

Élaborer une stratégie réussie pour la maison intelligente

Guide pour les Fournisseurs de Services de Communication



Introduction

Les maisons connectées font aujourd'hui partie de notre quotidien, avec leur grande variété d'appareils et de services que nous adoptons un peu plus chaque jour.

Et cela entraîne de grands changements, mais aussi des défis, pour les fournisseurs de services de communication (CSP) qui proposent depuis longtemps à leurs clients des offres groupées de services vocaux, vidéo et de données par abonnement.

Les technologies des maisons connectées nécessitent une connectivité rapide, omniprésente et fiable. Si les CSP arrivent à répondre à ce besoin et à en dériver de nouveaux services numériques et basés sur le cloud pour la prochaine génération de maisons connectées, ils pourront transformer leurs activités actuelles, défendre leur position sur le marché face à une nouvelle concurrence et rester indispensables à l'avenir.



État actuel des technologies de maison connectée

Au cours des dernières années, de nombreuses technologies de maison connectée se sont démocratisées.

Prenons l'exemple des assistants vocaux numériques. Juniper Research¹ prévoit que 8,4 milliards d'assistants vocaux numériques - y compris les TV connectées, les éléments portables et les enceintes connectés tels qu'Amazon Alexa et Google Home - seront utilisés dans le monde d'ici 2024. Cela représente une augmentation de 113 % par rapport aux 4,2 milliards d'appareils utilisés fin 2020.

Une nouvelle étude de la société de conseil sur le marché mondial de la technologie, ABI Research² prévoit que d'ici 2026, le marché mondial de la maison connectée atteindra 317 milliards de dollars, contre 85 milliards de dollars en 2020 et avec 5 % de plus par rapport aux prévisions antérieures au COVID-19.

Les personnes utilisant une telle technologie n'auront pas un ou deux appareils chez elles, mais plutôt 21 en moyenne. Les données de Plume indiquent que ce nombre augmentera et dépassera une moyenne de 38 appareils d'ici 2024. Ils regrouperont des appareils électroménagers intelligents, des systèmes de

divertissement à distance, des systèmes de contrôle et de surveillance de la sécurité à domicile, des thermostats intelligents, des ampoules électriques intelligentes, des sonnettes de porte intelligentes, etc.

Les dispositifs de maison connectée sont toujours plus nombreux à inonder le marché, et beaucoup d'autres se profilent à l'horizon. Parmi eux : des routeurs WiFi plus rapides et plus intelligents, des moniteurs de santé et de sommeil, des systèmes de gestion de l'énergie, des applications pour surveiller la santé émotionnelle, des systèmes de surveillance pour les personnes âgées, voire même des toilettes et des peintures connectées. Ces appareils de nouvelle génération deviendront incontournables dans l'écosystème de la maison connectée (ce que certains appellent la maison connectée 2.0).

En fait, la demande d'applications et d'appareils domestiques connectés devrait dominer le marché de l'Internet des objets au cours des prochaines années, comme l'indique Cisco³. D'ici 2023, il prévoit que le segment des consommateurs sera presque trois fois plus important que celui des entreprises. Et le nombre d'appareils connectés sera trois fois supérieur au nombre de personnes dans le monde.

¹ 1. COVID-19 Cuts Smart Home Growth by US\$14 Billion in 2020, But Drives Future Change, ABI Research, août 2020 <https://www.abiresearch.com/press/covid-19-cuts-smart-home-growth-us14-billion-2020-drives-future-change/>

² Number of voice assistant devices in use to overtake world population by 2024, reaching 8.4BN, led by smartphones, Juniper Research, avril 2020 <https://www.juniperresearch.com/press/press-releases/number-of-voice-assistant-devices-in-use>

³ Cisco Annual Internet Report (2018-2023), Cisco, 18 février 2020 <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/executive-perspectives/annual-internet-report/white-paper-c11-741490.pdf>



Pourquoi est-ce important pour les CSP ?

Pour les CSP établis sur le marché, toutes ces évolutions mènent à une conclusion inéluctable : les attentes de leurs clients changent, et de façon spectaculaire, accélérée par les confinements liés à la pandémie qui a débuté en 2020. Les clients découvrent de nouvelles façons d'utiliser les réseaux et les services mobiles pour surveiller et protéger leur domicile. Ils utilisent de nouveaux types d'appareils pour accéder aux services voix, vidéo et données. Et ils adoptent rapidement de nouvelles technologies qui vont remettre en question les offres commerciales traditionnelles des CSP.

Ainsi, la pression est inédite et de plus en plus forte sur les épaules des CSP qui ont longtemps évolué dans un environnement où les barrières traditionnelles à l'entrée et les frontières du marché ont contribué à tenir à distance les concurrents potentiels. Cet environnement leur a permis de constituer des bases de clientèle importantes et relativement stables, avec des flux de revenus fiables.

Cependant, dans ce paysage émergent de la maison intelligente, le fait «d'être un opérateur établi» n'est plus un avantage, comme l'a indiqué Accenture dans un rapport de 2019⁴.

L'infrastructure utilisée par les CSP pour bâtir leurs offres de services ne peut pas rivaliser avec la disruption engendrée par le cloud, et les services hébergés par le cloud sont ce que les grandes entreprises technologiques comme Amazon, Apple et Google font de mieux. Ces entreprises entrent dans l'ère de la maison connectée avec des vents arrière favorables, tandis que les CSP traditionnels font face à des vents contraires croissants.

Les CSP vivent donc un moment critique. Plutôt que de simplement chercher de réaliser des économies et d'optimiser les services existants pour conserver leur position sur le marché actuel, ils doivent investir dans des stratégies qui peuvent assurer leur croissance et leur stabilité futures. Pour ce faire, ils devront transformer leur modèle d'affaires actuel pour offrir de nouveaux produits numériques et des services hébergés par le cloud adaptés à l'ère de la maison connectée.

Heureusement, ils disposent d'une base solide sur laquelle bâtir cette nouvelle approche. Leurs clients, leurs réseaux, leurs marques locales et l'expertise existante - tout cela peut les aider à développer une nouvelle stratégie commerciale.

Défis pour les CSP

Si la mise en place d'une stratégie de maison connectée est cruciale, elle expose les CSP à plusieurs défis importants, en particulier les indépendants disposant de ressources limitées.

SYSTEMES EXISTANTS

Les CSP traditionnels ont bâti leurs activités sur le matériel et l'infrastructure, et la majeure partie de leur personnel se concentre sur l'installation, la maintenance et la réparation de ces systèmes physiques. Les technologies de la maison connectée, en revanche, reposent sur les logiciels et l'ingénierie. Les systèmes physiques des CSP ne peuvent pas évoluer comme les plateformes définies par logiciel, et ils ne sont pas non plus aussi flexibles ou agiles. Très souvent, la main-d'œuvre traditionnelle des CSP ne possède pas non plus les compétences numériques nécessaires pour concurrencer des entreprises comme Google ou Amazon.

ASPECT STRATÉGIQUE

- Reconnaissez que les clients souhaitant ajouter des services connectés à leur foyer se tournent naturellement vers les CSP en raison de la confiance et la familiarité établies.
- Ne vous contentez pas de penser B2C et recherchez également des opportunités B2B. Les disrupteurs numériques tels qu'Amazon et Google ont déjà exploité ces marchés et augmentent les revenus B2B de 30 à 50 % par an, selon une étude d'Accenture⁵.
- Au-delà de la recherche de nouveaux domaines de croissance potentiels, cherchez également à améliorer la monétisation des offres existantes.
- Concentrez-vous sur la fourniture d'expériences numériques, centrées sur le client et pilotées par les données qui permettent une hyper-personnalisation.

^{4,5} Trash the Rulebook", Accenture <https://www.slideshare.net/accenture/trash-the-rulebook-132815757>



En parallèle, les clients se détournent de plus en plus des offres traditionnelles telles que les lignes fixes. En 2018, l'enquête National Health Interview Survey⁶ a révélé que près de 55 % des foyers américains n'avaient plus de téléphone fixe. Ces chiffres étaient encore plus élevés chez les locataires et les personnes âgées de 25 à 34 ans : 74,4 % et 77,3 %, respectivement. Le message est donc clair : les CSP doivent rechercher une valeur ajoutée dans de nouveaux services.

MODELES COMMERCIAUX

Un autre service CSP de base, la vidéo ou la télévision par câble, connaît également une baisse des taux d'adoption alors que de plus en plus de consommateurs «coupent le cordon» et se tournent vers les services de streaming numérique. Ces tendances entraînent une baisse de la rentabilité des prestataires de services traditionnels, qui ont maintenant du mal à compenser la baisse des revenus par des mesures de réduction des coûts.

Dans le même temps, en raison de l'évolution de la réglementation, de nombreux CSP ne bénéficient plus des protections qui leur permettaient autrefois de préserver leurs zones de service de la concurrence. Il leur est donc plus difficile de maintenir la présence physique qui faisait autrefois leur force. Aujourd'hui, l'avantage commercial va plutôt aux entreprises qui excellent dans l'engagement numérique.

L'infrastructure sur laquelle les CSP ont bâti leurs offres de services ne peut pas rivaliser avec la solution disruptive proposée par le cloud. En même temps, les services hébergés par le cloud sont ce que les grandes entreprises technologiques comme Amazon, Apple et Google font le mieux.

ENTREPRISES DISRUPTRICES

La course à l'engagement numérique est menée par de grandes entreprises technologiques axées principalement sur le logiciel. En élaborant leurs services à partir de logiciels, ces géants peuvent évoluer rapidement pour répondre à la demande de milliers ou de millions de nouveaux clients. Leur modèle de prestation numérique facilite également le déploiement rapide de nouveaux services en plus des services existants, ce qui leur permet de rester à la pointe et bien placés pour le consommateur moderne.

Les géants de la technologie ont excellé à répondre non seulement aux besoins des consommateurs, mais également à ceux des entreprises. Leur combinaison de clients B2B et B2C a contribué à consolider encore leur position sur le marché par rapport aux CSP traditionnels.

De nouvelles opportunités ont ainsi vu le jour, et ils se sont empressés de les exploiter : services de vidéo en continu, services de téléphonie Voix sur IP et toute une série d'autres services inédits qui les placent en concurrence directe avec les CSP traditionnels.

IMPACTS SUR LES CSP

Pour les CSP, tous ces défis se sont traduits par une diminution du nombre de clients, une baisse des bénéfices, une réduction des retours sur investissement et une lutte permanente pour contrôler les coûts et optimiser les systèmes commerciaux existants, plutôt que de se mettre à niveau pour perdurer à l'ère numérique. Le résultat, comme l'a noté Accenture, est sans appel: les CSP se sont lancés dans «une course vers le bas»⁷.



⁶ National Health Interview Survey Early Release Program, 27 December 2018, National Center for Health Statistics <https://www.cdc.gov/nchs/data/nhis/earlyrelease/wireless201812.pdf>

⁷ Trash the Rulebook, 22 February 2019, Accenture <https://www.slideshare.net/accenture/trash-the-rulebook-132815757>

À la recherche de solutions

Comment apporter une véritable solution à ces défis commerciaux ? En développant de nouveaux modèles et de nouvelles stratégies fondés sur une approche numérique et connectée de la maison. Et cette approche doit donner la priorité aux technologies qui permettent d'atteindre les objectifs suivants :

- Une amélioration de l'efficacité commerciale et de l'innovation.
- Une transformation axée sur les services définis par logiciel.
- Des technologies flexibles et adaptées au réseau pour une connectivité plus intelligente et plus fiable.
- Des informations fondées sur les données concernant les réseaux, les appareils et l'utilisation des clients.
- Une personnalisation des produits, des services et des expériences des clients.
- Un logiciel open source capable de s'adapter rapidement aux matériels déployés et inédits.

La réalisation de ces objectifs présente des avantages évidents et spectaculaires pour les CSP :

- L'efficacité accrue permet d'augmenter les ressources pour développer l'activité, plutôt que de simplement maintenir la position existante sur le marché.
- L'activité numérique apporte flexibilité, agilité et évolutivité.
- Une connectivité plus intelligente facilite le déploiement des services et leur utilisation pour les clients.
- Des informations fondées sur des données permettent aux équipes des CSP d'identifier et de résoudre plus rapidement les problèmes techniques.
- Des données plus nombreuses sur le comportement des utilisateurs et les habitudes d'utilisation permettent également aux entreprises de cibler les clients avec des offres plus adaptées et personnalisées.

Grâce à tout cela, les CSP sont plus efficaces tout en fournissant moins d'efforts et soulagent le service clientèle. Dans le même temps, ils peuvent également améliorer la satisfaction des clients, réduire le taux de désabonnement et commencer à accroître leurs revenus grâce à de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouveaux clients.

La réalisation de ces objectifs était autrefois hors de portée des entreprises qui n'avaient pas accès aux dernières technologies numériques et aux compétences internes requises.

Toutefois, grâce au cloud et à ses nombreuses possibilités «as-a-service», les CSP ont aujourd'hui la possibilité d'adapter leurs activités à l'ère de la maison connectée et d'être prêts à concurrencer de nouveaux modèles et disrupteurs.



L'offre de Plume

Plume donne aux CSP les moyens de rivaliser et de s'imposer dans l'écosystème de la maison connectée. En effet, elle leur permet de fournir une suite complète de services de maison connectée à l'échelle internationale, et d'intégrer les derniers services presque instantanément. Grâce à notre plateforme de gestion de l'expérience consommateur (CEM), ils accèdent en mode SaaS à des analyses back-end, à des capacités d'apprentissage automatique et d'intelligence artificielle, ainsi qu'à des tableaux de bord conviviaux et à des outils d'assistance qui garantissent un dépannage rapide.

Plume HomePass™, une suite de services récompensée pour les maisons connectées, est gérée par le Cloud Plume, un contrôleur de cloud axé sur les données et l'IA qui gère actuellement le plus grand réseau défini par logiciel au monde.

Avec HomePass, les CSP proposent avec rapidité et simplicité une large gamme de services de maison connectée à leurs clients:

- Adapt™. Un WiFi impeccable et intelligent qui satisfait toutes les habitudes d'utilisation.
- Control™. Accès direct pour les invités, avec mots de passe personnalisés, contrôle parental et possibilité de bloquer l'accès à Internet si nécessaire.

- Guard™. La cybersécurité assurée par une intelligence artificielle qui surveille l'activité en ligne en temps réel, protège contre les piratages, filtre les données suspectes, bloque et met automatiquement en quarantaine les contenus suspects.
- Sense™. Transforme les appareils IoT connectés au réseau en capteurs de mouvement et le domicile devient alors un détecteur géant.

Adapt constitue la base de notre gamme de services pour la maison connectée.

Contrairement aux systèmes WiFi maillés traditionnels, Adapt est déployé dans tous les recoins de la maison, et proposé sous forme de service cloud fourni qui s'adapte en permanence aux besoins de la maison et de ses occupants. Puissant et intelligent, il assure une surveillance continue pour éviter les interférences avec d'autres réseaux proches et utilise plusieurs canaux pour augmenter la capacité du réseau. Des algorithmes de routage permettent également d'équilibrer les charges du réseau et d'optimiser les performances des applications sur chaque appareil, dans chaque pièce de la maison.

En tant que service basé sur le cloud, HomePass peut fournir de nouvelles fonctionnalités et mises à niveau aux abonnés dès qu'elles sont disponibles. Et grâce à nos API, Plume s'intègre directement aux systèmes existants des CSP pour les opérations, la gestion des stocks, la facturation, les rapports et d'autres tâches.

ASPECT OPERATIONNEL

- Tout en cherchant à réduire les coûts, concentrez-vous sur le réinvestissement de vos économies et développez des stratégies qui stimuleront votre croissance future.
- Mettez en place des structures de coûts plus compétitives qui augmentent à la fois la flexibilité et les bénéfices.
- Exploitez les opportunités de réduction des coûts d'assistance en investissant dans des technologies proactives capables de résoudre les problèmes avant que les clients n'appellent.
- Pensez à l'économie et à la flexibilité de la plateforme lorsque vous prenez des décisions d'investissement et d'allocation de capital.

L'application mobile HomePass facilite la configuration des clients et leur permet de surveiller et de contrôler à distance leur réseau et leurs appareils domestiques. Les CSP peuvent proposer les pods Plume comme points d'accès WiFi avancés, ou les déployer à partir de leur matériel existant grâce à une intégration open-source appelée OpenSync™.

En parallèle, les CSP ont eux-mêmes accès à une assistance complète pour la gestion des services HomePass. Haystack™ est une solution complète de surveillance back-end destinée aux équipes de support, d'ingénierie et d'exploitation. L'application Frontline fournit des informations au personnel d'assistance et d'ingénierie des niveaux 1, 2 et 3, ainsi que des tableaux de bord Panorama pour surveiller la santé opérationnelle globale du réseau. Signal, un système d'analyse prédictive, identifie les clients mécontents et génère de manière proactive des contacts avec le service clientèle afin de réduire les appels et d'augmenter la satisfaction des clients, une première dans le secteur.

Enfin, Harvest™ recueille les tendances des appareils des clients, le comportement d'utilisation et les modèles d'application, et vous permet de créer et de filtrer des cohortes de votre base de clients. Les analyses de réseau guident vos décisions en matière de marketing, de promotion et de produits pour exploiter au mieux les tendances du réseau et les décisions d'achat des clients.

Tous ces outils aident les CSP à surmonter les nombreux défis auxquels ils sont confrontés et à devenir des fournisseurs de services numériques parfaitement adaptés à la maison connectée.

En étant capables d'offrir à leurs abonnés une large gamme de nouveaux services et de suivre les problèmes de service grâce à une surveillance en temps réel et à l'analyse des données, les partenaires de Plume ont bénéficié d'avantages considérables, notamment :

- Jusqu'à 30 % de réduction du taux de désabonnement
- Augmentation moyenne des revenus jusqu'à 12,75 € par client
- Jusqu'à 50 % de réduction des appels d'assistance
- Réduction des déplacements de techniciens jusqu'à 67 %
- Augmentation de 67 % de la vitesse de déploiement des services
- Amélioration du NPS jusqu'à 60 points

Le déploiement de la suite complète de services de maison connectée de Plume est également rapide : les partenaires peuvent passer du contrat au service opérationnel en 8 semaines seulement.

Grâce à notre solution complète, les CSP ont accès à tous les outils et services nécessaires à leur transformation numérique et à l'élaboration d'une stratégie commerciale fructueuse à l'ère de la maison connectée :

- Des logiciels basés sur le cloud pour plus d'agilité et d'évolutivité.
- Des technologies flexibles et adaptées au réseau pour une connectivité plus fiable.
- Tableaux de bord pour un aperçu en temps réel des performances et des services du réseau.
- Assistance intégrée et accès à des mises à jour continues et à de nouveaux services pour les clients.

Et, surtout, un partenaire fiable et compétent qui vous aide à devenir compétitif à l'ère des activités numériques.

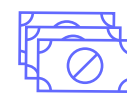
ASPECT TECHNIQUE

- Recherchez des plateformes ouvertes, des appareils compatibles avec les réseaux et des technologies faciles à déployer pour tranquilliser les clients perturbés par l'imbroglio d'appareils ou leur incompatibilité.
- Accordez la priorité à la qualité, la fiabilité et la vitesse du réseau qui constituent la base des futurs services pour maisons connectées.
- Concentrez-vous sur les produits axés sur les logiciels et qui peuvent être lancés rapidement pour répondre aux attentes et aux demandes des clients.
- Privilégiez l'automatisation des processus robotiques, l'intelligence artificielle, les chatbots et d'autres technologies pour améliorer le service client et l'agilité.
- Garantisiez la transformation des coûts et des expériences des clients grâce à des connaissances axées sur les données, à l'orchestration et à des solutions définies par logiciel.
- Favorisez une gestion simple et efficace de l'infrastructure existante tout en mettant en place de nouvelles offres numériques.



Réduction du taux de désabonnement jusqu'à :

30 % ↓



Augmentation de l'ARPU :

12,75 € ↑



Réduction des appels d'assistance :

50 % ↓



Réduction des déplacements de techniciens :

67 % ↓



Délais de déploiement des services réduits de :

67% ↓



Amélioration du NPS jusqu'à :

60pts ↑

Conclusion

Pour les CSP, le moment de la transformation numérique est venu pour devenir des fournisseurs de services de maison connectée.

Les consommateurs adoptent diverses technologies intelligentes et s'éloignent de plus en plus des offres traditionnelles (voix, vidéo, données) qui dominaient autrefois le marché. Ils hésitent également de moins en moins à changer d'interlocuteur pour obtenir les services souhaités s'ils ne sont pas proposés par leurs fournisseurs actuels.

Quelle est la solution pour les CSP ? S'associer à une entreprise capable d'accompagner leur transformation avec rapidité, transparence et rentabilité. Ce souhait peut devenir réalité grâce à la plate-forme CEM basée sur le cloud de Plume, notre suite et application de services de maison connectée HomePass, nos options matérielles flexibles, notre assistance fiable et d'autres outils.

Pour en savoir plus, envoyez un e-mail à partner@plume.com ou rendez-vous sur plume.com dès aujourd'hui.



