



DIGINEWS

by **דגיwin**
Groupe TSB



RÉUSSIR LA MISE EN ŒUVRE DE VOTRE INTRANET.

Les 5 erreurs à ne pas commettre.

La mise en œuvre d'un intranet ne s'improvise pas ! Cela ne signifie pas pour autant qu'un don particulier soit nécessaire pour en garantir le succès. Nous nous intéressons dans cet article aux erreurs principales à éviter absolument.

Ils nous ont fait confiance.

Retour sur l'expérience de la Caisse Primaire d'Assurance Maladie de Loire-Atlantique qui a réussi le pari de fédérer l'ensemble de leurs collaborateurs autour d'un intranet utile et performant.

Digiwin, les bons tuyaux !

Quelques pistes et réflexions qui relèvent généralement du simple bon sens. Nous ne vous livrons pas une recette miracle pour réussir à coup sûr, et même si c'était le cas, cela ne dispenserait pas de bien bosser.

La data, dois-je m'y intéresser ?



Nous savons aujourd'hui que les salariés sont face à une surabondance d'information du fait de la multiplication du nombre d'émetteurs, Newsletters, journaux internes, intranets, RSE, e-mails. Pour éviter le survol des messages, comportement le plus souvent observé, il faut respecter quelques règles. La production de contenus internes doit être plus ciblée, le contenu externe, issu de la veille, mieux agrégé. Ainsi les contenus seront portés vers ceux qui en ont le plus besoin et les salariés trieront plus facilement les contenus qui leur sont utiles.

C'est ainsi que, de la même manière que le digital est devenu un sujet métier, la data l'est également devenue.



Peu importe la taille, l'ambition et les moyens de votre entreprise, il y a toujours quelque chose à apprendre de la data.



Comment s'y prendre ?

L'idée est de recueillir l'ensemble des données sur l'utilisation des applications déployées, en monitorant de manière précise et en temps réel les outils.

Il est en effet capital pour les entreprises, si elles souhaitent survivre à cette évolution des usages, de connaître les habitudes de leurs collaborateurs afin de satisfaire leurs besoins ponctuels ou réguliers. Un savoir qui s'acquiert par la récolte et le croisement pertinent de jeux de données.

À quoi cela va-t-il me servir ?

Grâce aux data récoltées, il devient possible de savoir si les usages sont conformes, ou pas, à ce qui était attendu et les services métiers peuvent ainsi mieux cibler leurs messages. L'analyse de la data peut aussi détecter des schémas d'utilisation inédits mais efficaces. La communication interne peut alors les faire connaître pour les propulser au rang de best practice et contribuer du même coup à l'amélioration de la compétitivité de l'entreprise.

Les gains d'une telle démarche

S'ils sont mieux informés, en particulier sur un mode transversal et horizontal, les collaborateurs sauront ce que font leurs homologues d'autres business units, ce qui évitera de refaire des choses déjà mises au point ailleurs, tout en favorisant la diffusion des meilleures pratiques. Une meilleure communication interne rejaillit aussi sur l'extérieur. Des gens bien informés diffusent une image plus positive de l'entreprise, ce qui constitue un atout pour attirer des talents et donner un avantage compétitif stratégique.

3 types de data au service de la com interne

La data sémantique, qui permet de cerner les termes utilisés par les salariés pour chercher l'information et la qualifier.

La data produite par les moteurs d'analyse sémantique qui permettent de scanner l'intégralité d'un site ou d'un intranet et d'en connaître finement le contenu.

La "Data Visualisation" qui donne une nouvelle dimension à l'information à visée pédagogique.

La maîtrise et la structuration de ces data améliorent le nommage et le classement des informations, ce qui réduit le temps de recherche ainsi que le taux de recherches infructueuses, lui-même générateur de pertes d'opportunités et de démotivation.





Ils nous ont fait confiance et ils ont bien fait

Le client : CPAM de Loire-Atlantique

Besoin : AMOA pour la refonte de leur intranet

Le défi : Dans un premier temps, la CPAM 44 nous a demandé de mener une phase d'étude fonctionnelle et technique afin de leur livrer un cahier des charges complet et des solutions en adéquation avec l'analyse des besoins. Suite à cette première phase d'analyse, le client nous a fait confiance pour mettre en place leur nouvel intranet à l'aide de la solution technique Jalios.

Aujourd'hui, nous réalisons : Le plan de communication pour créer l'évènement autour de ce nouvel outil
La conduite du changement pour accompagner les collaborateurs à la prise en main de l'outil
La Tierce Maintenance Applicative de ce site (correctifs et évolutions)



Digiwin: les bons tuyaux.



Pas de recettes miracles, juste un peu de bon sens.



LE PRINT N'EST PAS MORT



*source : cap com

À la question, un média peut-il en tuer un autre ? La réponse est non !

Le print continue son évolution, complétant le digital à chacune de ses avancées.

“ **L'un ne va pas sans l'autre.** ”

Pour toucher les salariés ou les clients, les communicants doivent redoubler d'effort et d'ingéniosité quand le nombre de clics des emailings corporate ne

suscitent plus le même intérêt, à l'heure de la saturation numérique et du trop digital.

Aujourd'hui on attend des supports qu'ils nous offrent une véritable expérience sensorielle, émotionnelle : un papier au toucher différenciant, un format original, un contenu qualitatif. Le support devient alors la représentation de vos valeurs. Un support qui se passe de main en main, qui se partage, qui crée du lien. L'écrit sur papier est le support de l'émotion et de l'intime. Il

marque l'exceptionnel et la confiance.

Pour 80% des collectivités*, le journal interne est redevenu le premier outil de communication interne.

Si le digital est puissant pour alerter, le papier a toujours été vecteur de transmission et de mémorisation.

82% des personnes interrogées par l'étude du CSA 2017 déclaraient mieux se souvenir de ce qu'ils ont lu sur papier.



Les bons tuyaux Digiwin

Réservez votre journal interne pour un numéro annuel. En racontant les succès de l'année de l'entreprise, il deviendra alors un support de qualité tant sur le fond que la forme, ce qui fédérera les équipes autour des souvenirs évoqués et pourra être conservé plus durablement qu'une newsletter récapitulative.

Le print a donc encore de beaux jours devant lui et continuera de se réinventer, de nous surprendre, de s'inscrire dans nos vies.



Rendez-vous sur
digiwin.fr

Réussir la mise en œuvre de votre intranet

Avant de vous lancer dans un projet de refonte, il est indispensable de bien maîtriser les facteurs qui vous permettront de mettre en place un nouvel intranet avec succès. Il est également primordial de déployer rapidement un plan de communication sur ce changement afin de faciliter l'appropriation et la compréhension de ce nouvel outil.

Ainsi pour faire adhérer les utilisateurs au changement, il est essentiel de leur donner les clés de la réussite.

Pour cela, il faut :

- Rassurer les utilisateurs
- Les impliquer dans le changement
- Débouter tous les points bloquants
- Leur demander leur(s) avis afin de montrer que vous vous remettez continuellement en question et tentez d'apporter des améliorations continues.

5 erreurs à ne pas commettre dans la mise en place d'un intranet

1.

Considérer que c'est avant tout un projet technique

La très grande majorité des projets à composante technologique est dirigée en privilégiant les aspects techniques. Après une évaluation de la situation et des objectifs, le choix de la technologie et son déploiement monopolise la quasi-totalité des ressources du projet.

Par contre, peu d'intervenants portent leur attention sur ce qui sera vraiment intéressant pour l'utilisateur et pour déterminer méthodiquement comment mettre en place la solution proposée.

“ Un projet ne devrait pas être conduit uniquement par des équipes techniques ou informatiques ... ”

Un projet ne devrait pas être conduit uniquement par des équipes techniques ou informatiques mais aussi par les responsables « métier », qui sont les acteurs les plus à même de comprendre les enjeux du projet, d'apporter leur connaissance du terrain et d'orienter les décisions, de la phase d'analyse à celles de la mise en œuvre et du suivi.

2.

Se baser sur le bon sens et non sur des faits

"Je pense que les utilisateurs veulent ces fonctionnalités!" "J'ai l'impression que cela ne fonctionnera jamais!" "On a toujours fait comme ça!"

Voilà des affirmations fréquemment entendues lors de réunions. Ces déclarations ne sont que des hypothèses souvent biaisées, non validées et, dans le pire des cas, des erreurs de jugement.

Le recueil des besoins est une étape primordiale à la réussite d'un projet afin de cadrer et dimensionner le plus justement l'outil le plus adapté aux réels besoins de vos utilisateurs.



3.

Ne pas tester fréquemment

On ne rappellera jamais assez l'importance d'atteindre rapidement le stade d'une première ébauche d'un produit mettant en valeur l'intérêt de celle-ci du point de vue des utilisateurs. Il est crucial de leur montrer très rapidement les premiers bénéfices possibles grâce à l'utilisation du produit.

Du côté des développeurs, tester un pilote permet de réorienter une analyse fonctionnelle sur des bases plus concrètes.

4.

Envoyer un seul mail pour informer du changement

Sous-estimer l'importance de la communication, c'est perdre du temps considérable sur la durée, avec des collaborateurs peu motivés. Ce ne sont pourtant pas les moyens qui manquent (affichage, réseau intranet, etc.) pour fédérer autour du projet et de ses bénéfices.

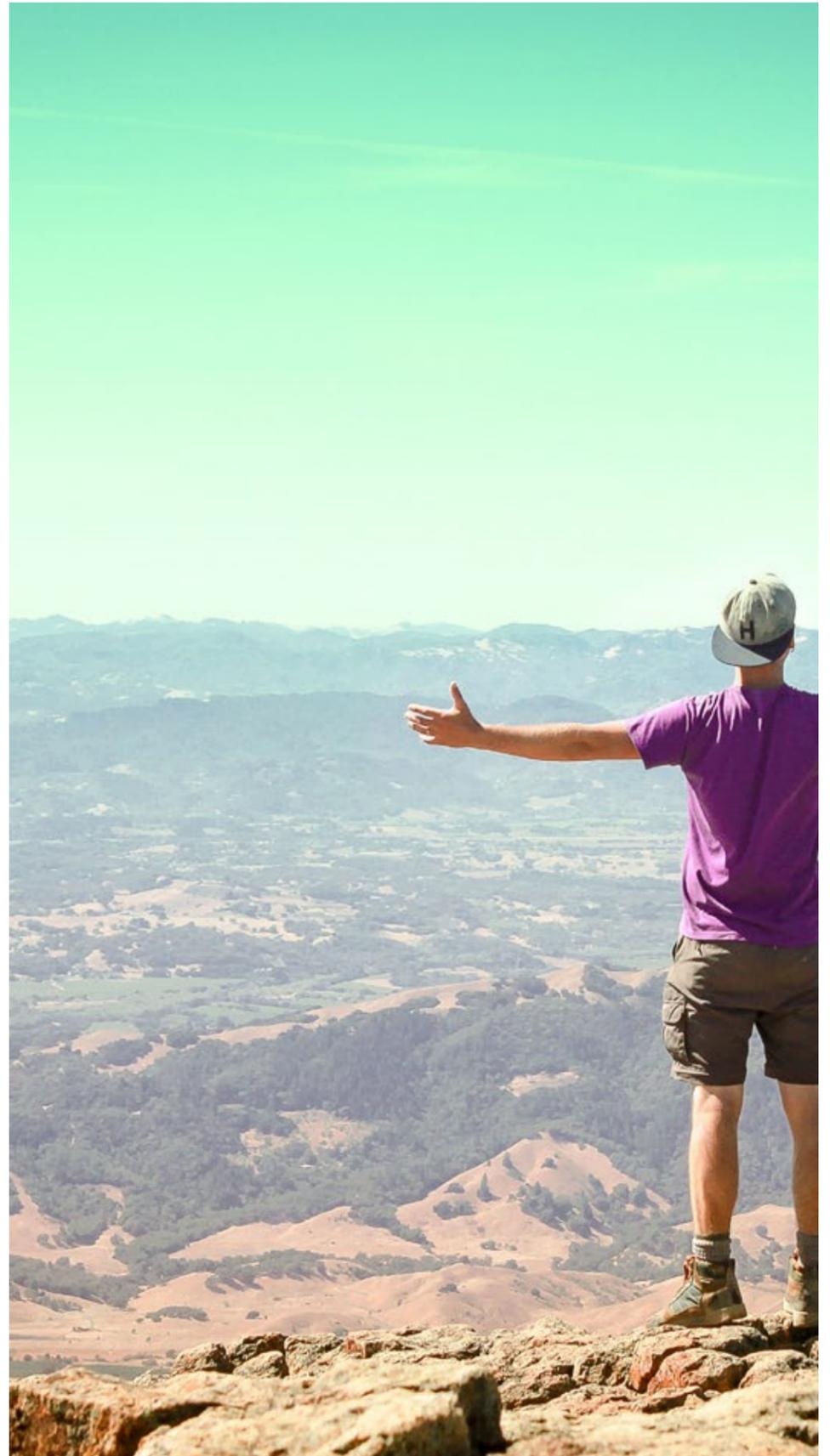
5.

Négliger la formation

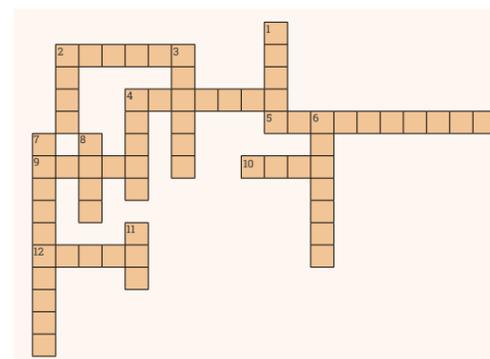
Certes, des formations trop générales et rébarbatives s'avèrent contre-productives. Elles restent en revanche très utiles lorsqu'elles sont adaptées et contextualisées. Administrateurs, contributeurs, un utilisateur bien formé est un utilisateur gagné.



Anticiper
Piloter
Accompagner
Récompenser
les clés du succès.



Mots croisés - Digiwin Testez vos connaissances



Verticalement

- 1 - Méthode agile de gestion de projet ou mêlée en anglais.
- 2 - Langage festif.
- 3 - Il dure entre deux et quatre semaines.
- 4 - Le plus petit élément composant une image.
- 6 - L'agence qu'il vous faut.
- 7 - L'envers du décor des sites internet et intranet.
- 8 - Petit site Web collaboratif à ne pas confondre avec un fruit à chair verte.
- 11 - Corrective ou évolutive elle assure le bon fonctionnement de votre solution.

Horizontalement

- 2 - 1er éditeur français d'Intranet collaboratif à dimension RSE
- 4 - Pour être à l'abri des intrusions, ne sortez pas sans lui.
- 5 - Il mettra tous les trolls dehors et fera régner les pensées positives.
- 9 - Scrum et Kanban font parties de ce type de méthode.
- 10 - Ce n'est pas un portefeuille mais pourtant il est rempli de billets.
- 12 - Discussions, avis, commentaires y fusent, en Grèce et ailleurs

Réponses
SCRUM
Forum
Pixel
AGILE
WIKI
Backoffice
Java
TMA
Parefeu
Digiwin
Modérateur
Blog