



Tendances vie d'Accenture 2024

Sommaire exécutif

Accenture Song

Un mot d'Accenture Song

Chaque année, nous créons ces tendances pour offrir un aperçu des interactions entre les gens, leurs comportements, leurs attitudes et le monde qui les entoure. Il peut s'agir de changements dans les affaires, la technologie ou la société en général.

Il est maintenant communément admis que l'obsession client constitue la meilleure stratégie de croissance. Des expériences client impeccables sont attendues. Il faut une orchestration méticuleuse pour jouer un rôle significatif et pertinent dans la vie de vos clients.

Cependant, les consommateurs sont complexes. Ils sont émotifs et changent plus rapidement que vous ne pouvez changer votre entreprise, alors suivre le rythme est un défi constant. Les tendances qui suivent examinent ces changements, pour aider les entreprises à catalyser la croissance en demeurant pertinentes pour les clients, ce qui est la mission d'Accenture Song.

Par où commencer?

Il existe plusieurs médiateurs entre les gens et la façon dont ils vivent leur vie. Ces facteurs influencent ce qu'ils pensent, la façon dont ils interagissent et ce qu'ils ressentent en évoluant dans le monde. Qu'il s'agisse d'encourager la consommation, de maintenir l'autorité, de stimuler la culture ou de partager l'information, les organisations font partie d'une matrice d'intermédiaires sur laquelle les économies sont bâties.

Les relations entre les gens et ces influences comportent une fragilité indéniable, parce qu'elles sont en évolution. Certaines émergent, d'autres déclinent et d'autres s'adaptent, mais elles ont toutes leur importance dans la vie des gens. La société se trouve plongée dans un état de mutation, où les gens déconstruisent des évidences en essayant de comprendre qui ils sont dans le monde. Ces changements sont au cœur des Tendances vie d'Accenture pour cette année.

Alors... par où commencer?



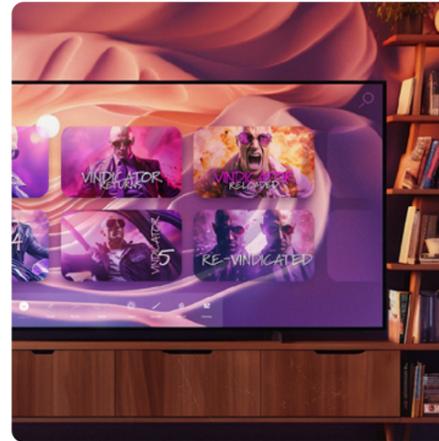
Table des matières



Tendance 1
Et l'amour
dans tout ça?



Tendance 2
Le grand virage
de l'interface



Tendance 3
La stagnation
créative



Tendance 4
Erreur 429 :
Limite de
requêtes atteinte



Tendance 5
Une décennie
de déconstruction



Et l'amour dans tout ça?

Des coupes nécessaires dans les entreprises ont relégué l'obsession client au bas des priorités, et les gens le remarquent.

Pendant des années, la corrélation entre l'expérience client et la croissance des revenus a incité les organisations à placer la clientèle au cœur de toutes leurs décisions.

À présent, des considérations économiques forcent les entreprises à faire des concessions, qui causent des frictions entre les clients et les marques dans tous les canaux. Il peut s'agir d'augmentations de prix, de réductions de la qualité, d'abonnements illogiques ou d'un service à la clientèle médiocre.

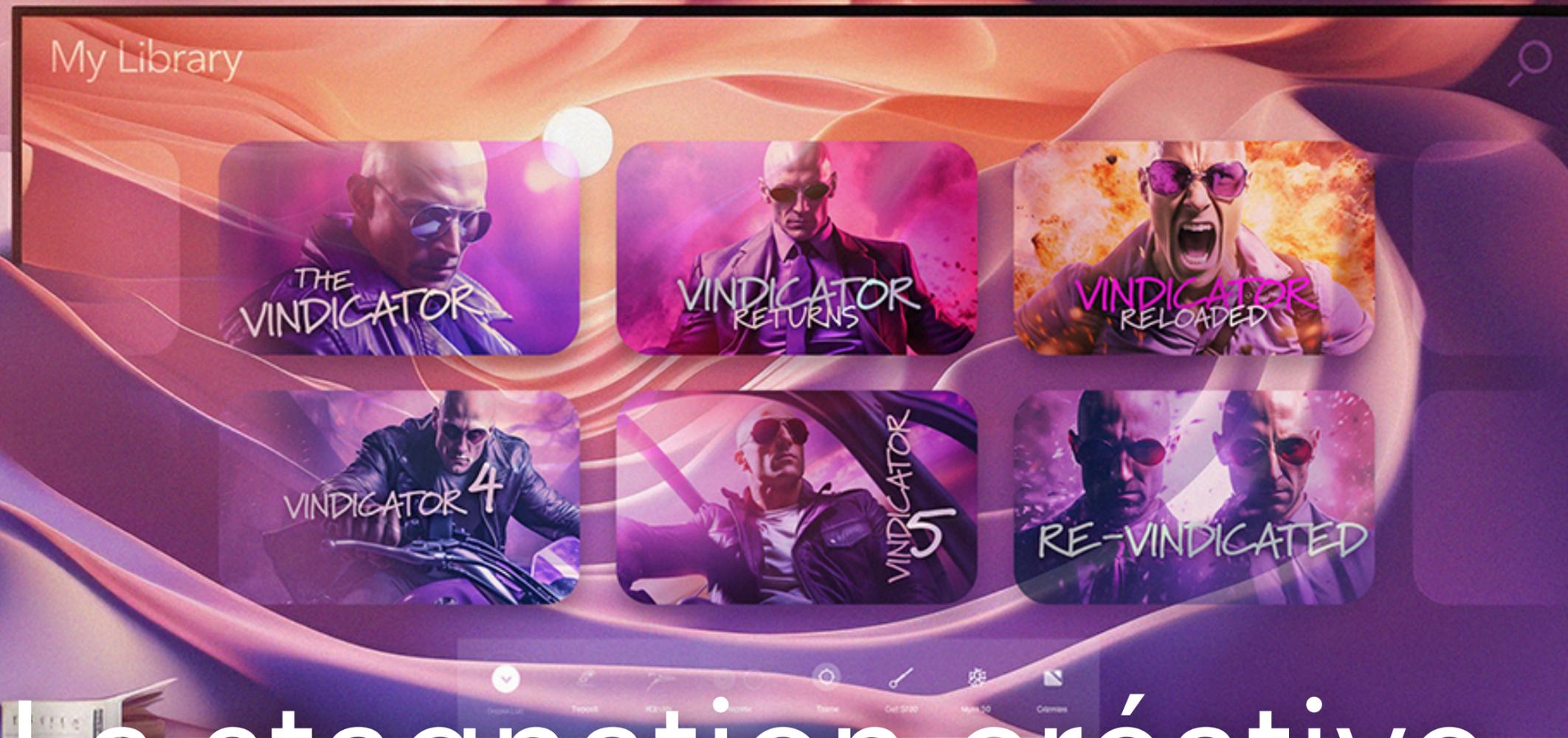
Les gens le remarquent, et certains se sentent floués. La question clé est la suivante : comment les marques peuvent-elles garder leur clientèle à long terme?

Le grand virage de l'interface

L'IA générative personnalise l'expérience en ligne et les gens se sentent plus compris et valorisés que jamais.

Qu'est-ce qui façonne les opinions des gens sur le monde?

L'Internet a une forte influence sur l'information qu'ils consomment, les perspectives qu'ils créent et les façons dont ils communiquent. L'IA générative fait passer l'Internet d'informatif à intelligent, et l'expérience en ligne de transactionnelle à personnelle. Il y a des avantages des deux côtés d'une relation clé : les clients seront mieux compris que jamais, alors que les marques utiliseront cette compréhension pour créer des expériences, des produits et des services hyperpertinents. Les marques perspicaces y verront également une occasion en or de se développer de façon efficace.



La stagnation créative

La créativité était autrefois axée sur l'auditoire, mais elle dépend maintenant de l'utilisation du système technologique. Est-ce cela, la stagnation créative?

Les auditoires s'ennuient, tout comme les créateurs.

Le divertissement et le contenu des marques semblent avoir perdu leur mordant, ce qui entraîne une impression de monotonie. Avant, la créativité avait pour objectif de toucher l'auditoire. Elle est maintenant entravée par une mentalité d'efficacité et par des technologies intermédiaires qui créent les tendances et contrôlent l'accès. Alors qu'une stagnation culturelle se dessine à l'horizon, les entreprises qui sont prêtes à investir dans l'innovation et la créativité véritables auront une occasion puissante de se démarquer.

Pour se différencier, elles devront s'éloigner de ce qui est familier et retrouver la foi dans la nouveauté.



Erreur 429 :
Limite de requêtes atteinte

Les gens ont du mal à suivre le rythme de la technologie. Est-ce le début d'un virage, où ils reprennent le contrôle de son influence sur leur vie quotidienne?

L'interaction de l'humanité avec la technologie se situe à un point critique.

Avec l'accélération de l'innovation, les gens ont l'impression que la technologie exige beaucoup d'efforts d'adaptation sans fournir les avantages promis. À l'avenir, l'industrie de la technologie et tous ceux qui en dépendent devront se responsabiliser, de la conformité au service, en s'efforçant de contribuer au bien-être des gens au lieu de drainer leurs ressources.

Les entreprises ne peuvent pas ignorer la vague imminente de gens cherchant à reprendre le contrôle de leur relation avec la technologie. Leur meilleure approche est donc de faire partie de la solution.

Une décennie de déconstruction

De nouvelles limites, de nouveaux besoins et de nouvelles possibilités chamboulent les parcours de vie traditionnels, entraînant d'importants changements démographiques.

Il y avait autrefois un parcours établi, avec un ensemble clair de paramètres et de réalisations qui définissaient ce qui était considéré comme une vie réussie.

Aujourd'hui, par nécessité ou par choix, les gens réexaminent consciemment ou non tout ce qui était considéré comme évident, en remettant en question des idées enracinées et en façonnant de nouvelles façons de penser, d'agir et de vivre. Alors que les forces macroéconomiques et techniques changent les choses plus rapidement que jamais, les systèmes sociaux ont du mal à suivre.

Une décennie de déconstruction semble commencer, et l'impact sur les systèmes et les services sera considérable.

Conclusion

Dans le paysage complexe de la vie moderne, la façon dont les gens se perçoivent dans le monde est façonnée en partie par des médiateurs qui influencent leurs interactions et facilitent leurs expériences.

La vitesse du changement global s'est accrue tant pour les clients que pour les entreprises, en raison de la technologie, des forces macroéconomiques et d'autres facteurs.

Qu'il s'agisse d'une perturbation et d'une mutation, il est urgent pour les marques d'accueillir ces changements comme une occasion de croissance.

À propos

Accenture

Accenture est une entreprise mondiale de services professionnels de premier plan qui aide les plus importantes entreprises au monde, les gouvernements et d'autres organisations à bâtir leur noyau numérique, à optimiser leurs opérations, à accélérer la croissance des revenus et à améliorer les services aux citoyens, ce qui crée une valeur tangible à la vitesse et à l'échelle voulues. Nous sommes une entreprise axée sur les talents et l'innovation qui compte 738 000 employés servant la clientèle dans plus de 120 pays. La technologie est au cœur du changement aujourd'hui, et nous sommes l'un des chefs de file mondiaux pour ce qui est de contribuer à ce changement, avec de solides relations écosystémiques. Nous combinons notre force technologique à une expérience inégalée dans le secteur, à une expertise fonctionnelle et à une capacité de livraison mondiale. Notre position unique nous permet d'obtenir des résultats tangibles grâce à notre vaste gamme de services, de solutions et d'actifs dans les domaines de la stratégie et des services-conseils, de la technologie, des opérations et de l'Industrie du futur, de même qu'au sein d'Accenture Song. Ces capacités, combinées à notre culture de réussite commune et à notre engagement à créer une 360 value, nous permettent d'aider nos clients à réussir et à établir des relations de confiance durables. Nous mesurons notre succès par la 360 value que nous créons pour nos clients, nos employés, nos actionnaires, nos partenaires et nos collectivités.

Visitez-nous sur [accenture.com](https://www.accenture.com)

Accenture Song

Accenture Song accélère la croissance et la valeur pour nos clients grâce à une pertinence soutenue. Nos capacités s'étendent de l'idée à l'exécution, soit la conception de la croissance, des produits et de l'expérience, les plateformes technologiques et d'expérience, la stratégie créative, médiatique et de marketing, ainsi que les campagnes, la transformation du commerce, le contenu et l'orchestration des canaux. Grâce à de solides relations avec la clientèle et à une expertise approfondie de l'industrie, nous aidons nos clients à suivre le rythme de la vie grâce au potentiel illimité de l'imagination, de la technologie et de l'intelligence.

Visitez-nous sur [accenture.com/song](https://www.accenture.com/song)

Accenture Recherches

Accenture Recherches crée un leadership éclairé sur les enjeux commerciaux les plus urgents auxquels les organisations doivent faire face. En combinant des techniques de recherche novatrices, comme l'analyse dirigée par la science des données, et une compréhension approfondie de l'industrie et de la technologie, notre équipe de 300 chercheurs provenant de 20 pays publie chaque année des centaines de rapports, d'articles et de points de vue. Nos recherches stimulantes menées en collaboration avec des organisations de calibre mondial aident nos clients à adopter les changements, à créer de la valeur et à exploiter le pouvoir de la technologie et de l'ingéniosité humaine.

Visitez-nous sur [accenture.com/research](https://www.accenture.com/research)

Avertissement : Les renseignements contenus dans le présent document reflètent l'information disponible au moment où ce document a été préparé, comme indiqué par la date fournie sur la page couverture. Cependant, la situation mondiale évolue rapidement et le point de vue pourrait changer. Ce contenu est fourni à titre d'information générale seulement. Il ne tient pas compte des circonstances particulières du lecteur et il ne vise pas à remplacer la consultation de nos conseillers professionnels. Dans toute la mesure permise par la loi, Accenture décline toute responsabilité à l'égard de l'exactitude et de l'exhaustivité des renseignements contenus dans ce document et de toute action ou omission basée sur ces renseignements. Accenture ne fournit pas de conseils juridiques, réglementaires, de vérification ou fiscaux. Il incombe aux lecteurs d'obtenir ces conseils auprès de leur propre conseiller juridique ou d'autres professionnels autorisés. Le présent document renvoie à des marques ou à des entreprises qui appartiennent à des tiers. Toutes les marques ou entreprises des tiers appartiennent à leurs propriétaires respectifs. En faisant référence à ces marques ou entreprises, nous ne cherchons aucunement à laisser croire ou sous-entendre que leurs propriétaires cautionnent ou commanditent ce document. Les images contenues dans ce rapport, à moins d'indication contraire, ont été créées en utilisant la technologie d'IA générative de Midjourney.

© Accenture, 2023. Tous droits réservés. Accenture et son logo sont des marques déposées d'Accenture.