, par commune, par thème et en temps réel.

## APPLICATION SALESFORCE SUR SMARTPHONE



En juin 2018, la Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie décide de déployer un nouveau canal : « Sophie » le chatbot, axe majeur de la transformation numérique du territoire.

### MISE EN LIGNE D'UN CHATBOT : INTELLIGENCE ARTIFICIELLE POUR MIEUX SERVIR LES USAGERS

Afin de poursuivre les initiatives engagées en matière de transformation de la relation citoyenne, la collectivité a souhaité mettre en place un outil emblématique : le chatbot « Sophie ».

Pour apporter visibilité aux services territoriaux et simplicité aux usagers, le choix d'une solution chatbot semblait alors naturel : offrir à chaque usager l'accès à un service disponible 24H/24 et 7 jours/7 avec des réponses rapides, personnalisées et donc adaptées aux nouveaux usages de communication. Ce nouveau dispositif vient alors renforcer et compléter la gamme d'offres proposée par la Maison des Services.



La collectivité a choisi de privilégier la création d'un chatbot femme.

Âgée de 35 ans, « Sophie » a été pensée graphiquement pour représenter l'image d'une jeune femme active, sportive, rassurante et bien dans sa peau. Elle a été créée pour s'adapter à notre cible en termes de population.



### Un chatbot, qu'est-ce que c'est ?

Le chatbot est une solution de dialogue automatisée (vocale ou textuelle) reposant sur l'Intelligence Artificielle qui permet de tenir une conversation en temps

réel et d'analyser au mot près les demandes et le langage des usagers, avec un objectif bien précis : apporter des réponses adéquates ou renvoyer vers des conseillers clients dans le cas de questions complexes.

Il est principalement utilisé pour apporter un nouveau canal de contact pour les usagers. Il peut leur fournir des réponses à des questions simples et les guider sur un site. Grâce à des réponses contextualisées, pertinentes et mises en forme, le chatbot retient l'utilisateur et l'incite à échanger davantage, il devient ainsi un point de contact fiable. Un chatbot performant peut devenir un véritable canal de communication pour la collectivité et un levier de fidélisation. Lorsque le chatbot ne sait pas répondre à la demande de l'utilisateur, il ne le laisse pas sans solution et réoriente sa demande vers un conseiller humain ou sur le site internet de la collectivité.

# La collectivité a souhaité mettre en place un outil emblématique : le chatbot « Sophie ».

## « Sophie », le chatbot adopté par Cœur Côte Fleurie

Retrouvez l'histoire de la création de « Sophie » au travers de l'interview de Claudia NOGUEIRA, Chef de Projet Marketing Digital chez HomeFriend.



### INTERVIEW



**Claudia NOGUEIRA**

Chef de Projet Marketing Digital,  
HomeFriend

« Sophie » est un agent conversationnel mis à la disposition des usagers sur le site de Cœur Côte Fleurie pour répondre aux questions relatives à la collecte des ordures ménagères. « Sophie » accompagne les usagers du territoire en répondant simplement et de manière personnalisée à toutes les questions liées aux déchets : récupérer le calendrier de collecte en fonction de sa zone d'habitation, connaître les horaires et adresses des déchèteries, obtenir toutes les consignes et conseils pour le tri domestique, savoir que faire de ses encombrants ou déchets verts.

« Sophie » est en constante évolution. Au fur et à mesure, elle traite de plus en plus de sujets avec un champ sémantique qui s'enrichit et répond aux questions avec une précision accrue.

Pour apporter toujours plus de fluidité et de simplicité aux usagers, nous travaillons aujourd'hui

sur le déploiement de la version « assistant vocal ».

La base des demandes traitées a permis d'identifier simplement quelles étaient les attentes des usagers et les thématiques générant la plus forte intensité de contact.

Nous avons ainsi pu analyser les questions et motifs d'appels les plus récurrents et prioriser les cas à développer pour la V1 du chatbot « Sophie ».

À travers les thèmes retenus pour la V1, nous traitons 72 % des questions les plus fréquemment posées.

À ce stade, nous avons déjà développé des cas d'usages autour de l'accès à la déchèterie (déchèterie la plus proche, adresse et horaires). La priorisation des nouveaux cas à développer se fera en co-construction avec la collectivité.

### RÉSULTATS ET BÉNÉFICES DE LA DÉMARCHE

## La Maison des Services, un modèle gagnant pour tous !

La construction de la Maison des Services virtuelle by HomeFriend a permis de créer de nouvelles synergies entre les acteurs du territoire et d'implémenter un système où toutes les parties prenantes sont gagnantes :

■ La Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie qui répond aux nouveaux besoins d'usage de ses citoyens, leur simplifient l'accès

aux services et construisent ainsi une relation engagée et qualitative avec l'usager. Et ce à moyens constants.

■ Les prestataires de services publics (de service d'eau et d'assainissement ou encore de collecte et traitement des déchets ménagers), qui font évoluer leurs offres de service vers des offres élargies et plus digitales leur permettant d'accroître leur performance et d'optimiser la relation usager.

■ L'usager qui bénéficie d'un service client simple et efficace, centralisé et adapté à l'évolution des usages modernes : facile d'accès, en apportant une réponse rapide et pertinente à ses préoccupations.

Depuis la mise en place de la Maison des Services pour la Communauté de Communes de Cœur Côte Fleurie, c'est :

■ près de 40 conseillers experts de la relation client mobilisés, permettant une absorption des flux en période de pointe, et garantissant des délais d'attente réduits ;

■ la mise à disposition et la formation d'agents locaux à un outil moderne de gestion : le CRM ;

■ près de 15 000 sollicitations usagers qui ont été traitées sur la thématique « Collecte des déchets ménagers et tri » ;

■ plus de 600 enquêtes de satisfaction envoyées ;

■ une vision enrichie du territoire à travers des tableaux de bord accessibles en temps réel, retraçant tous les actes de gestion réalisés aussi bien sur le plan quantitatif que qualitatif : une vision permettant d'adapter aux services au niveau local et/ou de concentrer les actions de communication à mener.

Concernant le chatbot «Sophie», tout en apportant plus de services aux usagers, cette solution a permis de concentrer les ressources humaines sur des missions plus qualitatives au bénéfice de ces mêmes usagers et consommateurs.

«Sophie» est devenu un point d'entrée naturel pour traiter les requêtes simples, tout en permettant aux usagers de se tourner vers des conseillers / agents locaux pour traiter des cas plus complexes :

- disposer d'un outil innovant disponible 24H/24 et 7jrs/7 ;
- améliorer le service aux usagers en proposant une autre alternative que le téléphone ou le déplacement sur site ;
- mesurer la satisfaction des usagers et mettre en place des actions correctives ;
- communiquer de manière proactive des messages concernant par exemple les éco-gestes ;
- personifier l'image de la Communauté de Communes par un

personnage capable de répondre au fur et à mesure à toutes les demandes des usagers.

Depuis le lancement de «Sophie», près de 1 000 conversations ont été traitées.

Les retours utilisateurs sont positifs, l'expérience utilisateur est plus ludique. «Sophie» permet également aux usagers de gagner du temps. Au lieu de chercher l'information sur le site, l'utilisateur pose directement sa question à

«Sophie» en saisissant du texte ou en cliquant sur une des options proposées.

Le chatbot «Sophie» a connu une montée en puissance progressive et constitue aujourd'hui un canal d'interaction fort sur le territoire. Il représente aujourd'hui plus de 20% de l'intensité de contact sur les questions relatives aux ordures ménagères. Et ce n'est pas fini, le chatbot «Sophie» va poursuivre son développement intégrant de nouvelles thématiques.

Les retours utilisateurs sont positifs, l'expérience utilisateur est plus ludique.



# Quelles perspectives pour la suite ?

## EXTENSION DU PÉRIMÈTRE DE LA MAISON DES SERVICES

Selon un calendrier établi par Cœur Côte Fleurie, une extension sera à prévoir pour toutes autres demandes usagers relevant des compétences de la Communauté de Communes.

Une extension du projet pourra être considérée sur les services de nature communale puisque vu de l'utilisateur, la séparation des compétences est parfois complexe à appréhender. Ces extensions éventuelles seront étudiées au cas par cas en liaison avec chacune des communes du territoire, en fonction de leurs souhaits et de leurs calendriers. Elles pourront recouvrir par exemple un accès simplifié aux informations concernant les cantines scolaires, les crèches, l'urbanisme, les démarches administratives, les cimetières, etc.

Le Chatbot « Sophie » est en constante évolution !

En 2019, d'autres sujets liés à la gestion des déchets seront intégrés à « Sophie », mais pas uniquement !

Elle sera en capacité de répondre aux sollicitations des usagers sur d'autres compétences de l'intercommunalité.

Sur la thématique « Eau & Assainissement », « Sophie » pourra très prochainement :

- réorienter les usagers vers les points de contact de l'opérateur ;
- avoir des informations sur la qualité, l'origine et le prix de l'eau sur le territoire ;
- savoir quoi faire en cas de fuite ou pour mener des contrôles de conformité des installations d'assainissement.

**Une nouvelle thématique sera créée pour accompagner les usagers dans la compréhension du fonctionnement d'une Communauté de Communes, et présentera les informations liées aux 12 communes de Cœur Côte Fleurie.**

À travers « Sophie » il sera également possible de réaliser un signalement d'incident (dépôts sauvages, point d'apport volontaire plein, etc.), et permettre à chaque usager du territoire de s'engager dans une démarche éco citoyenne et favoriser le « mieux vivre ensemble ».

## VERS UNE EXTENSION AUX TECHNOLOGIES VOCALLES VOICEBOT (HOME FRIEND)

### L'avenir, sur la bonne voix ?

Ces dernières années ont été témoin d'une évolution impressionnante des technologies vocales.

Du système Audrey mis au point par les laboratoires Bell en 1952, capable de reconnaître des chiffres prononcés, nous sommes passés grâce aux progrès exponentiels de l'informatique, à des traitements automatiques de la voix de plus en plus rapides.

Dès 2009, l'omniprésence des smartphones a ouvert la voie à une utilisation logique de l'interface utilisateur vocale. Alors que la puissance de calcul devient de moins en moins chère, les experts en données commencent à combiner avec succès la reconnaissance vocale avec le traitement automatique du langage.

En 2018, les systèmes de reconnaissance vocale offrent désormais un mode d'interaction particulièrement naturel et efficace, et rencontrent aujourd'hui un franc succès auprès des professionnels et des particuliers.

Le marché des technologies vocales devrait passer de 7,5 milliards USD en 2018 à 21,5 milliards USD en 2024, avec un taux de croissance annuel moyen avoisinant les 20 %.

Selon une étude publiée par Pindrop en 2018, 85 % des entreprises utiliseront la technologie vocale pour communiquer avec leurs clients en 2019.

Pourquoi un tel engouement pour les technologies vocales :

- amélioration de la relation client par leur simplicité d'utilisation ;
- gains de productivité considérables ;
- usage de la voix pour l'exploitation des moteurs de recherche ;
- compréhension facilitée des besoins clients ;
- usages hors-professionnel comme l'assistance à domicile.

Les voicebots / callbots sont des assistants virtuels basés sur le même socle d'Intelligence Artificielle et dotés des mêmes capacités qu'un chatbot, à la seule différence que leurs échanges sont effectués de manière orale.

Les voicebots / callbots démocratisent l'accès à la technologie : aucune compétence particulière pour utiliser ce support et bénéficier de ses services. Il est autant destiné aux férus de nouvelles technologies qu'aux personnes âgées, déficientes visuelles, en situation d'handicap, etc.

Ils peuvent être utilisés en parallèle d'une autre activité. En 2020, 30 % de la navigation web se fera sans écran et 50 % des recherches Google se feront à la voix (Gartner).

Aujourd'hui, les voicebots / callbots constituent un véritable complément aux chatbots et améliorent plus que jamais l'expérience des usagers : plus faciles d'utilisation, plus intuitifs et plus accessibles sur supports multiples.

Nous sommes convaincus que les interactions avec des assistants vocaux feront très bientôt partie de notre quotidien. Le succès des premières démonstrations présentées lors de l'Assemblée des Communautés de France le 3, 4 et 5 octobre 2018 à Deauville conforte cette conviction.



**Nous sommes  
convaincus que  
les interactions  
avec des  
assistants  
vocalles feront  
très bientôt  
partie de notre  
quotidien >>**

## DÉVELOPPEMENT DE « NUDGES »

Le « nudge » (un coup de pouce en anglais), est une technique qui vise à inciter les individus à changer leurs comportements ou à faire certains choix sans contrainte ni obligation, et qui n'implique aucune sanction.

Recommandé depuis fin 2016 par le CESE en complément des autres outils de politique publique, le nudge agit sur la part d'irrationnel qu'il y a en chacun de nous. Accompagnés par Planète Nudge, cabinet de conseil en stratégies et solutions nudges, différents dispositifs seront mis en place dès cet été qui auront pour objectifs de :

- contribuer à l'amélioration de la qualité du tri ;
- réduire les incivilités ;
- sensibiliser la population.

Via un programme relationnel débuté dès juin qui continuera à promouvoir le personnage de

« Sophie », et avec l'implication de l'ensemble des services de l'intercommunalité et des élus locaux, des outils et process de mesure et d'autocontrôle permettront aux résidents d'être informés et valorisés pour l'amélioration de leurs comportements, de se challenger, de se comparer...

Autant de leviers nudge qui ont fait leurs preuves dans d'autres domaines comme celui de la réduction de la consommation d'énergie.

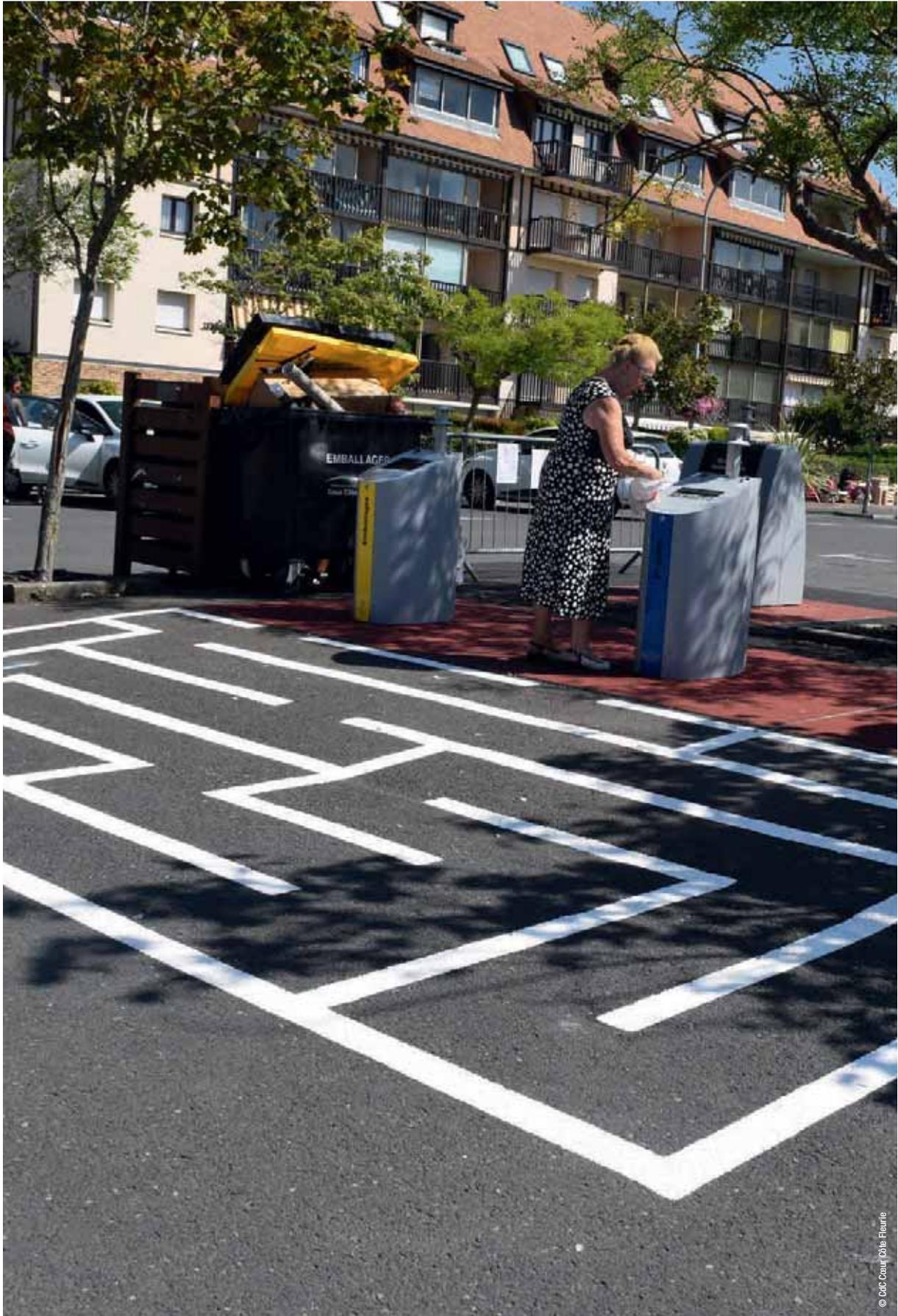
Ces outils et process permettront également à l'intercommunalité d'évaluer l'efficacité de la méthode sur des zones tests pour envisager d'éventuelles optimisations avant un déploiement à l'échelle de tout le territoire.

D'autres solutions seront adjointes à ce programme de communication nudge, comme la mise en place de cendriers ludiques de sondage sur les plages de Cœur Côte Fleurie, ou de marquages au

sol reprenant la forme de labyrinthes ou autres formes devant les corbeilles de tri afin de donner de la saillance à ces dispositifs et d'inciter à les utiliser.



Le nudge agit sur la part d'irrationnel qu'il y a en chacun de nous.



© CAC Conseil C&S Fleurie





## PERSPECTIVES

Explosion des mobilités, individualisation des modes de vie, transformation des temporalités... À l'aune de ces mutations sociétales, la vraie question pour les collectivités n'est plus celle de la présence des services dans les territoires mais celle de l'organisation de l'accès aux services par les usagers là où ils sont et quand ils sont disponibles.

Pionnière, la Communauté de Communes de Cœur Côte Fleurie a très tôt compris que nos concitoyens s'inscrivaient désormais davantage dans une logique consumériste et pragmatique sous-tendue par des exigences de « facilité », de « fluidité » c'est-à-dire d'« accessibilité ». En bref, il faut que « ça marche ». Le déploiement d'une Maison des Services virtuelle accompagnée de sa solution chatbot apporte ainsi une réponse « concrète » aux nouveaux besoins d'usage de la population qui habite ou qui fréquente le territoire et, ce faisant, construit à moyens constants un nouveau type de relation usager.

Surtout, comme le montrent les évaluations récurrentes du Guichet Unique de Relation Client réunissant aujourd'hui les services numérisés de l'eau, de l'assainissement, de la collecte et du traitement des déchets ménagers, la qualité de l'accueil, de l'écoute, la réactivité à la demande sont des facteurs premiers de satisfaction des usagers. Pour l'intercommunalité de Cœur Côte Fleurie, la performance d'un service aux publics se mesure autant par le contenu – la prestation – que par la relation tissée avec le « client ».

Enfin, si le numérique introduit de nouvelles formes d'intermédiation entre le producteur et le bénéficiaire du service en garantissant à ce dernier une adaptabilité et donc une évolutivité constante, il peut aussi faciliter la production d'un service à partir de contributions parcellaires *via* l'implication directe des usagers. Ce faisant, il ouvre la possibilité d'une hybridation de la production des politiques et des services publics, celle du pair-à-pair, prochain champ d'investigation digitale de la Communauté de Communes Cœur Côte Fleurie.





## Contacts >>

**VEOLIA**

**30 rue Madeleine Vionnet - 93300 Aubervilliers**

**Philippe LAGRANGE**

**[philippe.lagrange@veolia.com](mailto:philippe.lagrange@veolia.com)**

**COMMUNAUTÉ DE COMMUNES CŒUR CÔTE FLEURIE**

**12 rue Robert Fossorier - 14850 Deauville**

**[www.coeurcotefleurie.org](http://www.coeurcotefleurie.org)**

**ADGCF**

**[contact@adgcf.fr](mailto:contact@adgcf.fr)**

**01 55 04 88 19**