

BILAN DU DIAGNOSTIC ET PLAN D'ACTIONS

23/12/2020



BILAN DU DIAGNOSTIC ET PLAN D'ACTIONS

Information d'entreprise

Profil entreprise

Nom ou enseigne: EDIH

Date de création de l'entreprise: N/A

Dirigeant: N/A

Catégorie: N/A

Taille de l'entreprise: 50-99

Pays: France

Secteur d'activité: Services aux entreprises

Région: Pays de la Loire

CA1: N/A

Ville: N/A

CA2: N/A

Adresse: N/A

Numéro de TVA: N/A

Code Postal Code: N/A

SIRET: 9999999999999

Permission: Write

SIREN: N/A

Votre Unit / Organisation: Maine-et-Loire

CODE NAF: 9499Z

Type d'entreprise: Independent

Contact

Prénom: Thierry

Numéro de téléphone:

0674640962

Nom: Vergnault

Email:

tvergnault@yahoo.fr

Fonction: N/A

Infos Web

Site:

N/A

[f Facebook](#)

[in LinkedIn](#)

[t Twitter](#)

[@ Instagram](#)

Histoire de l'entreprise

Informations Conseiller

Prénom:

Thierry Vergnault

Numéro de téléphone:

N/A

Email:

thierry.vergnault@maineetloire.cci.fr

Votre Unit /

Organisation:

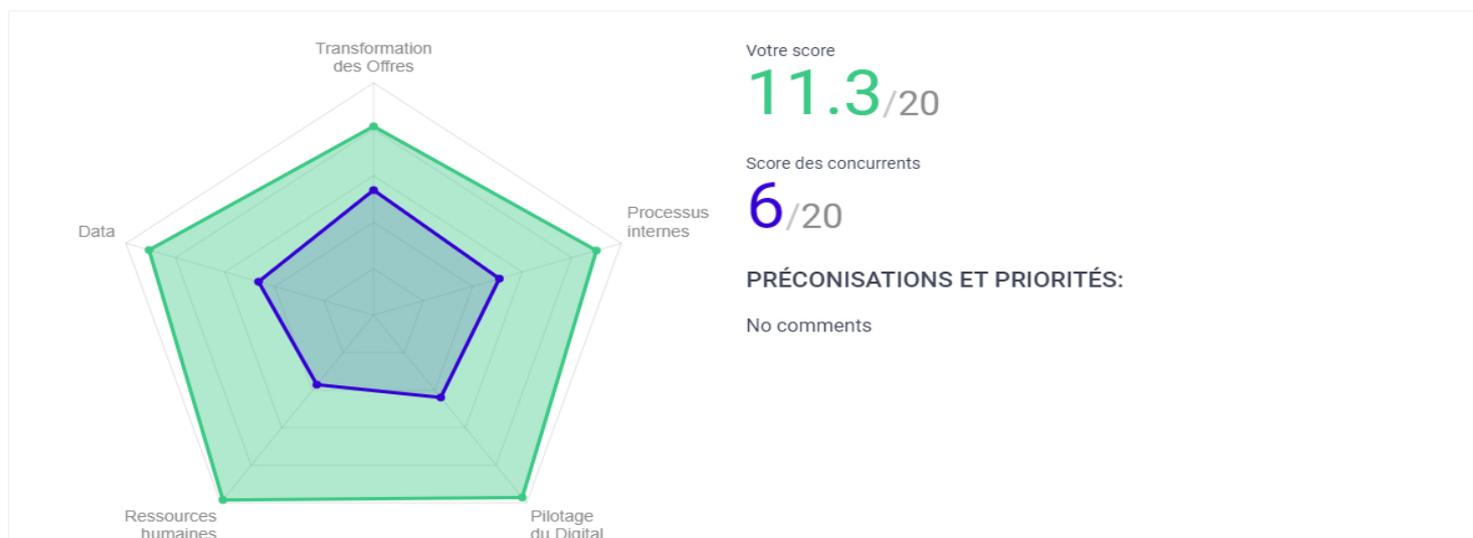
Maine-et-

Loire

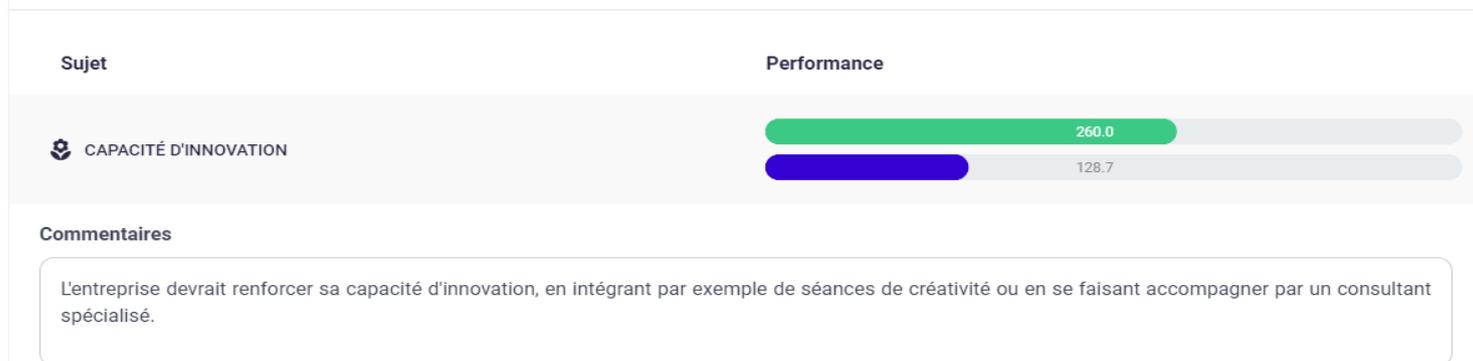
BILAN DU DIAGNOSTIC ET PLAN D'ACTIONS

Préconisations

Rapport Synthétique



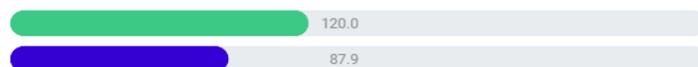
TRANSFORMATION DES OFFRES



Questions	Réponses	Levier d'action
3. Comment votre entreprise se distingue-t-elle par rapport à d'autres entreprises proposant des services similaires ?	Le numérique a été identifié comme un élément différenciant mais aucune action n'a été mise en œuvre.	Mettre en place une veille sur les offres et services numériques proposés par des organisations et entreprises directement ou indirectement concurrentes ou même proposant des services de substitution. Ceci indépendamment de la nature des entreprises (publiques, privées, locales, internationales...). Identifier les offres les plus faciles à mettre en œuvre et les proposer aux clients.
4. Du fait de la transformation numérique, des changements dans l'écosystème des concurrents de votre entreprise ont-ils été identifiés ?	Un changement dans l'écosystème des concurrents a été perçu mais le contour de ce nouvel écosystème reste flou.	Evaluer les risques pour votre organisation dus aux changements, par le numérique, dans l'écosystème de vos concurrents via une analyse de risques. Prendre des mesures pour y faire face : développer des offres concurrentes différenciantes, ou redéfinir votre business model et analyser la chaîne de valeur ajoutée de votre organisation et de ses offres pour identifier les points où le numérique pourra intervenir.
5. Une démarche visant à identifier de nouvelles manières de faire évoluer le business model de votre entreprise a-t-elle été initiée ?	Un dispositif opérationnel de veille a été mis en place autour de nouveaux business models.	Réunir de manière régulière des profils venant d'horizons différents et d'équipes différentes, lors d'ateliers de réflexion/design thinking ou méthodes similaires, pour analyser les pistes de nouveaux business models offerts par le numérique et s'inspirer de l'innovation chez les concurrents.
6. Quels éléments de sa chaîne de valeurs votre entreprise peut-elle renforcer grâce au numérique ?	Des pistes d'amélioration offertes par le numérique ont été identifiées pour renforcer certains maillons de la chaîne de valeurs.	Evaluer le coût de la totalité de vos processus et activités et évaluer les gains qui peuvent être apportés par le numérique. Fixer des objectifs SMART (Spécifique, Mesurable, Acceptable,

		Réalistes, Tenus dans le Temps)
7. Quelle est la capacité de votre organisation à faire appel à des logiques de coproduction avec d'autres partenaires?	Un service en ligne au moins a été développé avec un partenaire	Développer une communauté/groupe de travail avec d'autres entreprises, se réunissant régulièrement pour étudier et développer de nouvelles offres et faire évoluer les offres existantes.
Quelles initiatives votre organisation a-t-elle en collaboration avec des start-ups ou de nouveaux types de partenaires ?	Certaines start-ups sont suivies et un processus d'animation de l'innovation a été mis en place pour développer de nouvelles offres.	Désigner des personnes au sein de l'organisation pour réaliser une veille des start-ups et de leurs offres. Identifier des start-ups dont les offres et services sont pertinentes pour l'organisation et animer des ateliers de travail avec elles.
9. Quelle est la capacité de votre entreprise à fournir des services clients sur de nouveaux canaux (visio conférence, web to chat) ?	Quelques offres sont proposées sur de nouveaux canaux tels que la visio conférence et le web to chat.	Définir un budget et une stratégie spécifique pour l'utilisation d'outils tels que la visio conférence et le web to chat. Organiser les prises de RDV de manière automatisée en s'inspirant des outils de prises de RDV online, de rappel automatique...
10. A quel point des offres partenaires sont-elles intégrées aux offres de votre entreprise ?	Il est envisagé d'intégrer des offres partenaires aux offres de notre entreprise .	Intégrer des offres de partenaires pour enrichir le catalogue de vos offres.
11. Comment la co-création avec le client est-elle favorisée ?	Une communauté de clients permet de créer et d'ajuster les offres en continu via une plateforme sociale. Le client est au cœur du développement des offres.	
12. Quelle est la capacité de votre organisation à développer des applications web mobile ?	Notre entreprise souhaite développer des applications web mobile et par des contacts qu'elle a eu avec des développeurs d'applications elle est en mesure d'évaluer les coûts de développement.	Proposer une version sous forme d'application mobile d'une partie de vos offres en ligne. Mettre en place en interne une équipe dédiée de préférence ou faire appel à des prestataires extérieurs possiblement en externalisation.
13. Quelle est la capacité de votre organisation à impliquer les collaborateurs dans la conception d'offres ?	Les collaborateurs sont encouragés à partager leurs idées sur les nouvelles offres. Des processus et un cadre ont été créés pour le faire et pour exploiter ces idées.	Organiser des ateliers de réflexion/ communautés d'innovation pour impliquer les collaborateurs (de différents services) dans la création d'offres. Privilégier les méthodes et les modes d'action agiles.

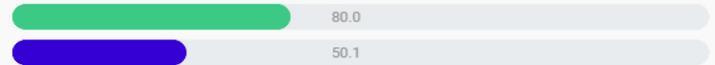
♥ PROMOTION DE L'OFFRE



Questions	Réponses	Levier d'action
14. Comment la communication sur les offres est-elle numérisée ?	La communication sur les offres est réalisée sur un petit nombre de sites tiers.	En plus des sites institutionnels, développer votre communication sur les réseaux sociaux.
15. Quelle est la politique de votre entreprise concernant sa e-réputation ?	La e-réputation de notre entreprise ne fait pas l'objet d'une politique ou d'actions particulières.	Désigner une/des personnes au sein de l'organisation pour surveiller régulièrement la e-réputation de l'organisation (commentaires, articles, etc..) et organiser une veille continue
16. Quelle est la démarche suivie pour augmenter la visibilité de votre entreprise et de ses offres sur le web ?	Notre entreprise est très peu connue sur Internet et aucune action concrète n'a été entreprise pour augmenter sa visibilité.	Augmenter la visibilité de votre site par des opérations d'optimisation SEO de vos supports à l'aide d'une agence spécialisée.
17. Comment est gérée la publication des contenus sur les réseaux sociaux ?	Notre entreprise communique de manière ponctuelle sur les réseaux sociaux mais sa communication n'est pas planifiée et le contenu est directement pris du site institutionnel. La communication est peu coordonnée entre les réseaux sociaux.	Créer des contenus dédiés aux réseaux sociaux et coordonner les campagnes de communication entre les réseaux sociaux.
18. Comment la communication est-elle ajustée aux publics visés ?	Des supports spécifiques de communication ont été créés pour certains profils. Ces supports sont communiqués sans être ciblés.	Etudier de manière systématique l'opportunité de distinguer les supports et les contenus de communication en fonction des profils types de clients (personas), faire évoluer vos personas.
19. Vous avez plusieurs business units, succursales ou plusieurs commerces ? Comment les rôles et les responsabilités sont-elles définies entre les différentes succursales pour la	Des campagnes de communication sont réalisées en commun avec les différentes succursales sur certaines offres. Pour ces campagnes, les supports et les contenus de communication sont	Mutualiser les supports de communication avec les autres succursales et coordonner les campagnes de communication avec les autres membres du réseau.

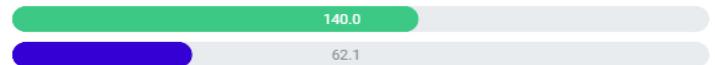
promotion des offres ?	communs mais les actions ne sont pas coordonnées.	
Quelle est la capacité de votre entreprise à suivre et piloter des campagnes de publicité en ligne (budget, ROI, etc.) ?	Des campagnes de publicité en ligne sont réalisées régulièrement.	Soutenir les campagnes marketing par des campagnes numériques. Mesurer leur efficacité à l'aide d'indicateur. Dédier une ressource interne et la former sur les campagnes et leur gestion online.

 VOIX DU CLIENT



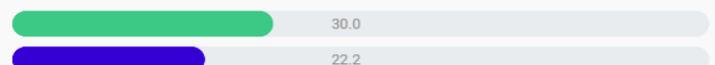
Questions	Réponses	Levier d'action
21.Comment est mesurée la satisfaction des clients (quels indicateurs, Net Promoter Score, quelle fréquence) ?	La satisfaction client est recueillie ponctuellement par des campagnes d'enquêtes de satisfaction à chaud ou à froid.	Développer les formulaires de satisfaction en ligne pour recueillir systématiquement l'avis des clients sur les offres.
22.Quelles sont les possibilités offertes aux utilisateurs de vos services pour communiquer avec votre entreprise ?	Les clients utilisent exclusivement des canaux de communication traditionnels et directs pour adresser leurs requêtes (mails et téléphone).	En plus des canaux traditionnels de communication (mail et téléphone), donner la possibilité aux clients d'adresser leurs requêtes via les réseaux sociaux, en y créant par exemple des comptes pour votre organisation, et/ou via des applications mobiles.
23.Comment la gestion des réclamations venant du numérique s'inscrit dans la stratégie numérique de votre entreprise ?	Un processus et des règles ont été définis pour gérer les réclamations venant du numérique.	Définir des référents pour gérer les réclamations des clients ou mettre en place une équipe dédiée si le volume des réclamations le nécessite.
Comment l'entreprise gère et collecte les avis de ses clients en ligne ?	Un processus et des règles ont été définis pour gérer les avis clients venant du numérique	Définir des référents pour gérer les avis des clients ou mettre en place une équipe dédiée si le volume des avis le nécessite
Comment votre entreprise gère-t-elle les rendez-vous sur site?	Aucune règle ou processus pour gérer les rendez-vous sur site n'a été défini.	Définir une procédure pour gérer les rendez-vous sur site quel que soit le point de contact.

 EXPÉRIENCE CLIENT



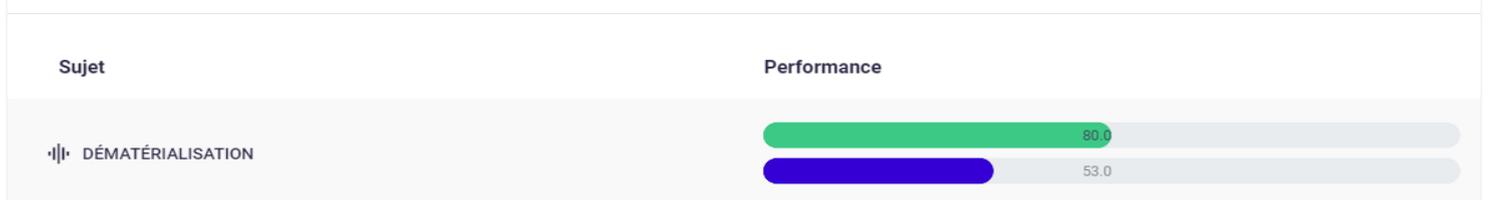
Questions	Réponses	Levier d'action
Dans quelle mesure l'utilisation d'outils GRC est-elle intégrée aux processus de vente et de service clients de votre entreprise ?	L'outil GRC / CRM existe et est utilisé ponctuellement dans les processus métier de vente, marketing et services clients. "	Utiliser des outil CRM pour les processus métier de vente, marketing et services clients pour mieux comprendre les clients. Partager les informations entre ces métiers pour enrichir la base et affiner les profils des clients.
Des changements de comportement des usagers dus à la transformation numérique sont-ils perçus ?	Des changements dans les attentes des clients dus au numérique ont été perçus mais ces attentes n'ont pas été formalisées.	Formaliser les attentes des utilisateurs dues au numérique et lancer des initiatives pour y répondre ou faire évoluer vos offres.
Dans quelle mesure l'expérience utilisateur est-elle personnalisée et les offres de produits/services sont-elles segmentées en fonction des profils (ex : commerçant/PME/TPE) ?	Les offres ne sont pas segmentées.	Analyser les profils de vos clients et adapter au maximum les offres pour tenir compte des différents profils des clients pour améliorer leur expérience. Développer des offres qui répondent aux besoins spécifiques des divers profils.
Des contenus d'aide utilisateur/client en ligne (FAQ, forums, tutoriaux, vidéos explicatives...) ont-ils été mis en place ?	Une aide est disponible pour chaque service en ligne. Plusieurs supports différents sont proposés.	En parallèle des contenus d'aide en ligne tels que les FAQ, forums et vidéos explicatives, mettre à disposition de l'utilisateur un chat bot.
Les services en ligne proposés sont-ils adaptés aux différents canaux (site responsive, adaptés aux moteurs de recherche) ?	L'utilisation du site internet et des services est optimisée pour l'ensemble des appareils. Des applications natives sont développées.	
Dans quelle mesure l'expérience client et l'ambiance in situ (point de vente ou show room) est-elle personnalisée (phygital)?	Notre point de vente propose un accès wifi gratuit compatible RGPD	Diffuser des informations ciblées en fonction de vos clients sur les nouveautés, les promotions, les cadeaux, la carte du magasin

 TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DES OFFRES



Questions	Réponses	Levier d'action
Des services ou produits sont-ils proposés à travers des canaux numériques (site web, plateformes, applications...)?	Les services ou les produits sont simplement présentés en ligne mais non directement utilisables ou vendus en ligne ni via une application mobile.	Identifier tout ou partie des offres ou services qui peuvent être mises en ligne, c'est à dire, ceux pour lesquels une intervention humaine n'apporte que peu ou pas de valeur ajoutée. Une enquête auprès des utilisateurs peut être réalisée pour comprendre leurs attentes quant à l'accès en ligne des services. Un benchmark peut être réalisé auprès des concurrents ou d'autres organisation similaires afin d'évaluer l'opportunité d'affaire réelle.
2. Comment les offres 100% numériques sont-elles intégrées dans l'orientation générale de votre organisation ?	Les offres entièrement numériques sont des initiatives ponctuelles.	Examiner les possibilités offertes par les offres 100% numériques pour répondre à des besoins clients identifiés et répétés et qui permettraient de rentrer dans une boucle d'amélioration continue de l'offre et de la relation client. Détecter les "tensions" potentielles du marché entre l'offre existante et des besoins détectés.

PROCESSUS INTERNES



Questions	Réponses	Levier d'action
Quelle est la capacité de votre organisation à gérer la dématérialisation des documents de gestion et gérer le workflow de validation ?	Quelques documents sont dématérialisés (formulaires en ligne) mais la majorité de la gestion des documents est réalisée sous format papier.	Généraliser la numérisation des documents et l'utilisation des formulaires en ligne. Structurer une base de données pour l'archivage des documents et définir pour la base : le support utilisé, les droits d'accès aux documents, les règles de sauvegarde, les législations à appliquer aux documents.
La gestion administrative avec les clients est-elle numérisée ?	Une partie de la relation client est dématérialisée (facture, contrat).	Développer les formulaires de contact en ligne pour les clients. Permettre la signature électronique des documents par les clients.
La gestion administrative avec les fournisseurs est-elle numérisée ?	Une partie de la relation avec les fournisseurs est dématérialisée (facture, contrat).	Développer les formulaires de contact en ligne pour les fournisseurs. Permettre la signature électronique des documents par les fournisseurs.
La gestion administrative avec les autres filiales ou succursales est-elle numérisée ?	Une partie de la gestion administrative avec les autres filiales ou succursales est dématérialisée.	Développer les formulaires de contact en ligne pour les autres filiales ou succursales. Permettre la signature électronique des documents par les autres filiales ou succursales.

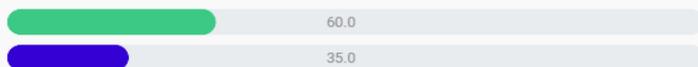


Questions	Réponses	Levier d'action
Dans quelle mesure les processus administratifs sont-ils automatisés au sein de votre organisation ?	Un logiciel de gestion intégré est partiellement déployé dans certains services.	Généraliser l'utilisation d'un logiciel de gestion intégré à l'ensemble des services. Rationaliser les logiciels de gestion intégrés et étudier la possibilité de se doter d'un outil unique répondant à l'ensemble des besoins.
Quel est le degré d'automatisation des processus métiers ?	Quelques tâches répétitives sont automatisées.	Généraliser l'utilisation des technologies de RPA pour automatiser l'ensemble des processus pour lesquels une automatisation apporte un gain.

Dans quelle mesure votre chaîne logistique (commande, livraison, expédition...) est-elle automatisée ?

Un logiciel unique de gestion intégré est totalement déployé dans l'ensemble des services et des étapes de votre logistique.

☰ SYSTÈMES D'INFORMATION



Questions

Réponses

Levier d'action

Quelles sont les technologies numériques soutenues en interne ?

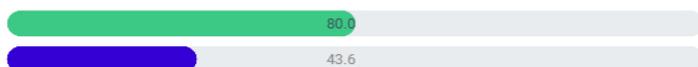
Les outils numériques (site internet, applications mobiles, ...) sont gérés en interne mais les évolutions sont réalisées par des prestataires externes.

Recruter des profils issus du numérique capables de faire évoluer les outils numériques (site internet, applications mobiles) ou former des collaborateurs en interne.

Quel est le rôle actuel de la DSI ou de votre prestataire informatique au sein de votre organisation ?

La DSI ou le prestataire informatique joue un rôle transverse auprès de l'ensemble des services de notre entreprise.

🔗 OUTILS COLLABORATIFS



Questions

Réponses

Levier d'action

Quelle est la capacité de votre organisation à co-créer avec vos partenaires extérieurs (plateformes collaboratives, documents partagés...)?

Les documents sont partagés par mail. L'édition des documents est réalisée en local.

Mettre en place des dossiers partagés dans chaque service.

Quel type de mode de collaboration est disponible en interne ?

Les échanges entre les collaborateurs se font par mail ou par téléphone.

Mettre en place un chat interne accessible à l'ensemble des collaborateurs.

A quel point utilisez-vous le travail à distance au sein de votre entreprise ?

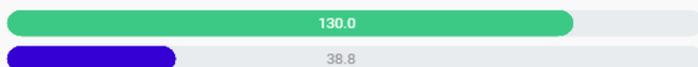
Seule la messagerie électronique est accessible à distance et/ou un nombre réduit d'employés a accès aux outils à distance.

Rendre accessible à distance pour l'ensemble des collaborateurs leurs postes de travail incluant leurs disques partagés.

Dans quelle mesure les services de votre organisation sont-ils connectés entre eux pour partager leurs connaissances ou obtenir des informations ?

Les projets associent systématiquement différents services, les équipes utilisant tous les jours des outils de partage transverses.

📁 EQUIPEMENTS ET USAGES



Questions

Réponses

Levier d'action

Quel est le degré d'équipement des collaborateurs en outils numériques (tablette, smartphone...) et leur degré d'intégration dans la configuration de l'espace de travail (murs numériques, tablettes, écrans de présentation...)?

Du matériel numérique (tablette et smartphones récents) est mis à la disposition de l'ensemble des collaborateurs.

Équiper l'ensemble des collaborateurs avec des outils favorisant la mobilité. Équiper le lieu de travail avec des équipements numériques favorisant le travail collaboratif (écran, vidéoprojecteur, WI-FI). S'assurer que le matériel est adopté, accompagner les collaborateurs dans leurs usages (formation, petites brochures et mode d'emploi. Eviter de sous-estimer la qualité du matériel qui peut constituer un obstacle à l'usage et à l'adoption par les collaborateurs.

Comment le numérique et l'environnement de travail numérique améliorent-ils le bien-être au travail ?

L'environnement de travail numérique est régulièrement revu pour améliorer le bien-être au travail et des outils sont mis à disposition (lutter contre le stress, ...).

Comment le numérique et l'environnement numérique améliorent-ils les offres sur site ?

La majorité des offres sur site utilisent des outils numériques (jeux numériques, gamification, serious game).

Mettre l'expérience des clients au centre de la stratégie de conception des offres sur site. Echanger avec les autres entreprises ou d'autres partenaires sur les opportunités offertes par les outils numériques pour les offres sur site et réaliser une veille. Mettre en place une équipe en interne capable de créer des outils numériques (jeux numériques, gamification, serious game) pour les offres sur site.

Comment le numérique favorise-t-il la mise en œuvre ou la création d'une intelligence collective ?

L'environnement de travail numérique a été revu pour favoriser la mise en œuvre ou la création d'une intelligence collective.

Etudier régulièrement l'environnement de travail numérique et s'assurer qu'il favorise la mise en œuvre ou la création d'une intelligence collective. Effectuer une veille sur les outils et les pratiques favorisant l'intelligence collective.

PILOTAGE DU DIGITAL

Sujet

Performance

🕒 STRATÉGIE NUMÉRIQUE

230.0

95.9

Questions

Réponses

Levier d'action

Votre entreprise dispose-t-elle d'une feuille de route pour sa transformation numérique ?

Nous avons créé une feuille de route de la transformation numérique sur certaines thématiques (Offres, RH, Processus internes, ...).

Définir une feuille de route de la transformation numérique globale de votre organisation.

Votre entreprise effectue-t-elle une veille sur le numérique, pour identifier les risques et opportunités correspondantes, et remonter ces éléments afin de nourrir la réflexion stratégique de votre organisation ?

Des dispositifs de veille sur le numérique sont mis en place ponctuellement sur certaines thématiques précises.

Généraliser les dispositifs de veille sur le numérique sur l'ensemble des aspects de l'activité de votre organisation. Organiser des réunions pour permettre aux collaborateurs de partager leurs découvertes sur les dernières évolutions du numérique.

Les initiatives numériques de votre entreprise sont-elles coordonnées et visent-elles à atteindre des objectifs stratégiques clairement définis ?

Chaque initiative numérique possède sa propre feuille de route avec objectifs et budget associés sans corrélation entre les initiatives.

Placer les feuilles de route des initiatives dans le cadre de la stratégie numérique globale de votre entreprise et s'assurer que les initiatives soient coordonnées pour atteindre les objectifs fixés par cette dernière.

Quelle est la capacité de votre entreprise à identifier et à allouer des budgets pour sa transformation numérique ?

Des budgets sont alloués à l'avance pour développer des projets de transformation numérique concernant une ou plusieurs thématiques (DATA, RH, Offres, ...) mais séparément.

Définir un budget global de la transformation numérique décliné sur l'ensemble des aspects de la transformation.

Quelles sont les ambitions de votre entreprise en matière de numérique ?

Nous souhaitons bénéficier de certains avantages et opportunités offerts par le numérique.

Définir l'ambition globale de votre entreprise concernant le numérique.

Le niveau de maturité numérique de votre entreprise est-il mesuré régulièrement ?

Nous mettons en œuvre des moyens financiers et humains pour étudier notre maturité numérique sur l'ensemble de notre organisation et de notre activité.

Mettre en place des indicateurs pour suivre régulièrement l'évolution de la maturité numérique sur l'ensemble de votre organisation et de son activité.

Quelle est l'ambition de votre entreprise sur le numérique par rapport aux autres entreprises ?

Nous voulons égaler les entreprises les plus performantes sur le numérique.

Créer une dynamique de la transformation numérique au sein du réseau en vous associant à plusieurs de ses membres pour développer des initiatives communes.

Comment votre entreprise accompagne-t-elle les initiatives individuelles ou collectives ?

Notre organisation permet la remontée d'idées de manière informelle mais elles sont rarement mises en application par manque de moyens.

Inciter les collaborateurs à développer et à proposer de nouvelles idées. Repenser l'organisation pour faciliter la remontée d'information. Définir un budget pour développer ces idées.

Quelle est la place de l'innovation dans votre entreprise ?

Nous avons de nombreuses initiatives pour stimuler l'innovation comme des Digital factory, couplées à des expérimentations sous forme de Test&Learn.

🔗 ANIMATION INTERNE DU NUMÉRIQUE

70.0

32.4

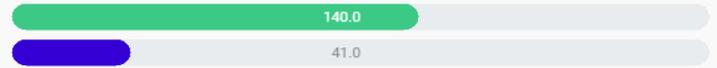
Questions

Réponses

Levier d'action

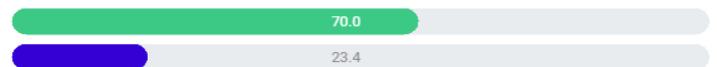
Quel est le niveau de communication interne sur la transformation numérique ?	Nous communiquons ponctuellement sur le numérique lors du lancement d'initiatives.	Communiquer en interne sur les initiatives de votre organisation sur le numérique et sur l'actualité du numérique pour insuffler une culture numérique au sein de votre organisation.
Dans votre entreprise, quel est le degré d'acceptation du changement induit par le numérique ?	Le dernier projet numérique a été dans l'ensemble bien accueilli.	Embarquer les collaborateurs les plus motivés sur les projets numériques pour qu'ils deviennent des ambassadeurs de ces projets au sein de votre organisation. Réaliser systématiquement des actions de conduite du changement en amont des projets numériques.
Comment les connaissances sur les sujets numériques sont-elles partagées entre les différents services de votre organisation ?	Certains services commencent à échanger entre eux sur les questions numériques. La majorité des échanges se fait entre la DSI et les autres services.	Systématiser le partage de connaissances sur le numérique entre les services (exemple : partage de REX entre les services sur les initiatives numériques). Créer des moments d'échanges entre les services.

CONDUITE DE PROJETS NUMÉRIQUES



Questions	Réponses	Levier d'action
Existe-t-il une équipe dédiée à la transformation numérique au sein de votre structure ?	Une personne au moins a été identifiée au sein de l'organisation comme ayant une expertise sur le numérique.	Mobiliser une ressource à plein temps sur la transformation numérique. Former l'un de vos collaborateurs ou engager un profil expert.
Quelle est la démarche adoptée pour les projets numériques ?	Les projets sont toujours réalisés en mode agile (scrum, extreme programming, RAD, ...).	Réaliser les projets en mode agile et mettre en place en interne des profils experts du mode agile (Product owner, scrum master, coach agile, ...)
Quel est le niveau d'implication des équipes de direction dans la transformation numérique ?	La transformation numérique est initiée et des tests pour une nouvelle approche organisationnelle sont en cours.	Initier un plan de refonte organisationnel pour favoriser la transformation numérique et la conduite de projets numériques.
Comment le service financier est-il impliqué dans les projets numériques ?	Le service intervient en aval des projets numériques pour les évaluer en termes de ROI.	Demander au service financier de définir des indicateurs pour suivre les budgets de chaque projet numérique.
Comment le pilotage s'organise-t-il pour favoriser l'innovation numérique ?	Des démarches d'Open Innovation sont régulièrement lancées.	Mettre en place une structure et des moyens pour l'Open Innovation au sein de votre entreprise.
Comment votre organisation s'adapte-t-elle pour répondre aux exigences de réduction des silos d'information et de collaboration inter-équipes propres aux initiatives numériques ?	Certaines initiatives de mutualisation d'équipe et de budget existent.	Identifier les savoir faire pertinents pour les projets numériques parmi l'ensemble des services et des collaborateurs et les impliquer tout au long des projets.

PILOTAGE DE LA PERFORMANCE



Questions	Réponses	Levier d'action
La performance des initiatives numériques est-elle mesurée et suivie ?	Quelques indicateurs notamment financiers (budget, ROI) sont définis au début des initiatives numériques pour avoir une idée de leur efficacité et des gains apportés.	Définir au début des initiatives numériques des indicateurs financiers (budget et ROI) en faisant la distinction entre les indicateurs de moyens (quelle ressource pour atteindre les objectifs fixé), et les indicateurs de résultats (quelle performance mesurée).
La contribution du numérique dans l'atteinte des objectifs stratégiques de votre entreprise est-elle évaluée ?	La contribution du numérique est évaluée suivant plusieurs aspects (financiers, satisfaction client, performance des processus internes...).	Evaluer régulièrement la contribution du numérique de manière générale et sur chaque projet, sur plusieurs aspects (financiers, satisfaction client, performance des processus internes...) et en tirer des enseignements pour optimiser le portefeuille de projets.
Dans quelle mesure des outils de prédiction analytiques sont-ils utilisés pour piloter la stratégie ?	Nous avons une idée des outils de prédiction analytiques dont nous avons besoin.	Lancer des expérimentations sur l'utilisation d'outils de prédiction analytiques si un gain potentiel pour le pilotage a été identifié.

RESSOURCES HUMAINES

Sujet

Performance

 RECRUTEMENT ET MARQUE EMPLOYEUR

90.0

33.6

Questions

Réponses

Levier d'action

Comment les possibilités offertes par le numérique sont-elles utilisées pour mettre en place un processus de recrutement innovant ?

Le numérique a été identifié comme un levier d'amélioration pour le processus de recrutement et a commencé à être utilisé sur certaines phases du recrutement : le sourcing, la présélection ou l'évaluation des candidats.

Systématiser l'utilisation des outils numériques sur l'ensemble des phases du recrutement à faible valeur ajoutée. Utiliser les réseaux sociaux comme levier de recrutement. Former les collaborateurs aux méthodes de recrutement sur les réseaux sociaux. Identifier les moyens d'améliorer l'expérience des candidats grâce au numérique.

Comment le numérique a-t-il changé les critères de recrutement ?

Certaines annonces de recrutement font appel à des compétences en numérique.

Généraliser pour l'ensemble des services le recrutement de profils ayant une culture et des compétences en numérique fortement liées à leur cœur de métier.

Quelle est la stratégie de recherche des profils du numérique (Community manager, coach agile, ...) ?

Les ressources sont principalement externalisées mais une attention spécifique est portée au choix des prestataires pour s'assurer d'être dans les normes du marché.

Internaliser certains profils experts du numériques sur certains postes clés.

Comment le numérique permet-il de renforcer l'image employeur ?

Les contenus de communication à propos des carrières au sein de notre organisation (vidéos de témoignages d'employés, blogs, ...) sont remis à jour régulièrement. Les collaborateurs sont encouragés à être des ambassadeurs et à communiquer via les réseaux sociaux et professionnels.

Développer une stratégie pour créer une marque employeur et en mesurer la perception à l'aide d'indicateurs pour piloter les campagnes de communication. Encourager les collaborateurs à communiquer sur les réseaux sociaux en leur fournissant des contenus qu'ils peuvent facilement partager.

 GESTION DES COMPÉTENCES

90.0

31.1

Questions

Réponses

Levier d'action

La gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) est-elle en adéquation avec l'ambition numérique de votre entreprise ?

Il existe des fiches de poste dans lesquelles le numérique est mentionné.

Définir des objectifs pour la GPEC en matière de compétences numériques pour répondre aux besoins des services.

Quelles compétences voudriez-vous voir se développer au sein de votre organisation pour aborder les futurs enjeux du numérique ?

Les compétences du numérique nécessaires pour l'ensemble des aspects de l'activité de notre entreprise (marketing, RH, création des offres) ont été identifiées.

Corréler les évolutions du numérique avec son modèle de compétences. Identifier les prochaines évolutions du numériques pour anticiper les compétences nécessaires dans le futur.

Comment le numérique peut-il améliorer l'expérience salarié sur les processus RH ?

L'expérience salarié est prise en compte sur certains aspects des processus RH (paye, évaluations, demandes de congés...) et des solutions numériques sont proposées aux collaborateurs (dématérialisation des feuilles de paye, demandes de congés en ligne, évaluations en ligne, ...).

Systématiser la démarche de rendre accessible en ligne pour les collaborateurs toutes les démarches administratives RH pour lesquelles l'intervention humaines n'apporte pas de valeur ajoutée.

Comment le numérique aide à optimiser l'utilisation des compétences ?

Notre entreprise dispose d'un système d'information RH mais ce dernier n'est pas à jour.

Mettre à jour régulièrement les profils des collaborateurs dans le SI RH avec les données personnelles (âge, adresse, famille...), les compétences et diplômes, les formations suivies, les niveaux de salaire et la fonction, le curriculum vitae.

 ACCOMPAGNEMENT AU NUMÉRIQUE

140.0

31.7

Questions	Réponses	Levier d'action
Quelle est la place de la fonction RH dans la conduite des projets numériques ?	Quelques actions de conduite du changement sont effectuées avec le service RH mais cette démarche n'est pas systématique.	Impliquer la fonction RH dans la conduite des principaux projets de transformation numérique. Un calendrier de la transformation comprenant un plan de communication, un plan d'accompagnement et un plan de formation doit être défini en amont de la mise en œuvre des projets. Le calendrier doit répondre aux impacts sur les ressources humaines identifiés lors d'études préalables. Impliquer les partenaires sociaux dans les projets de transformation.
Comment la fonction RH peut-elle diffuser une culture du numérique au sein de l'organisation ?	Le service RH réalise des campagnes de communication sur le numérique auprès de certaines catégories du personnel.	Communiquer sur le numérique auprès de l'ensemble des collaborateurs pour créer une culture du numérique et faire adhérer les collaborateurs au numérique.
Comment le numérique a-t-il transformé les dispositifs de formation proposés aux collaborateurs ?	La formation des collaborateurs est favorisée par la mise en place du digital learning et des MOOC.	Créer pour chaque salarié un parcours de formation sur le numérique qui s'appuie sur des outils numériques. S'équiper avec une plateforme en ligne de formation qui centralise toutes les formations.
Comment la fonction RH peut aider le management et le top management dans leur maîtrise du numérique ?	Le numérique est identifié comme une compétence clé de l'encadrement, avec des parcours de formation spécifiques.	Mettre en place un système de coaching de équipes de direction par des acteurs issus de l'écosystème numérique.
Comment le numérique et l'environnement de travail numérique améliorent-ils la productivité au travail ?	L'environnement de travail numérique a été revu pour améliorer la productivité au travail (caisse et logiciel de caisse, carte de fidélité, moyens de paiements...).	Etudier régulièrement l'environnement de travail numérique et s'assurer qu'il favorise la productivité au travail. Effectuer une veille sur les outils et les pratiques en lien avec le numérique favorisant la productivité au travail avec une adaptation par métiers ou par services.

DATA

Sujet

Performance

📊 GESTION DES DONNÉES

Questions	Réponses	Levier d'action
Quelles sont les infrastructures de base de données ?	Les données clients sont gérées par des outils CRM.	Connecter votre outil CRM à votre site internet.
Dans quelle mesure les bases de données sont-elles unifiées ?	Les données sont stockées dans plusieurs bases de données (dont clients et utilisateurs) qui ne communiquent pas entre elles.	Relier vos bases de données clients et utilisateurs pour qu'elles puissent communiquer et s'enrichir mutuellement.
Est-il possible d'avoir une vision 360 degrés des utilisateurs grâce aux données ?	Les données ne permettent pas d'avoir une vision 360° des clients mais les informations nécessaires et les méthodes pour obtenir cette vision sont connues.	Mettre en œuvre les procédures et méthodes pour obtenir une vision 360° des clients
Quelle est la politique de stockage des données clients suivie ?	L'ensemble des données clients nécessaires et des méthodes opérationnelles pour les obtenir ont été définies.	Remettre à jour régulièrement la liste des données clients à récolter en interrogeant vos collaborateurs sur leurs besoins.
Quelle stratégie est suivie pour collecter les données clients ?	Des informations sur les utilisateurs des services sont récoltées via plusieurs canaux traditionnels et numériques (Réseaux sociaux, DMP, e-CRM, mails, contacts téléphoniques, textos, géolocalisation ...).	Charger une personne de définir la stratégie de collecte des données : étudier les parcours des clients pour récolter l'information au bon moment sur l'ensemble des canaux numériques.
A quelle fréquence les données clients sont-elles remises à jour ?	Les données clients sont remises à jour plusieurs fois par an.	Augmenter la fréquence de mise à jour de vos bases de données clients et essayer d'atteindre un objectif de mise à jour de plusieurs fois par mois.

Dans quelle mesure les données, y compris clients sont-elles partagées avec les partenaires ?

La base de données est connectée avec celles des partenaires mais n'est pas comparée systématiquement avec celles-ci.

Connecter et comparer systématiquement votre base de données à celles de vos partenaires.

VALORISATION DES DONNÉES

Questions	Réponses	Levier d'action
Comment est-ce que la donnée client est exploitée pour adapter les business models de votre entreprise ?	Les données clients sont suivies en temps réel pour ajuster de manière réactive les business models.	Capitaliser sur les données clients par une approche prédictive pour anticiper leurs besoins et adapter votre business model en conséquence.
Comment est-ce que la donnée client est exploitée pour adapter les offres de votre entreprise ?	Les données collectées sont analysées a posteriori pour mieux comprendre les attentes des clients et adapter les offres.	Analyser régulièrement vos données clients pour adapter rapidement votre offre de services en ligne.
Comment est-ce que la donnée client est exploitée pour adapter les modes de distribution de votre entreprise ?	Les données collectées sont analysées a posteriori pour mieux comprendre les attentes des clients sur les modes de distribution.	Analyser régulièrement vos données clients pour adapter rapidement les modes de distribution aux souhaits des clients.
Dans quelle mesure les données sont utilisées pour constituer des profils types d'utilisateur ?	Les utilisateurs de nos services sont segmentés en fonction de caractéristiques très générales (démographiques, raison sociale, secteur d'activité, effectif...).	Enrichir la segmentation de vos clients en y intégrant des données comportementales (types de services consommés, fréquence d'interaction, etc).

SÉCURISATION DES DONNÉES

Questions	Réponses	Levier d'action
Quel niveau de sécurité est appliqué sur les appareils utilisés par les collaborateurs ?	Des mesures basiques de sécurité sont appliquées sur les appareils des collaborateurs (mot de passe, mise à jour régulière des antivirus).	Crypter les dispositifs numériques contenant des informations confidentielles et étant susceptibles d'être volés ou perdus.
Quel est le niveau de sécurité des systèmes d'information ?	Des mesures basiques de protection des données sont appliquées sur les systèmes d'information.	Utiliser différentes méthodes de protection des données en fonction des usages (chiffrement de la donnée, traçabilité, double authentification). Sauvegarder régulièrement vos données.
Quelles sont les règles de gestion suivies pour les données personnelles recueillies sur les canaux numériques ?	La conformité avec les règles de la CNIL est revue régulièrement.	Commencer à mettre votre entreprise en conformité avec le RGPD (la première version de la RGPD est entrée en application le 25/05/18).
Comment les collaborateurs sont-ils sensibilisés aux problématiques de la sécurité des données ?	Les collaborateurs sont formés à éviter les pièges courants (phishing, simplicité des mots de passe).	Lancer régulièrement des campagnes de communication auprès des collaborateurs pour les sensibiliser aux problématiques de cyber-sécurité.