



Le canal téléphonique face aux autres canaux : évolution des volumes et projection

La migration hors du cuivre pousse les organisations à repenser leur téléphonie. Mais avant de choisir une solution technique, une question stratégique mérite d'être posée : quelle place le canal téléphonique occupe-t-il encore, et occupera-t-il demain, face à l'email, au messaging, aux réseaux sociaux et à la visio ? Dimensionner sa future téléphonie sans répondre à cette question, c'est risquer de surdimensionner un canal en recul ou, à l'inverse, de sous-estimer un canal qui reste central. Cet article fait le point sur l'évolution du canal voix, sa volumétrie et sa projection au regard des autres canaux, à partir des données et analyses du secteur de la relation client.

Un paysage devenu multicanal

Le point de départ est incontestable : le parcours client n'est plus linéaire ni monocanal. Un même interlocuteur découvre une information sur les réseaux sociaux, pose une question par chat, reçoit une confirmation par email et appelle pour un problème complexe, sans percevoir ces transitions comme des ruptures. La digitalisation des canaux de relation client, engagée il y a une dizaine d'années, s'est nettement accélérée sur les cinq dernières années, portée par l'émergence de nouvelles solutions écrites et conversationnelles. Le téléphone n'est plus le canal unique ; il est devenu un canal parmi d'autres, dans un écosystème où chacun joue un rôle spécifique.

La tendance de fond : baisse des volumes d'appels

Sur le plan quantitatif, la tendance observée par les acteurs du secteur est claire : d'année en année, les volumes d'appels diminuent tandis que les canaux écrits et digitaux connaissent une forte croissance. Cette évolution reflète la montée du selfcare, ces actes de gestion simples que le client réalise seul en ligne, ainsi que le report d'une partie des demandes courantes vers le chat, le messaging et les formulaires. Une nuance importante s'impose toutefois : les professionnels soulignent que cette baisse des appels ne résulte pas nécessairement d'une

simple cannibalisation, d'un déport mécanique de la voix vers l'écrit. Elle traduit plutôt une redistribution des usages, où chaque canal capte le type de demande qui lui correspond le mieux. Le volume voix baisse en tendance, mais ce recul recouvre surtout la disparition des appels à faible valeur.

La nuance : un canal qui reste préféré et central

Cette baisse des volumes ne signifie pas un déclin du canal lui-même, et c'est là que réside le paradoxe. Les études de préférence, bien qu'elles varient selon les sources et les segments, montrent régulièrement que le téléphone demeure le canal préféré d'une part majoritaire des consommateurs français pour contacter un service client, souvent autour de la moitié ou plus. La satisfaction à l'égard des échanges téléphoniques reste élevée, généralement supérieure à celle des canaux automatisés comme les chatbots. La raison est structurelle : la voix est le seul canal qui restitue pleinement l'émotion, crée un sentiment de confiance immédiat et permet de traiter en une interaction les demandes urgentes, complexes ou sensibles. Là où l'écrit excelle pour le simple et l'asynchrone, la voix reste irremplaçable pour ce qui engage, rassure ou nécessite une résolution en temps réel.

Le positionnement respectif des canaux

La photographie actuelle fait apparaître une spécialisation des canaux plutôt qu'une hiérarchie unique. L'email conserve un rôle pour les demandes détaillées, les échanges à valeur documentaire ou juridique, et les réponses non urgentes ; c'est un canal peu coûteux et asynchrone. Le messaging et le chat, en forte progression, captent l'instantanéité sur des demandes simples et le mobile, une part croissante de consommateurs préférant désormais une application de messagerie à l'email pour certains échanges. Les réseaux sociaux jouent le rôle de caisse de résonance publique, pour l'engagement, les avis et la gestion d'image, avec une exigence de réactivité forte. La visio, enfin, occupe une niche à haute valeur : diagnostic technique, assistance à l'installation, vérification, là où le partage d'image apporte un bénéfice décisif. Le téléphone, dans ce paysage, se recentre sur les interactions à fort enjeu.

La projection : ni disparition, ni stabilité, mais repositionnement

Quelle trajectoire anticiper ? Les analyses convergentes du secteur ne prévoient ni la disparition du canal voix, ni le maintien de ses volumes historiques. Elles décrivent une troisième voie : un repositionnement. En volume brut, le nombre d'appels devrait continuer à décroître, sous l'effet conjugué du selfcare, de l'automatisation et de la maturation des canaux écrits. Mais en valeur,

la voix se renforce plutôt qu'elle ne s'affaiblit. Plusieurs analyses de 2026 décrivent même un retour de la voix au centre de la stratégie relation client, non pas en opposition aux autres canaux, mais comme le point de vérité de la relation, celui où se jouent la compréhension, l'émotion et la résolution des cas les plus importants. La projection dominante est donc celle d'un canal dont le volume baisse mais dont la valeur par interaction augmente.

L'effet de l'intelligence artificielle

L'intelligence artificielle accentue ce mouvement plutôt qu'elle ne l'inverse. Les callbots et agents vocaux absorbent désormais une part croissante des appels simples et répétitifs, suivi de commande, information de base, qualification, avec un niveau de langage naturel qui progresse rapidement. Cette automatisation retire du canal voix humain les interactions à faible valeur, ce qui accélère la baisse des volumes traités par des conseillers, mais concentre ces derniers sur les cas à forte valeur ajoutée où l'humain fait la différence. Loin de tuer le téléphone, l'IA le purifie de ses tâches les plus mécaniques et confirme son positionnement premium. Le multimodal émerge par ailleurs, l'IA intégrant progressivement voix, image et vidéo dans une même expérience.

Ce que cela implique pour une organisation qui migre

Ces tendances ont des conséquences pratiques directes pour une collectivité ou une entreprise qui repense sa téléphonie à l'occasion de la fin du cuivre. D'abord, il serait erroné de traiter la voix comme un canal résiduel : elle reste préférée pour les contacts importants et le demeurera. Ensuite, le dimensionnement doit anticiper une baisse tendancielle des volumes d'appels courants, ce qui plaide pour des solutions souples et évolutives, capables d'ajuster la capacité, plutôt que pour un surdimensionnement figé. Enfin, la migration est l'occasion d'inscrire la voix dans une logique plus large : une téléphonie IP moderne s'intègre naturellement à une approche multicanale, où le téléphone dialogue avec l'écrit et le digital autour d'un historique client unifié. Penser la future téléphonie, ce n'est donc pas seulement remplacer un accès technique, c'est positionner justement un canal qui change de rôle sans perdre son importance.

En synthèse

Le canal téléphonique traverse une évolution paradoxale mais lisible. En quantité, ses volumes baissent depuis plusieurs années, sous l'effet de la digitalisation, du selfcare et de l'automatisation, et cette baisse devrait se poursuivre. En valeur, il conserve une place centrale, reste le canal préféré d'une majorité pour les interactions importantes, et se voit même reconnu

en 2026 comme le point de vérité de la relation client. La projection n'est donc ni la disparition ni la stabilité, mais un repositionnement vers le haut de la chaîne de valeur. Pour une organisation qui migre hors du cuivre, l'enseignement est double : ne pas sous-estimer un canal qui reste essentiel, et le dimensionner avec la souplesse qu'appelle un usage en mutation.

Cet article présente une synthèse de tendances du secteur de la relation client et ne constitue pas une étude statistique. Les chiffres de préférence de canal varient selon les sources, les segments et les secteurs, et sont cités à titre indicatif. Sources : analyses et baromètres publics d'acteurs de la relation client et de la voix du client (Foundever, Axialys, Zendesk CX Trends, éditeurs CCaaS) ; observations sectorielles 2024-2026.

Pour aller plus loin

- [De la consommation à l'illimité : l'évolution du modèle économique télécom](#)
- [Trunk SIP : l'alternative aux accès RNIS T0/T2 pour migrer son IPBX](#)
- [Check-list de migration : les 10 points à vérifier avant la coupure](#)

Concerné par la fin du cuivre sur vos sites ?

AILERYS Conseil vous accompagne de bout en bout : audit de votre parc, choix des accès et des opérateurs, pilotage de la migration.

[Échanger avec un expert : https://finducuire.info/contact/](https://finducuire.info/contact/)

À lire aussi dans ce dossier

- [De la consommation à l'illimité : l'évolution du modèle économique télécom et ses bénéfices](#)
- [Téléassistance et appel-malade : protéger les personnes vulnérables face à la fin du cuivre](#)
- [Le SBC \(Session Border Controller\) expliqué au décideur](#)
- [QoS et qualité de la voix sur IP : les prérequis réseau à vérifier](#)

Article révisé le 19 août 2026 par FinDuCuivre.info

<https://finducuire.info/positionnement-canal-telephonique-email-reseaux-sociaux-visio-evolution-projection/>