



Les Centres de relation client dans le secteur Hlm

07/11/2025



01 – Un CRC, pourquoi faire ?

02 – Conditions de mise en œuvre

03 – Les enjeux de demain

Source : Enquête CIM -
oct 25
20 répondants

Un CRC, pour qui ?

17 organismes



> 10.000 logements



dispose d'un CRC



projette un CRC

3 organismes

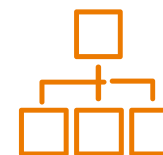


< 10.000 logements

Internalisé 13

Externalisé 1

Mutualisé 3



12 Directions Relation
client, Politiques locatives,
Clientèle

3 Fonctions supports SI,
Moyens généraux, RH

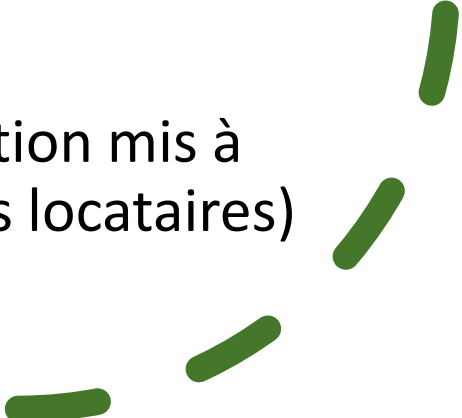
1 Technique et Maintenance

1 Direction Qualité



Un CRC,
pourquoi
faire ?

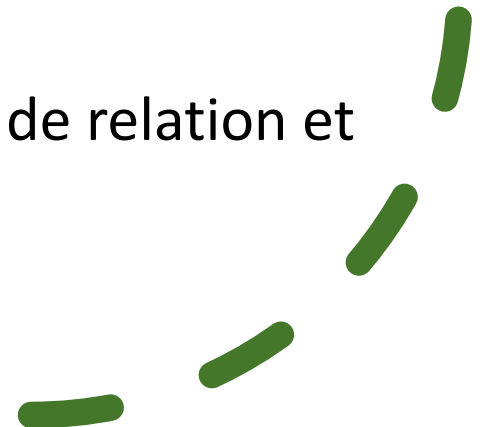
Un outil au service du traitement de la demande client

- Améliorer la qualité de service et la satisfaction des locataires
 - Centraliser la prise en charge des demandes pour en garantir la traçabilité : qualification, affectation, traitement
 - Traiter les volumes importants de sollicitations
 - Gérer les différents canaux de relation mis à disposition des locataires (parcours locataires)
- 

Un CRC, pourquoi faire ?

Un levier de performance globale, au service des différentes parties prenantes

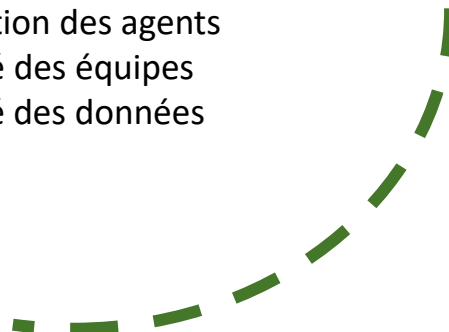
- Organiser les acteurs autour de la prise en charge de la demande client : points de contact, périmètre d'intervention respectif, modalités d'escalade
- Faciliter les conditions d'exercice des collaborateurs
- Mutualiser les dispositifs avec d'autres bailleurs
- Améliorer le pilotage de la qualité de relation et de service avec les prestataires



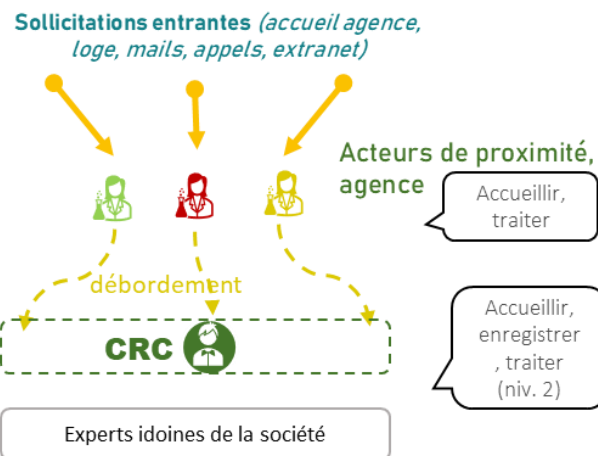


Externalisation v/s internalisation

- Réduction des coûts
- Accès à une expertise non disponible en interne
- Flexibilité
- Maîtrise de la culture d'entreprise
- Implication des agents
- Stabilité des équipes
- Sécurité des données



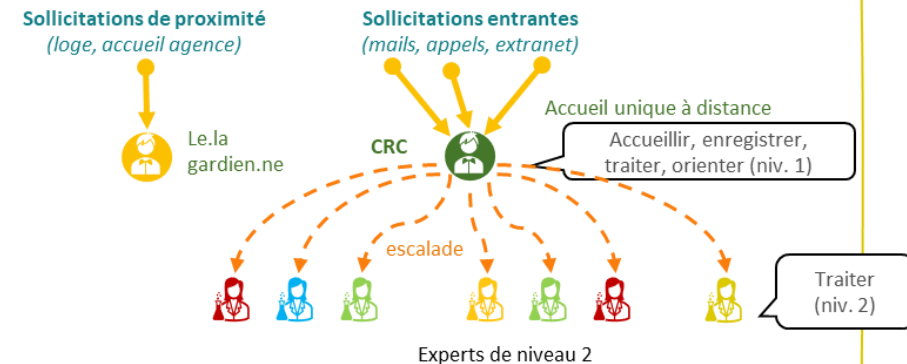
CRC = Back Office du traitement des demandes clients



Les avantages :

- Un maintien de la relation avec les acteurs de front office
- Une industrialisation et homogénéisation des traitements back-office

CRC = 1^{er} point d'entrée des sollicitations clients à distance



Les avantages :

- Optimisation des ressources et continuité d'activité
- Un pilotage centralisé des flux et de la qualité de service
- Une réponse homogène apportée aux locataires
- Une + forte transversalité



CRC en niveau 1 ou 2

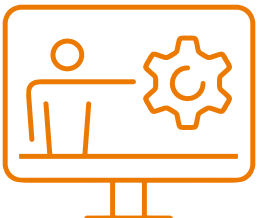
Source : Enquête CIM -
oct 25
20 répondants

LES MOYENS DU CRC



Canaux de relation client

- 20 Accueil téléphonique
- 15 Formulaire extranet
- 13 Mail
- 12 Accueil physique
- 11 Sms
- 11 Courrier postal
- 11 Callback
- 8 Chatbot
- 4 Réseaux sociaux
- 3 Visio

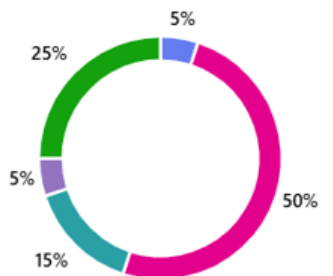


Périmètre d'intervention de bout en bout

- 15 Vie du bail : maj coordonnées, préférence de relation, relance, assurance
- 7 Maintenance et entretien : saisie des prestataires pour intervention
- 6 Quittancement : paiement, prélèvement
- 3 Gestion demandeurs, Attribution
- 2 Rotation



Taux de demandes traitées de bout en bout

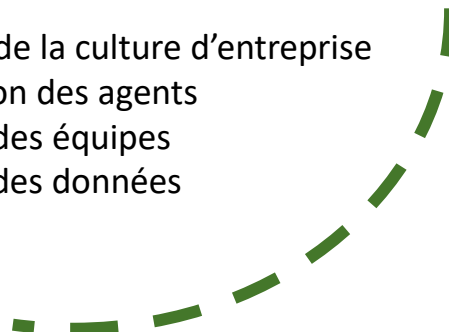


Moins de 25 %	1
25 à 50 %	10
51 à 75 %	3
Plus de 75 %	1
Non mesuré	5

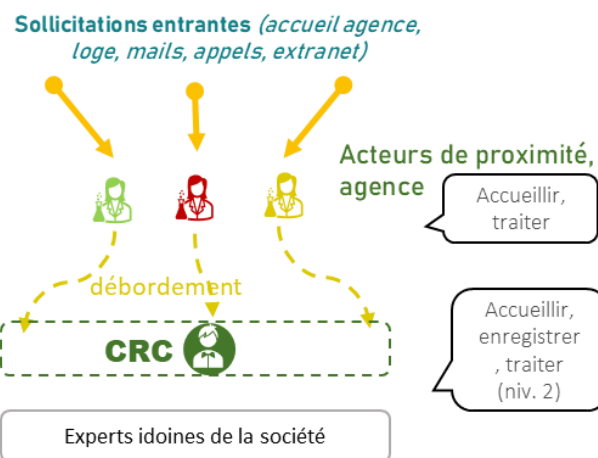


Externalisation v/s internalisation

- Réduction des coûts
- Accès à une expertise non disponible en interne
- Flexibilité
- Maîtrise de la culture d'entreprise
- Implication des agents
- Stabilité des équipes
- Sécurité des données



CRC = Back Office du traitement des demandes clients



Les avantages :

- Un maintien de la relation avec les acteurs de front office
- Une industrialisation et homogénéisation des traitements back-office

CRC = 1^{er} point d'entrée des sollicitations clients à distance



Les avantages :

- Optimisation des ressources et continuité d'activité
- Un pilotage centralisé des flux et de la qualité de service
- Une réponse homogène apportée aux locataires
- Une + forte transversalité

Les CRC les plus matures du secteur traitent

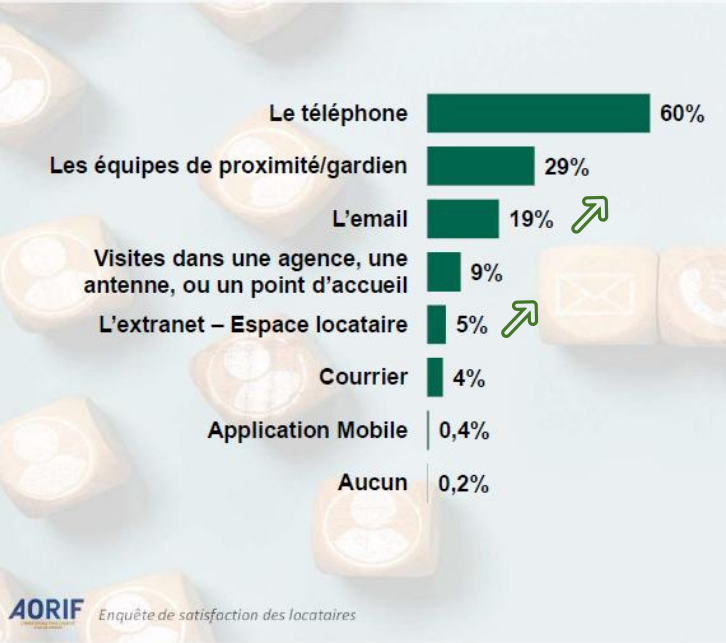
60% des demandes en niveau 1

CRC en niveau 1 ou 2 ?

Les attentes des locataires

Exemple de l'Ile de France

Ensemble des locataires
Q18. Quels sont les moyens de communication que vous privilégiez pour contacter votre bailleur ?
Base : 38 875

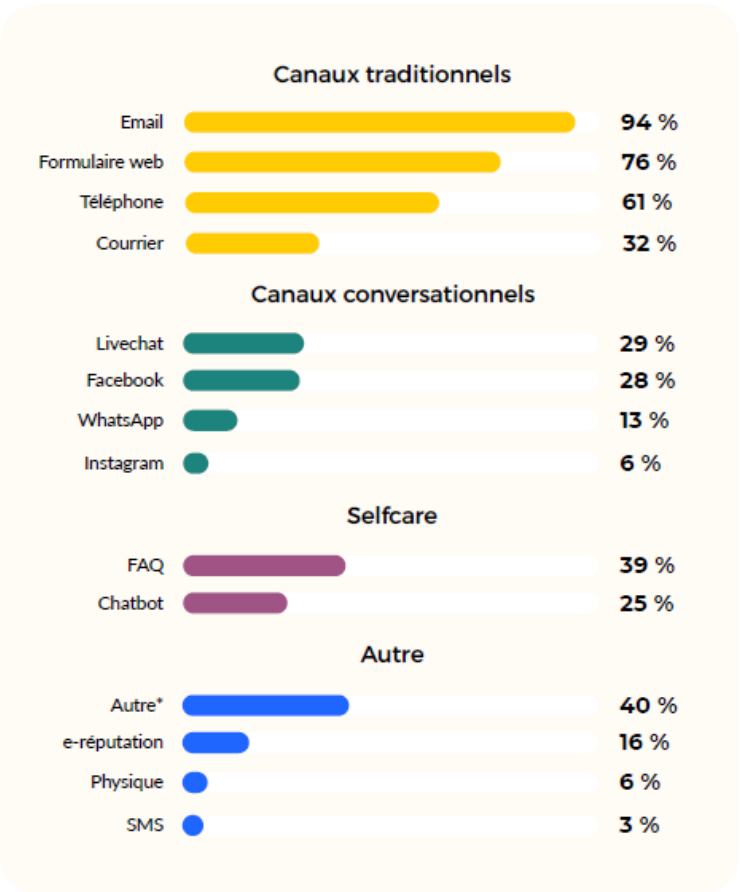


8 à 12 sollicitations par an par logement

- Un maintien du téléphone et des acteurs en proximité comme interlocuteur privilégié des locataires
- Une hausse du canal email et formulaire web poussée par la structuration de ces canaux
- 5 canaux proposés en moyenne

Les canaux gérés par les CRC, tous secteurs confondus

Quels sont les canaux de contact que vous utilisez pour votre service client ?



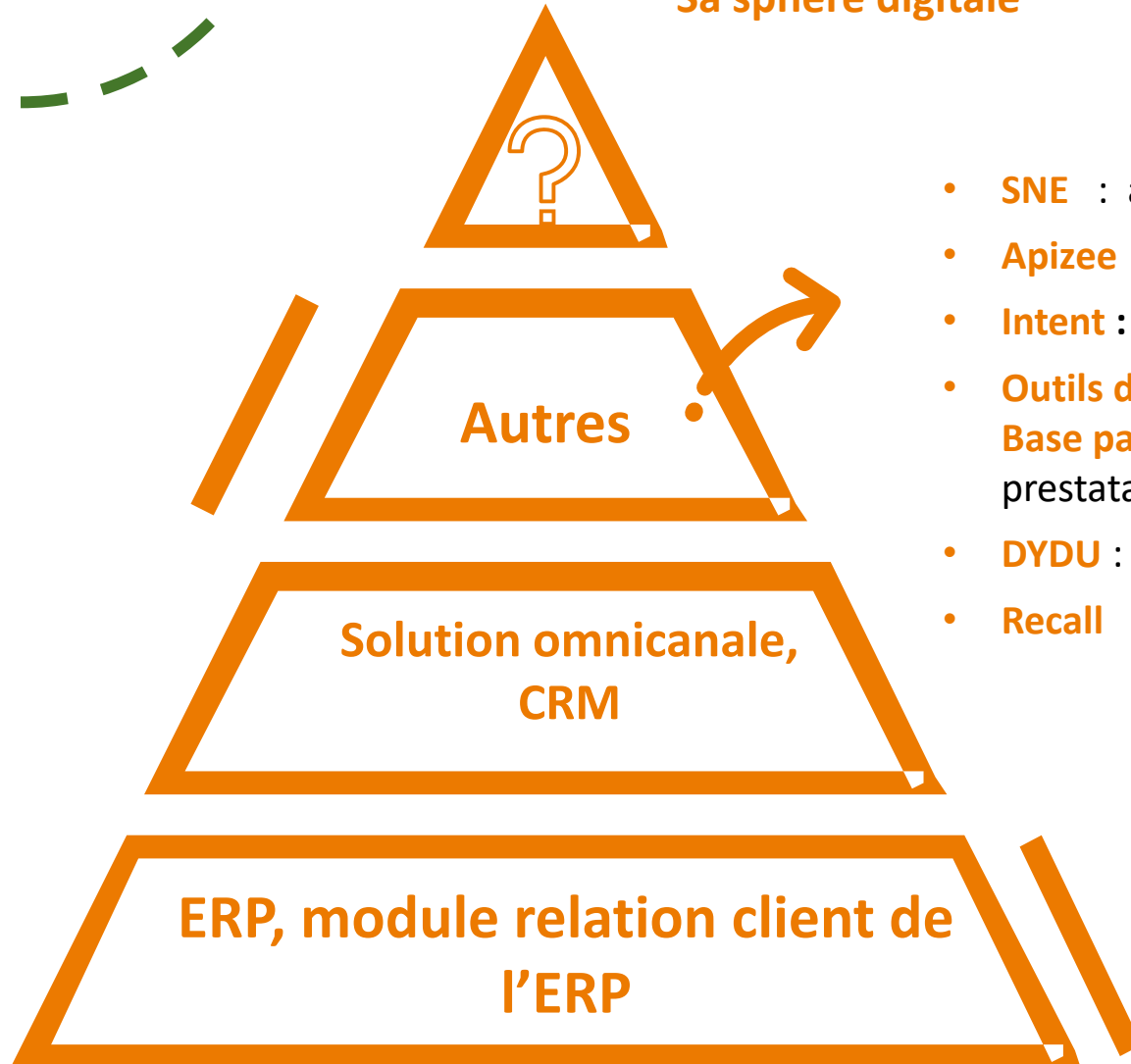
Les CRC les plus matures du secteur traitent 60% des demandes en niveau 1

Source : Enquête CIM -
oct 25
20 répondants



LES MOYENS DU CRC

Sa sphère digitale



- **SNE** : attribution
- **Apizee** : Diagnostic technique à distance/Visio
- **Intent** : suivi des prestataires
- **Outils de paiement** (SystemPay) : recouvrement
Base patrimoniale /suivi contrats maintenance : mobilisation des prestataires
- **DYDU** : chatbot dopé par l'IA générative
- **Recall**



LES MOYENS DU CRC

Ses locaux et sa situation physique

70 %



Tous les collaborateurs
sont sur le même site

20 %



Les collaborateurs sont
sur plusieurs sites

10 %



Une partie des collaborateurs
est en agence

Des hybridations pour une optimisation de la gestion, une diversité de situations pour améliorer l'attractivité des postes

- Des collaborateurs en interaction avec les acteurs de terrain,
- Des collaborateurs qui expérimentent différentes situations de gestion : accueil physique, acc. Tel, campagne d'appels sortant, courrier et administratif
- Des collaborateurs sur des sites différents selon les semaines
- Implique un management qui s'adapte et gère ces différentes situations

A large yellow circle on the left side of the slide, partially cut off by the edge.

Les CRC, des
vecteurs de
changement

Une opportunité de faire évoluer les cultures professionnelles

- Définition des processus
- Démarche Qualité, certification, labellisation
- Engagements de service
- Symétries des attentions
- Indicateurs (KPI) : tableaux de bord, satisfaction client



Quelques indicateurs de performance

LA PERFORMANCE D'UN CONSEILLER

- Durée moyenne de conversation
- Durée moyenne de traitement
- Nb de demandes clôturées
- Taux de once and done



Formuler des indicateurs en phase avec **les ambitions du CRC et ses engagements de service**

LA PERFORMANCE D'UN CRC

- Délai de prise en charge des demandes
- Délai de clôture des demandes
- Nombre de demandes clôturées / demandes reçues
- Taux de Once and Done global



65 % formulent des engagements clients en lien avec la disponibilité, traçabilité et délai de traitement



85% ne formulent pas d'engagement entre le CRC et le niveau 2

Conditions de mise en œuvre



DÉFINITION DE
L'ORGANISATION
MULTICANALE



EVALUATION DES
VOLUMÉTRIES ET
DIMENSIONNEMENT
DES ÉQUIPES



CARTOGRAPHIE DES
DEMANDES ET
PÉRIMÈTRES DE
RESPONSABILITÉ



DÉFINITION DES
MÉTIERES ET DES
PARCOURS
PROFESSIONNELS



ACTIVITY BASED
OFFICE



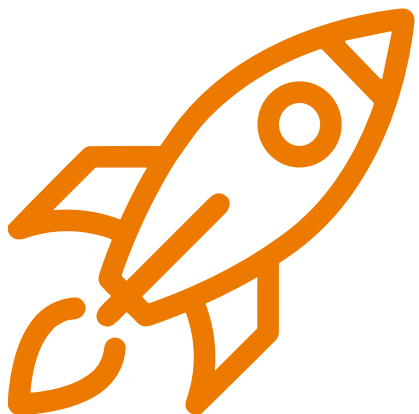
TÉLÉPHONIE, CRM, ERP



PILOTAGE



CONDUITE DU
CHANGEMENT



Quelles évolutions vous semblent prioritaires pour l'avenir des CRC ?

- Renforcement de la proximité (visio, téléphone, accueil physique)
- Intelligence Artificielle
- Traitement des situations complexes / fragilités sociales
- Développement du traitement multicanal
- Mutualisation entre bailleurs
- Transformation des compétences internes (spécialisation, polyvalence, gestion de la...)

10

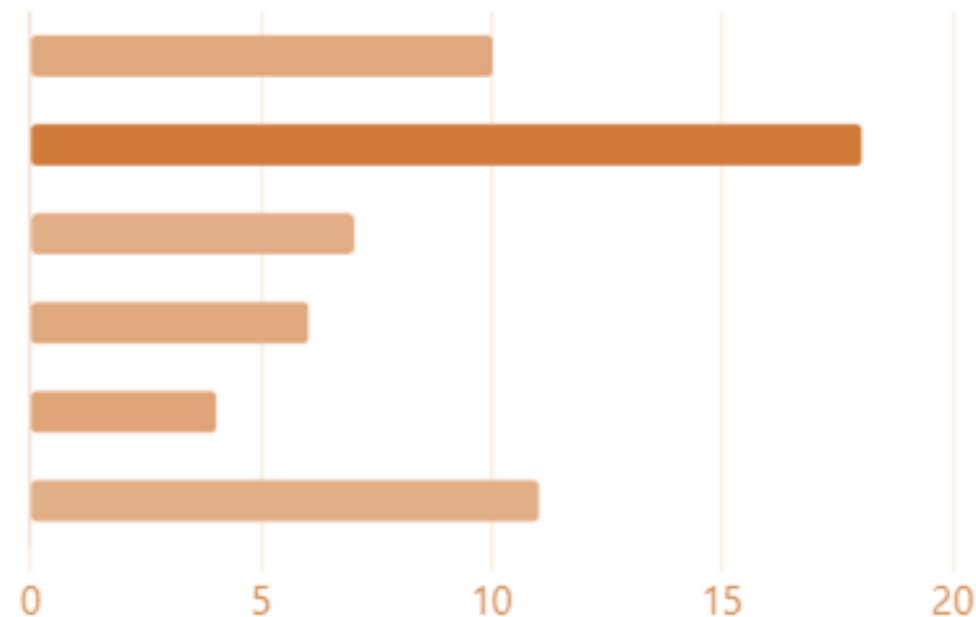
18

7

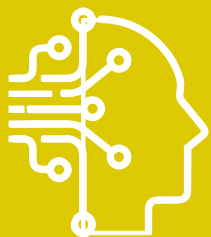
6

4

11

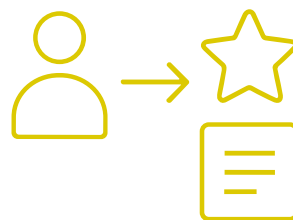


Enjeux



Intégrer l'IA comme levier de performance

Automatiser les traitements de masse et à faible valeur humaine



Accompagner les équipes dans ces transformations

Accélération : Gérer les conditions de travail sous pression (volumes d'appels, incivilités, objectifs)

Formation : accompagner la montée en compétences sur de nouveaux périmètres

Encapacitation : Avoir des conseillers autonomes, disposant d'une marge de manœuvre pour résoudre des situations complexes ou des charges émotionnelles importantes

Fidélisation : accompagner l'évolution des métiers, créer des parcours professionnels



Travailler sur une expérience client différenciante

Au-delà de la réactivité et de l'immédiateté : fiabilité, confiance,...

Une attention personnalisée et adaptée à chaque contact : quels leviers entre humain et digital

Répondre à la diversité des besoins : seniors, jeunes, actifs, fragiles

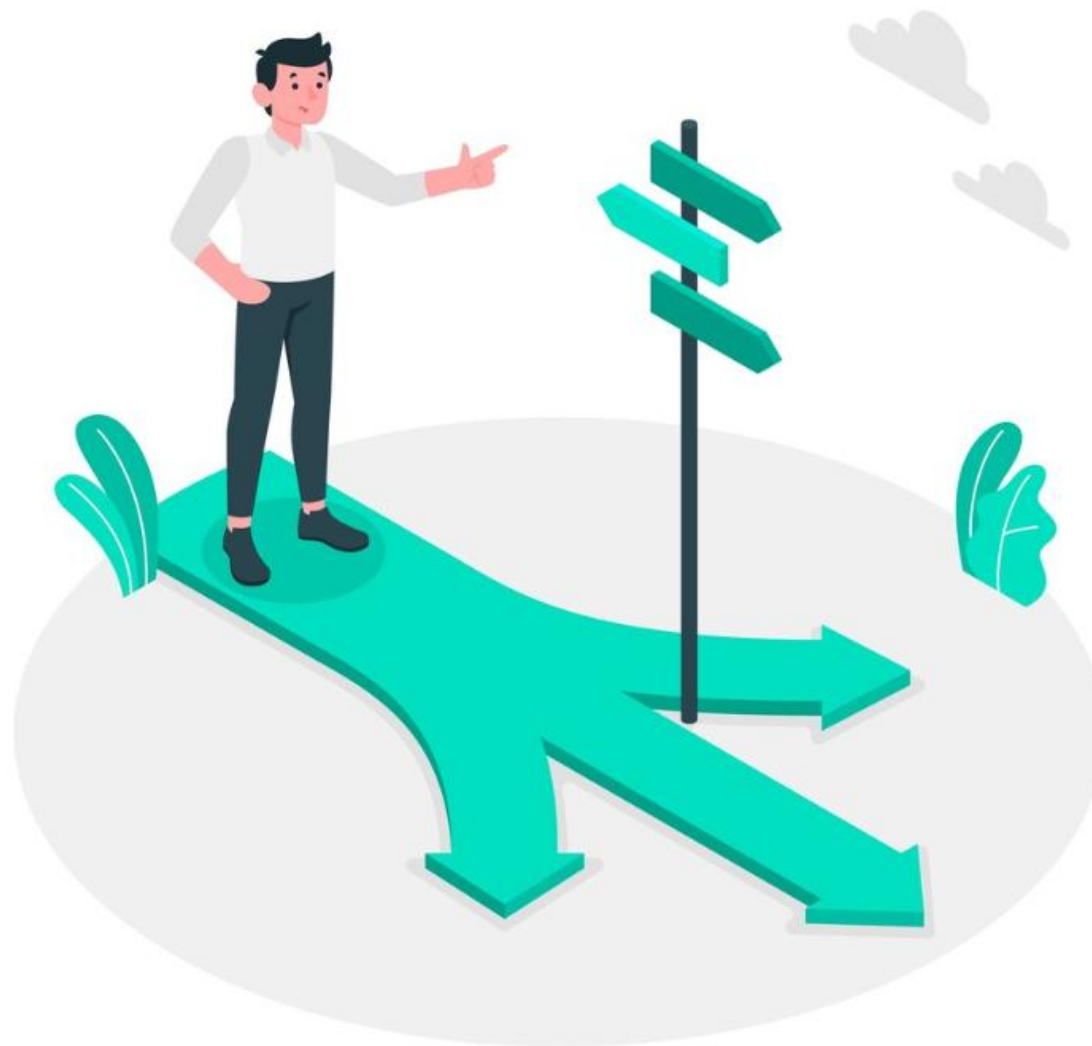


GROUPE IDELIANS

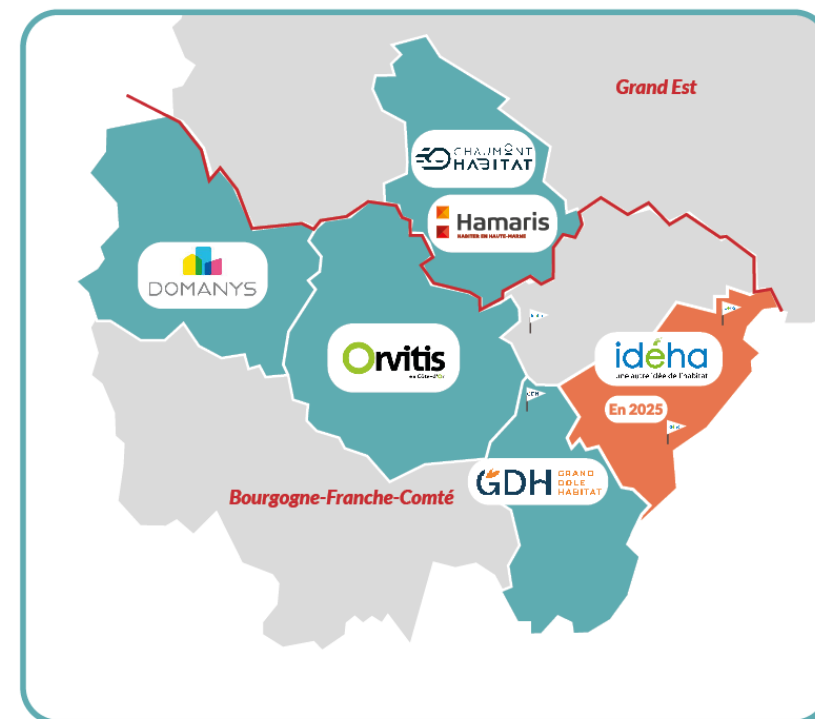
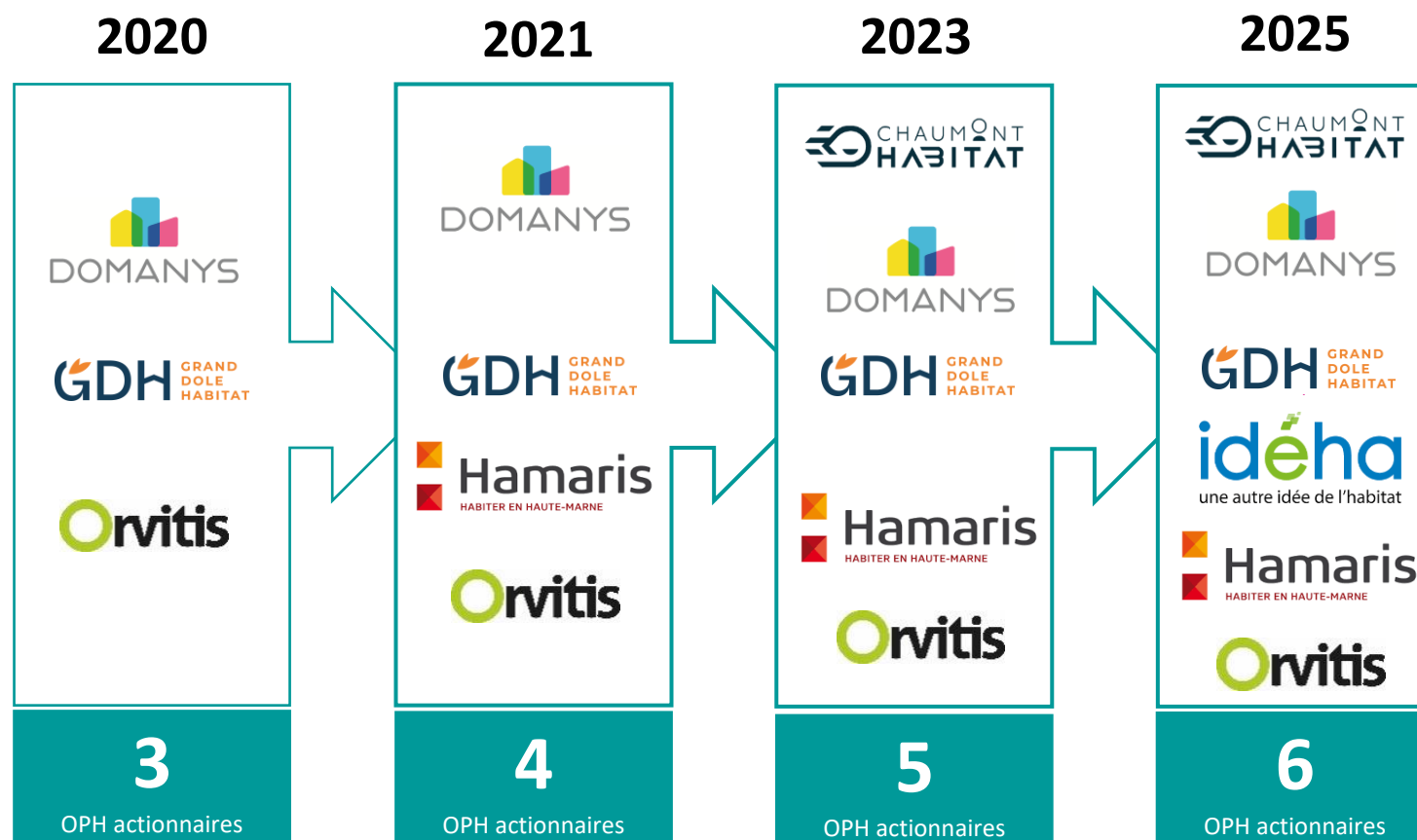
06 Novembre 2025



Notre Histoire



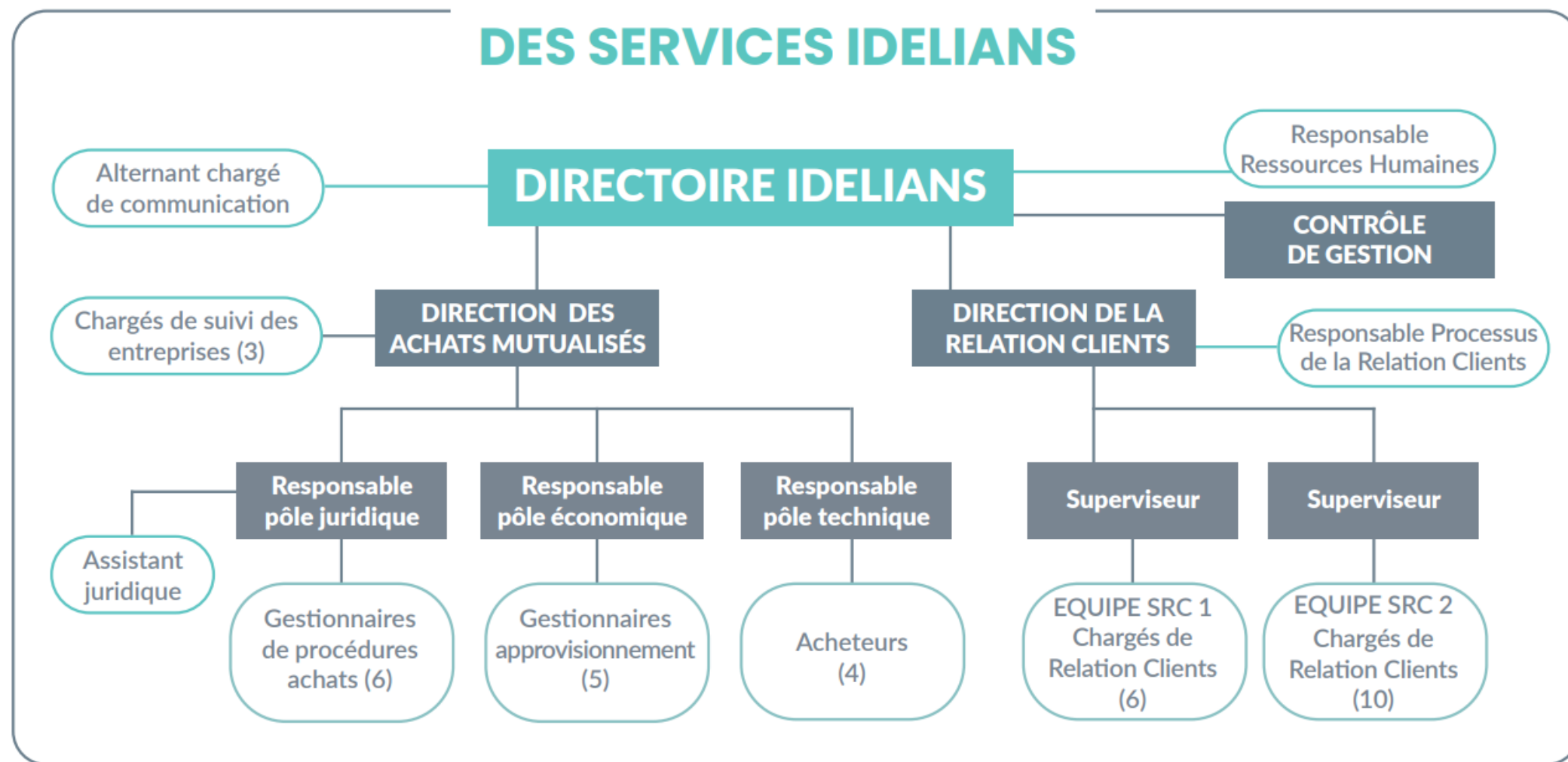
Un agrandissement conservant une cohérence et une proximité territoriale



Notre Organisation



ORGANIGRAMME DES SERVICES IDELIANS

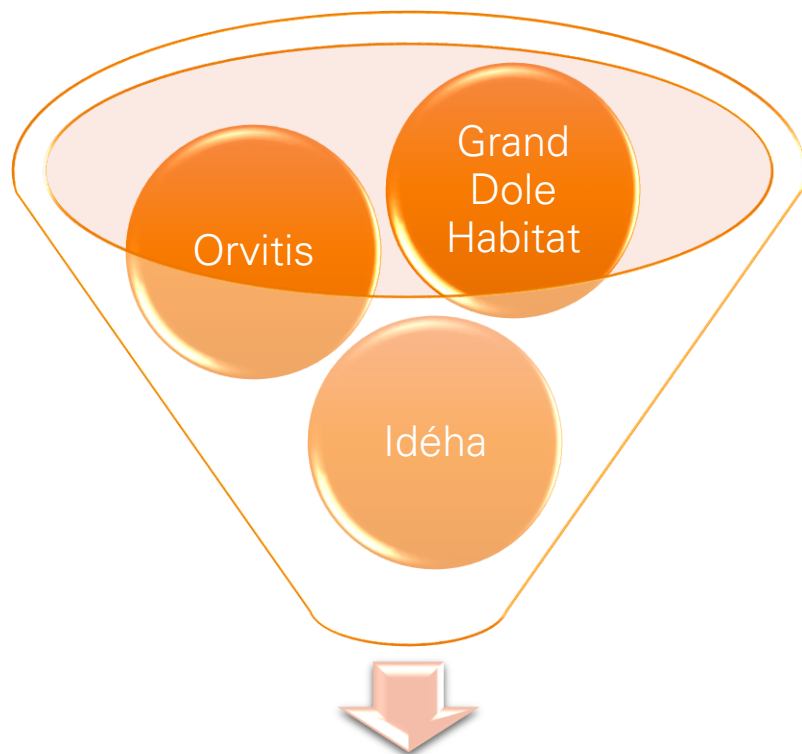


L'organisation de la Direction Relation Client



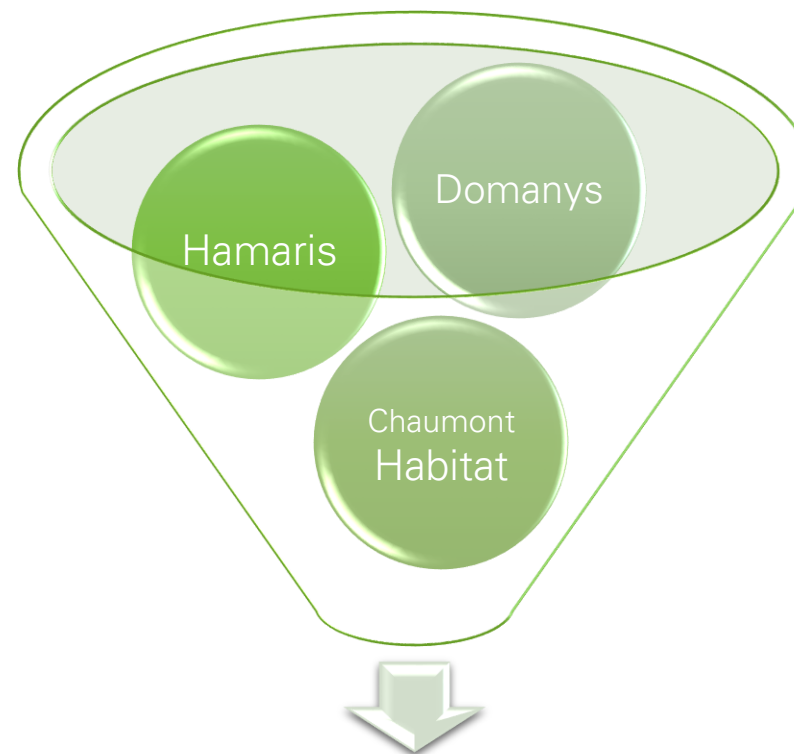
☎️ ☎️ 2 Centres d'appels : Dijon (21) et Auxerre (89)

👤 👤 22 personnes: 2 Superviseurs / 18 Chargées de Relation Client / 1 Cheffe de projet Relation client / 1 Directeur de la Relation Client



Site de Dijon

44% des flux



Site d'Auxerre

56% des flux

Territoires et chiffres clés



Territoires et chiffres clés 2024-2025



Un groupe inter-régional qui permet le renforcement de chaque Organisme

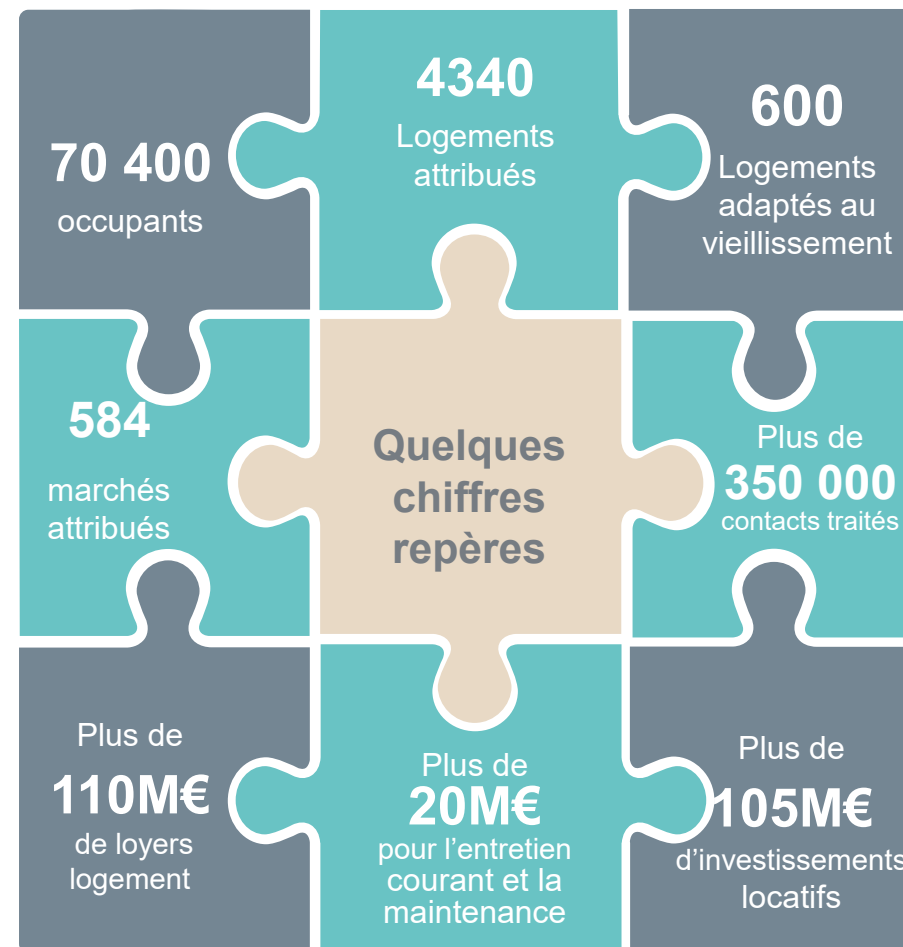
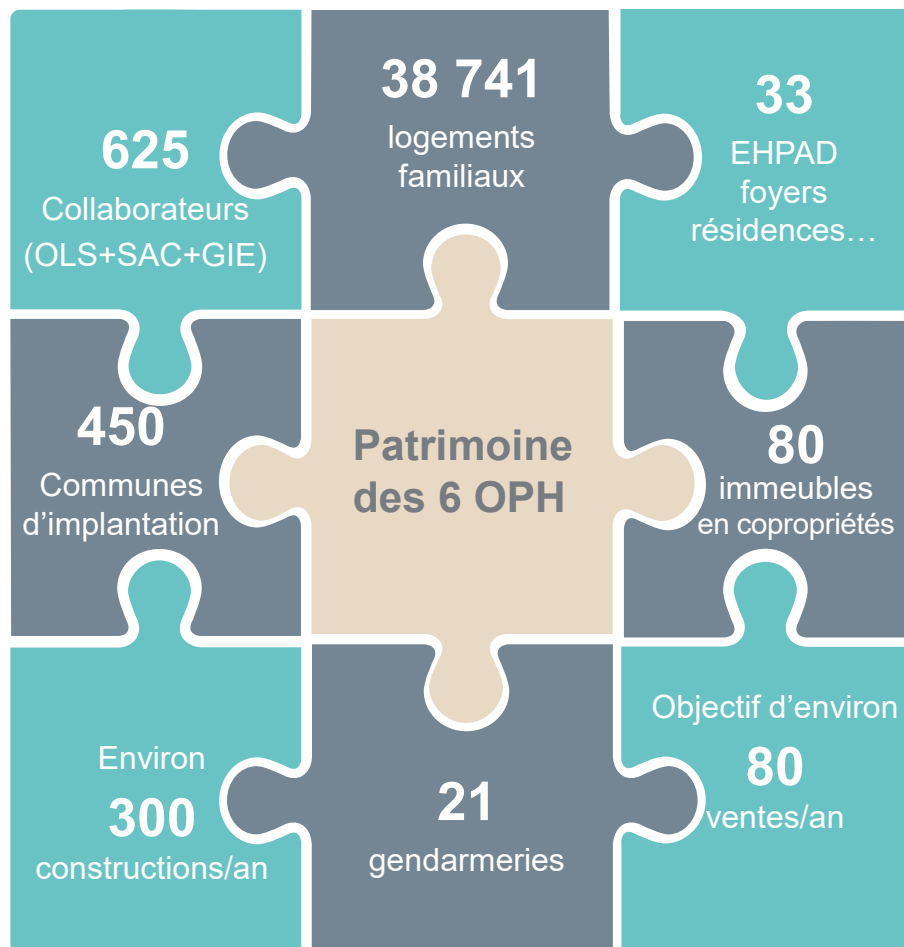




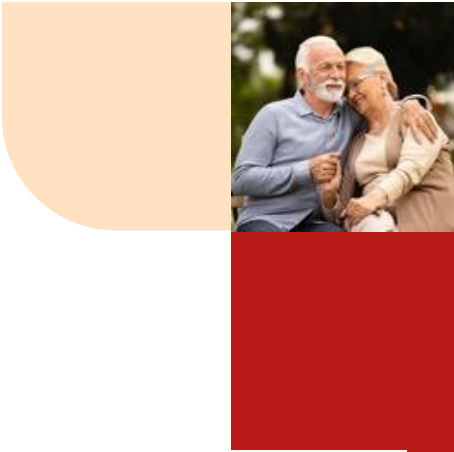
Table ronde : Regards croisés sur la mise en place de CRC

06 novembre 2025





PRESENTATION DU GROUPE BATIGERE



LE GROUPE BATIGERE

-  **1985** Date de création du Groupe Batigère
-  **1** Territoire National
-  **+ de 100 000** logements gérés
-  **3 000** collaboratrices & collaborateurs
-  **9** Structures membres du Groupe Batigère, dont **7** dédiées à l'habitat

LES 4 PILIERS DU GROUPE BATIGERE

Batigère rassemble des acteurs de l'habitat et du monde associatif, au bénéfice des publics fragiles, des territoires et de l'économie locale.



Logement locatif social



Logement locatif intermédiaire



Trait social



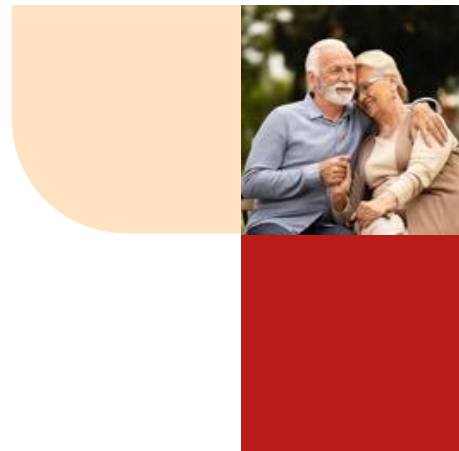
Services immobiliers





1

PRESENTATION DE LA SOCIETE BATIGERE HABITAT



NOS IMPLANTATIONS

- Grand Est
- Ile-de-France

Fonctions Supports
Siège Social & Directions Régionales

Relation Client
Agences & Directions Territoriales

Batigere Habitat EN QUELQUES CHIFFRES

1 Siège Social

2 Directions Régionales

30 Implantations de proximité

près de
400 communes d'implantation

5 500 logements attribués/an

76 000 logements gérés

100% logements neufs certifiés NF Habitat HQE™ ou Bâtiment Energie Environnement





MISE EN PLACE DES 2 CRC

Date :

CRC Grand Est : Décembre 2019, après 2 ans de développement,

CRC IDF : Décembre 2023, après 8 mois de développement.

Contexte :

- Taux d'efficacité moyen des standards des agences en baisse en 2017, à 70%,
- Fort taux de ré appels
- Forte disparité du taux d'efficacité entre agences (entre 45 et 85%),
- Standards des agences assurant l'accueil physique ET téléphonique,
- Petites agences en difficulté,

Enjeux :

- Améliorer la qualité de l'accueil en agence (uniquement physique),
- Améliorer la traçabilité des réclamations, donc leur traitement,
- Professionnaliser l'accueil téléphonique (automatisation, baisse des ré appels),
- Uniformiser l'efficacité sur l'ensemble des territoires.





Résultats actuels et constats



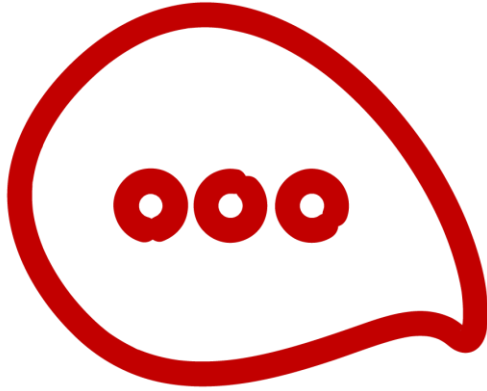
- **Les points forts :**

- Taux d'efficacité moyen autour de 80%,
- Ré appels passés de 40 à 15%,
- Callbot pour les appels prospects,
- Développement des appels sortants.

- **Les axes d'amélioration :**

- Lutte contre la dépersonnalisation, et la distanciation des personnels de proximité,
- Lissage des phénomènes saisonniers (ex : période de mise en chauffe),
- Passerelle vers d'autres métiers

CONTACT



- **Laurent LETT**
- **Directeur Général Adjoint**
- **06 64 17 05 41**
- **laurent.lett@batigere.fr**



A background image showing three people in a meeting. Two men and one woman are seated at a table, looking at a laptop screen. The man on the left has a beard and is gesturing with his hand. The man in the middle is wearing glasses and holding a pen. The woman on the right is seen from the back. The image is overlaid with a dark blue semi-transparent layer.

Impact de l'IA sur les métiers de la Relation Client

Les informations contenues dans cette présentation sont confidentielles ; elles ne peuvent pas être utilisées sans l'autorisation de ses auteurs.

2025



Etude

L'évolution des métiers dans la relation client avec l'utilisation de l'IA : nouvelles compétences, changements organisationnels, défis et opportunités



Ilaria DALLA-POZZA

Professeure de Marketing Ipag Business School



Avec le soutien de



Contexte

- Le terme « intelligence artificielle », ou IA, est utilisé pour désigner des systèmes informatiques et des machines avancés qui imitent les fonctions « cognitives » du cerveau humain, telles que l'apprentissage, le raisonnement et la planification
- L'essor récent de l'IA repose sur des avancées majeures en matière de puissance de calcul, de traitement de données massives (big data) et d'algorithmes d'apprentissage automatique (machine learning)
- L'émergence de l'IA générative – rendue particulièrement visible par le lancement de ChatGPT a accentué l'intérêt porté à l'intelligence artificielle en entreprise
- L'intelligence artificielle s'est ainsi rapidement diffusée dans la vie quotidienne
- Parmi les secteurs particulièrement concernés, celui de la relation client est en première ligne



- La mise en œuvre des outils d'IA et IA générative soulève des enjeux humains et organisationnels cruciaux: quel avenir pour les centres de contact et pour les professionnels qui y exercent ? Comment redéfinir les rôles dans un environnement où les technologies d'IA prennent une place croissante ?
- Face à ces enjeux, l'Association Française de la Relation Client (AFRC) a souhaité confier à une équipe de recherche de l'IPAG Business School une étude dédiée à l'impact de l'intelligence artificielle et de l'IA générative sur les métiers de la relation client

Agenda

- Méthodologie de l'étude
- Une classification des outils d'IA
- Les raisons d'utilisation des applications d'IA
- Le changement du métier du conseiller
- Le changement du métier de manager
- Le bien être des conseillers
- Facteurs clé du succès
- Les approches différentes de la mise en œuvre

Méthodologie

14

entretiens ont été réalisés

- Méthodologie qualitative, fondée sur la réalisation d'entretiens semi-directifs d'une durée comprise entre une et deux heures.
- Ces entretiens ont été menés auprès de directeurs de la relation client appartenant à de grandes entreprises françaises, membres de l'AFRC, sélectionnées par l'équipe de recherche
- Les entreprises interrogées représentent différents secteurs d'activité

Les outils d'IA ou IA générative utilisés

Deux axes de classification ont été proposés :

1. Sur la base du profil de l'utilisateur:
 - Les applications d'IA destinées aux clients
 - Les applications d'IA à usage interne et/ou conçues pour accompagner les conseillers dans leurs activités liées à la relation client
2. Sur la base du niveau d'interaction entre le conseiller et la machine (zéro interaction, transfert de contact client, collaboration interactive)

Les outils d'IA destinés aux clients

- Voice bots (agents vocaux intelligents capables de comprendre le langage naturel)
- Chatbots (chatbots traditionnels ou fondés sur l'IA générative)
- Certaines entreprises n'ont pas développé d'outils d'intelligence artificielle à destination des consommateurs

Les applications d'IA destinées aux clients : exemples

- Les callbots et les chatbots sont en mesure de prendre en charge de manière autonome certains échanges avec les clients, en particulier les demandes les plus simples (horaires, suivi de commandes, retours de produits)
- En général, ces solutions n'excluent pas systématiquement l'intervention d'un collaborateur : l'interaction homme-machine dépend du degré de complexité de la demande. Lorsque l'IA n'est pas en mesure de répondre de manière satisfaisante, elle redirige la requête vers un conseiller.



Les applications d'IA destinées aux clients : exemples



Nous avons implémenté un agent de messagerie IA. Depuis janvier, nous avons beaucoup travaillé avec le Brésil, car WhatsApp au Brésil est très utilisé par les Brésiliens.

C'est un équivalent de WeChat pour les Chinois et les Brésiliens, les Brésiliens prennent rendez-vous avec leur médecin par WhatsApp, ils font tout par WhatsApp et donc nous avons décidé de brancher ChatGPT directement sur WhatsApp.

Et donc si le client a des questions sur le produit, il peut discuter sur WhatsApp pour obtenir une réponse instantanée.

Et si vous voulez un devis, alors vous ferez le devis.



Les applications d'IA à usage interne et/ou conçues pour accompagner les conseillers dans leurs activités liées à la relation client

POUR LES CONSEILLERS (surtout outils type chatGPT ou speech analytics)

- la génération de réponses personnalisées (qui peuvent être ensuite modifiées par le conseiller) et l'aide à la rédaction,
- le résumé automatique des échanges,
- l'extraction de motifs (plaintes fréquentes, questions récurrentes)
- l'analyse des sentiments en temps réel,
- la classification automatique des requêtes clients,
- la traduction en direct,
- la transcription des conversations téléphoniques (outils de speech analytics) avec les clients pour en permettre la synthèse automatique,
- le reporting des KPI (temps de réponse, satisfaction client, etc.),
- le support aux conseillers pour retrouver rapidement des informations dans la base de connaissance de l'entreprise,
- la gestion et la réponse aux réclamations



Je gagne 20 secondes



Cela s'est traduit par un gain de temps d'environ 50 % pour les agents



Les applications d'IA à usage interne et/ou conçues pour accompagner les conseillers dans leurs activités liées à la relation client

- Le conseiller est déchargé de nombreuses tâches répétitives : rédaction, suivi administratif, gestion de demandes récurrentes, etc.
- Cela lui permet de se recentrer sur l'essentiel : l'adaptation fine de la réponse, la compréhension de l'historique du client, et une prise en charge plus personnalisée, empathique et qualitative.

RAISONS D'UTILISATION
DES OUTILS
D'INTELLIGENCE
ARTIFICIELLE

Efficacité et productivité

Accompagnement des conseillers

Expérience client

Disponibilité et autonomie du client

Gestion des données et de la qualité

Enjeux stratégiques et concurrentiels

Le changement du métier de manager

- Quality monitoring
- Impact des outils de speech analytics (analyse vocale)
- Évaluer la performance des conseillers à travers des indicateurs extrêmement objectifs
- L'automatisation des écoutes et la génération automatique des fiches de performance offrent aux managers un gain de temps significatif
- Coaching individualisé, l'accompagnement des collaborateurs, ou encore le développement des compétences au sein des équipes
- Risque: émergence d'un « management scientifique »

Facteurs clés du succès

- Accompagnement progressif des employés dans la transition.
- Aider les collaborateurs à imaginer en quoi l'intelligence artificielle peut enrichir, plutôt que remplacer, leur poste
- L'intelligence artificielle n'est pas simplement présentée comme une mise à niveau technologique, mais comme un catalyseur de redéfinition des responsabilités professionnelles et de création de nouvelles opportunités de valeur
- Favoriser le feedback de conseillers
- Favoriser l'échange collectif

Les approches de la mise en oeuvre

- Les propos recueillis dans le cadre de cette étude révèlent une prise de conscience marquée et une réflexion approfondie de la part des acteurs interrogés, notamment sur les défis éthiques et sociétaux que soulève l'intégration croissante de l'IA.
- Deux approches distinctes (bipolarité) :
 - Une approche productiviste, centrée sur l'amélioration de la performance, la réduction des coûts, l'optimisation des processus, la diminution des effectifs – notamment ceux issus de l'externalisation
 - Une approche centrée sur l'humain (human-centered), qui vise à utiliser l'IA comme un levier d'appui aux collaborateurs, en valorisant le bien-être au travail, l'excellence relationnelle et le développement des compétences.

Le leadership

« Nous, **on fait le choix** que rien ne remplace des hommes et des **femmes** à travers le conseil ou dans des situations de stress ou de colère. Et donc, en fait, on fait vraiment le dispatch. C'est-à-dire que moi, je reçois plein d'éditeurs qui m'expliquent « on va vous digitaliser 100% de vos motifs d'appel » . Je dis « mais moi, ça ne m'intéresse pas en fait » .

« Il y a des grandes entreprises de la tech américaine qui ont dit... Nous, on a supprimé tant de développeurs et maintenant, c'est l'IA qui le fait parce qu'elle va plus vite, parce que ça nous coûtera moins cher. **Ce n'est pas notre parti pris** ».

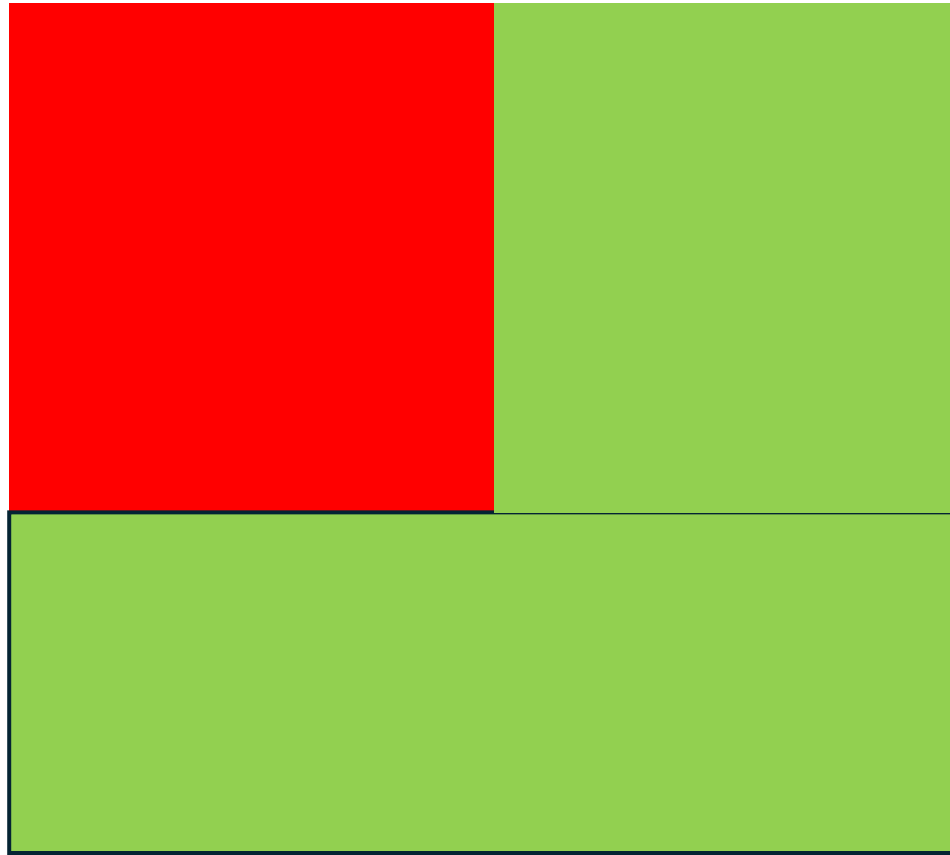




LA GRANDE QUESTION

Comment utiliser le temps gagné?

— Le temps gagné



— La place de l'humain et de la leadership

- Les entreprises devront être créatives et imaginer les nouvelles compétences humaines à développer pour les conseillers
- Prahalad and Hamel (1990), Compétence clé:
 - offrir une valeur ou des bénéfices supérieurs au consommateur
 - être difficile pour un concurrent de le reproduire ou de l'imiter

Comment construire la rareté ? La recherche du SENS, le bien être eudémonique, le sens de la collectivité

Merci

De votre attention



Ilaria DALLA-POZZA

Professeure de Marketing Ipag Business School

i.dalla-pozza@ipag.fr

06 42 01 11 22



Avec le soutien de



CR de l'atelier

Rappel de l'objectif de l'atelier : L'atelier visait à identifier les opportunités offertes par l'IA dans les Centres de Relation Client (CRC), les impacts possibles sur les métiers (conseillers, gardiens, agences) et les freins à anticiper.

Trois groupes ont travaillé sur les mêmes questions avant de restituer leurs analyses. Seule la partie 1 a été traitée par les participants.

Atelier du 6 novembre 2025

CLUB INNOVATION & MANAGEMENT

Consignes

Former trois groupes de dix personnes. Chaque groupe doit désigner un facilitateur et un rapporteur. Chaque groupe disposera de 40 minutes de travail. Enfin, chaque rapporteur présentera une restitution de 7 à 8 minutes.

Partie 1 – Automatisation des tâches d'un CRC : quelles opportunités ?

1. AUTOMATISATION : Quelles tâches pourriez-vous automatiser grâce à l'IA dans votre CRC ?
Suggestion : La réflexion peut porter sur les outils d'IA mis à disposition des clients et des conseillers.

CÔTÉ CLIENT :

Quelles typologies de requêtes clients pourraient être automatisées et prises en charge par l'IA (callbot ou chatbot) ? Quel outil serait le plus pertinent ?

CÔTÉ CONSEILLER :

Quelles tâches pourraient être automatisées en priorité pour les conseillers ?

2. TEMPS GAGNÉ :

Comment réallouer le temps gagné par les conseillers grâce à la mise en œuvre d'outils d'IA ?

3. GARDIENS ET AGENCES :

Quel serait l'impact de l'IA sur les métiers de gardiens et sur les agences ?

4. FREINS :

Quels seront les principaux freins à la mise en œuvre de l'IA dans votre CRC ?

Partie 2 – Focus outil : chatbot

Réfléchissez à l'introduction d'un chatbot pour les clients (locataires) dans votre relation client.

5. CLIENT : Comment les clients vont-ils réagir ? Sont-ils prêts à interagir avec un chatbot ?
Comment la relation client va-t-elle changer ?

Questions facultatives

6. APPROCHE HYBRIDE : Quelles tâches ou interactions clients nécessiteront une approche hybride (IA + humain) ?

7. VISION : Comment imaginez-vous la relation client dans votre entreprise d'ici cinq ans ?
Quelle vision et quelle mission souhaitez-vous projeter ?

Partie 1 : Automatisation des tâches d'un CRC : quelles opportunités ?

1. AUTOMATISATION : Quelles tâches pourriez-vous automatiser grâce à l'IA dans votre CRC ?

→ CÔTÉ CLIENT : Quelles typologies de requêtes clients pourraient être automatisées et prises en charge par l'IA (callbot ou chatbot) ? Quel outil serait le plus pertinent ?

1. Automatisation des demandes documentaires

Emission automatique de documents (quittance, avis d'échéance, justificatifs de domicile, documents liés au bail)

Envoi instantané par SMS/Mail

2. Informations liées au compte locataire

Consultation du solde du compte

Informations sur le mode de paiement, la mise en place et le suivi d'un plan d'apurement

Statut des documents obligatoires (ex. attestation d'assurance)

3. Informations patrimoniales et techniques

Les travaux en cours dans la résidence

Les interventions programmées

Les pannes récurrentes (ex : ascenseur, chauffage)

Les informations de contexte (commune, résidence, parties communes...)

4. Gestion automatisée des demandes simples

Réponses aux questions récurrentes (chauffage, charges, SLS/OPS, RLS...)

Orientation vers les bons interlocuteurs (CAF, prestataires techniques)

Callbot pour filtrer, qualifier et orienter les demandes entrantes

Prise de rendez-vous techniques ou administratifs

5. Automatisation proactive : envoi d'informations ou alertes

Notification automatique en cas d'incident technique identifié

Suivi d'une intervention et information en temps réel

Mise à jour du client sur l'avancement de ses demandes

Résumé annuel des actions réalisées sur la résidence

Outils jugés les plus pertinents :

Les Callbots pour :

- filtrer les appels
- Orienter vers les bons services (CAF, prestataires...)
- gérer les périodes de pic
- fournir une réponse immédiate sur les sujets simples

Les Chatbot :

- Répondre aux besoins 24/7 délivrer les documents
- traiter les demandes simples via l'espace client
- Fournir des informations techniques ou contractuelles

1. AUTOMATISATION : Quelles tâches pourriez-vous automatiser grâce à l'IA dans votre CRC ?

→ CÔTÉ CONSEILLER : Quelles tâches pourraient être automatisées en priorité pour les conseillers ?

1. Taches administratives répétitives

Relance automatisée (assurance, enquête SLS/OPS, retard de paiement avec envoi d'un lien)

Génération automatique de document

Contrôle documentaire et alerte en cas de pièces manquantes

2. Support à la gestion des appels

Pop-up information client (identification du locataire, info sur la résidence)

Analyse automatique des appels (mots clés critiques ; urgence ou insatisfaction), détection de signaux faibles, évaluation des sentiments

Synthèse automatique des échanges téléphoniques

Traduction pour les locataires allophones

3. Automatisation de la qualification des demandes

Regroupement des appels liés à une même panne (ex : ascenseur, chauffage)

Envoi automatique d'une alerte massive aux occupants concernés

Orientation directe vers le partenaire compétent

4. Amélioration pilotage et performance

Tableau de bord du conseiller mis à jour quotidiennement

Détection des dossiers non traités ou présentant des anomalies

Consolidation automatique de l'historique client

5. Aide à la formation et montée en compétence

Simulateur d'appels pour entraîner les conseillers

Guidage automatique pendant l'appel

Analyse des pratiques

Partie 1 : Automatisation des tâches d'un CRC : quelles opportunités ?

2. TEMPS GAGNÉ : Comment réallouer le temps gagné par les conseillers grâce à la mise en œuvre d'outils d'IA ?

Le temps libéré par l'IA serait utilisé pour **renforcer la valeur ajoutée humaine** du CRC.

Les groupes identifient quatre usages prioritaires :

1. Mieux traiter les situations complexes et urgentes

Plus de disponibilité pour gérer l'insatisfaction, les dossiers sensibles, les cas graves ou nécessitant un accompagnement spécialisé et rapprocher ou

2. Développer les actions proactives et sortantes

Réaliser davantage d'appels sortants : enquêtes de satisfaction, suivi de travaux, prévention (fragilités, canicule), accompagnement des entrants.

3. Améliorer le fonctionnement interne

Temps pour analyser les pratiques, optimiser les process, travailler en équipe et renforcer la coopération.

4. Monter en compétences et encadrer l'IA

Formation, appropriation des outils, contrôle qualité des réponses de l'IA, enrichissement des bases de connaissances.

Partie 1 : Automatisation des tâches d'un CRC : quelles opportunités ?

3. Quel serait l'impact de l'IA sur les métiers de gardiens et sur les agences ?

Impact sur les gardiens

- **Plus de présence terrain** grâce à la réduction des tâches administratives
- **Meilleure priorisation des interventions** via des alertes ou tableaux de bord automatisés
- **Détection facilitée des problèmes**
- **Organisation optimisée** : tournées, régie, tâches à réaliser
- **Vision plus précise du patrimoine** via des statistiques et signaux faibles consolidés
- **Aide à la transcription** ou à la rédaction de compte rendus

Impact sur les agences

- **Aide à la décision** : repérage des problématiques techniques et signaux faibles sur le patrimoine à partir de photos du patrimoine
- **Pilotage renforcé** : indicateurs disponibles en temps réel
- **Suivi amélioré des prestataires** grâce au croisement des données d'interventions

Partie 1 : Automatisation des tâches d'un CRC : quelles opportunités ?

4. Quels seront les principaux freins à la mise en œuvre de l'IA dans votre CRC ?

- **Coût économique et écologique** : le coût de mise en place et l'impact environnemental
- **Risque de déshumanisation** : peur que l'IA affaiblisse la relation humaine et la présence physique du bailleur, considérée comme essentielle dans les quartiers
- **Craintes des salariés** : inquiétudes autour de la perte d'emploi, du « flicage »/contrôle, du stress, de la résistance au changement et des impacts sur les parcours professionnels
- **Contraintes techniques et organisationnelles** : compatibilité avec le système d'information, dépendance aux éditeurs, qualité et mise à jour des données, besoins en temps et ressources pour le déploiement
- **Accessibilité** pour certains publics notamment pour les seniors ou personnes ayant des difficultés avec la langue française.