

Innovation, écoute client et hospitalité: le renouveau du Facility Management

Par Julien Hervy, directeur marketing & Business Development chez The Feedback Institute
Par contributeur



*Derrière les services de nettoyage, d'accueil et de sécurité, le bouquet des prestations tend à s'étoffer pour offrir plus de valeur ajoutée afin que le moment passé dans un bâtiment soit en ligne avec les **nouvelles exigences en termes de qualité de l'expérience (UX) et de réactivité des services** . Mes récents échanges avec des professionnels du FM et de la robotics me permettent de livrer ici une réflexion sur les innovations et best-practices pour assurer la transformation digitale du secteur. Echanges avec Marie Lanciaux (Responsable Service Client, Facilicom), Arthur Giavitto (Direction innovation, [Atalian](#)) et Konrad dHolubek (Associé, Imm ersive Robotics).*

[Visualiser l'article](#)

«Le bien-être et la performance des collaborateurs sont aussi la responsabilité des facility managers. IoT, Robotics, écoute client sont autant d'éléments pour mieux répondre aux exigences, parfois nouvelles, des clients du FM», *Baryl, robot poubelle, co-créé par Immersive Robotics et SNCF.*

Evolution comportement des usagers

Le comportement des usagers, leurs réactions et attentes sont plus que jamais au centre des préoccupations des entreprises, et plus encore dès que les services ont trait à l'hospitalité. Les acteurs du Facility Management, **ces gardiens du bien-être dans les bâtiments** que nous fréquentons, ont compris que la transformation digitale les concerne et qu'elle est une nécessité!

«La technologie (IA, IoT, BIM, robotique...) autant que les nouveaux usages (nomadisme, services sur mesure...) vont transformer le Facility Management en profondeur. [Atalian](#) entend révolutionner son métier en combinant ces approches pour proposer des services toujours plus pertinents et prédictifs.» Arthur Giavitto , Direction Innovation, [Atalian](#) .

Démarche d'innovation dans le Facility Management (La vision d'Arthur Giavitto)

Pour Arthur Giavitto, les entreprises du secteur doivent faire évoluer leur offre de services pour répondre plus précisément aux exigences nouvelles des clients et des usagers finaux. Pour cela, il est nécessaire de **développer une démarche d'écoute client solide et un pilotage des équipes et des prestations qui soit réactif et adaptable** . Le rôle de la Direction Innovation d'[Atalian](#) est de s'inspirer de la roadmap stratégique du Groupe pour construire une vision d'avenir qui tient compte des nouvelles technologies et de l'environnement qui évolue sans cesse.

Par exemple, dès lors qu'en France le **télétravail concerne désormais près d'un cinquième des actifs**, adapter les prestations en proposant des solutions de planification interactive devient indispensable.

«Le nomadisme est une tendance structurante pour l'exploitation immobilière, qui va continuer à croître dans les années à venir», Arthur Giavitto , Direction Innovation, [Atalian](#) .

Peut-être, est-ce la fin d'une approche industrielle? Où seuls les résultats quantitatifs pouvaient apporter la preuve de la performance de l'entreprise de Facility Management. L'éloignement des lieux de travail, la création des open-spaces, la mobilité des employés dans l'immeuble et à l'extérieur, la variabilité du taux d'occupation, la multiplicité des espaces de réunions (les nouveaux programmes réservent 40% aux espaces dits collaboratifs), la multiplicité des sociétés dans l'immeuble.... sont autant de paramètres à prendre en compte.

La communication et les échanges humains font parties de la clé du succès tant au niveau des employés du FMers que du client.

«L'objectif principal d'un FMer, en tant qu'aggrégateur de services, est de créer une synergie entre toutes les parties prenantes du bâtiment pour le bien-être et la sécurité de chaque utilisateur», Marie Lanciaux , Responsable Service Client, Facilicom .

Le rôle de la Robotics et IoT (par Konrad Holubek)

[Visualiser l'article](#)

La Robotics s'inscrit dans l'approche globale des services connectés où l'IoT va permettre de collecter des données (caméras, capteurs, etc.) qui seront transmises aux robots pour qu'ils exécutent les tâches. Cette interconnexion des systèmes est possible par l'intermédiaire d'une plateforme qui agrège et analyse les données pour la partager dans l'eco-système connecté. Ainsi, **les robots vont assister les équipes du Facility Management pour résoudre les problèmes en temps réel et optimiser les opérations**. Aujourd'hui, les techniciens passent à heures régulières vider les poubelles de certains bâtiments alors que celles-ci ne sont parfois pas pleines, occasionnant ainsi une allocation non optimale des ressources humaines. L'IoT permet de mesurer le taux de remplissage de ces poubelles pour optimiser les opérations, voire de la vider en autonomie grâce à un robot comme Baryl, ce robot poubelle, co-créé par Immersive Robotics et SNCF.

«Le robot fait partie de cet eco-système d'objets connectés qui contribue à optimiser les prestations des FMers», Konrad Holubek, co-fondateur, Immersive Robotics.

Une approche «user-centric» pour booster la valeur ajoutée des prestations «Nous ne faisons pas du Facility Management mais du management des Facilities», telle était la vision de M. Henry Gast lorsqu'il était président du groupe COMADIM. L'entreprise de Facility Management est un facilitateur, un «compagnon de route» fiable et disponible sur lequel chacun peut se reposer pour améliorer sa vie en entreprise, se retirer des contraintes pour se concentrer sur ses missions propres.

Des solutions existent pour mieux **écouter les usagers des bâtiments afin de répondre à leurs attentes et d'améliorer les services en continu**. Le programme de recueil d'avis *Je Donne Mon Avis* permet à la fois d'offrir un mode d'interaction cohérent avec les habitudes des usagers selon le contexte et de collecter les feedbacks en temps réel pour accompagner les équipes opérationnelles et orienter le management system vers une approche customer-centric. C'est ainsi par exemple que *Je Donne Mon Avis* et *Nomosphere* ont mis en place un programme d'écoute client dans 26 aéroports (Vinci) sur 3 pays: collecte des avis après connexion WiFi.

Les interlocuteurs, décideurs ont évolué

Nous avons régulièrement changé d'interlocuteurs au fil des années: d'abord les responsables techniques, puis les responsables des ressources humaines, ensuite les acheteurs... cette évolution a apporté des modifications notables dans les cahiers des charges et dans la définition des objectifs à atteindre. **«Les services ne sont pas pensés comme créateurs de valeur, mais comme générateurs de coûts,»** explique M. Xavier Baron, professeur associé en sociologie à l'université de Versailles-Saint-Quentin-En-Yvelines. Certains acheteurs proposent une nouvelle approche centrée sur la satisfaction des usagers. Mme Isabelle Valverde, acheteur Stratégique chez SNCF, expliquait lors du salon Europropre qu'elle souhaitait intégrer un bonus dans les contrats pour **«récompenser» les prestataires aidant la SNCF à améliorer son taux de satisfaction des usagers des gares**. Elle recherche des entreprises-prescriptrices présentant une offre globale à forte valeur ajoutée pour ses usagers (même si celle-ci engendre des coûts supplémentaires).

«Trop souvent les prestataires de services ont opposé les notions d'obligations de moyens et les obligations de résultats, se cachant derrière des cahiers des charges trop détaillés. Le FMer doit prendre ses responsabilités et être force de proposition», Marie Lanciaux, Responsable Service Client, Facilicom.

Le FMer doit s'imprégner de la culture de l'entreprise, détecter ses contraintes (quelles soient réglementaires ou non), évaluer ses attentes implicites et explicites à la fois de ses occupants et de ses visiteurs et proposer

[Visualiser l'article](#)

une solution globale de services, tout en prenant en compte les différentes typologies d'utilisateurs du bâtiment. L'expertise de l'entreprise de Facility Management doit pouvoir définir une **cartographie complète des besoins, vous éclairer sur les priorités et vous apporter une vision à 360° de l'environnement de travail** dans lequel vous travaillez. Pour cela, le secteur s'appuie désormais sur l'IoT, la modélisation des informations (données) du bâtiment (BIM) et la maquette numérique. Autant de technologies qui transforment nos espaces de travail, restauration, publics, etc. en bâtiments intelligents pour mieux répondre aux attentes et besoins de chacun. Et ce en instaurant une communication quasi instantanée entre les usagers et les prestataires de services.

Les solutions envisageables pour amener le changement. Les propositions de Marie Lanciaux

Les acteurs de Facility Management ont déjà déployé de nombreuses solutions telles que:

La présence en journée d'une **équipe pluridisciplinaire** pouvant répondre aux différents besoins des occupants et des visiteurs,

Une **gestion des compétences** sur site.

La multiplicité des **petits services facilitateurs** : conciergerie, commandes de repas, recherche de baby-sitters ou garde d'enfants, livraison de paniers bio.

L' **introduction d'objets connectés** (IoT) pour connaître en temps réel l'utilisation des différents types de locaux pour rendre dynamique certains services (capteurs de présence dans les salles de réunions ou les sanitaires pour arriver au bon moment et nettoyer/préparer ces locaux pour conserver un niveau de qualité constant durant la journée).

La **robotisation de certains services répétitifs** (l'orientation des visiteurs, la préparation des badges d'accès, le nettoyage de grandes surfaces horizontales...).

La mise en place d'un **outil de communication** entre les différents acteurs.

Le contributeur:



Julien Hervy est directeur marketing & Business Development chez The Feedback Institute. Spécialisé dans la connaissance client et le content marketing, il a mené des projets d'envergure pour offrir aux entreprises de nouvelles façons d'interagir avec leurs clients (B2C): réseau WiFi et robots humanoïdes. Et ce, grâce

www.frenchweb.fr
Pays : France
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)

à l'intégration de nouveaux partenaires spécialisés dans le digital. En parallèle, il réalise régulièrement des interviews d'experts du digital et conseille les entreprises dans leur stratégie Inbound Marketing. (Diplômé de ESCP Europe en 2014).