

GPO Magazine

15€ LE MAGAZINE DES DIRIGEANTS D'ENTREPRISE

www.gpomag.fr



Édition spéciale

Stratégie numérique : l'entreprise à l'heure du digital

Conscientes des enjeux du numérique, les entreprises s'attachent désormais à mettre en œuvre des stratégies digitales certes défensives mais surtout réalistes ! Quels sont les enjeux liés au tout numérique et les impacts métiers de la transformation digitale, notamment sur les fonctions Finance, RH, Marketing et Relation Client.



Découvrez GPO Magazine et ses éditions spéciales, tous disponibles en version numérique !

Inscrivez-vous vite à la **newsletter mensuelle gpomag.fr** pour feuilleter gratuitement l'intégralité du prochain numéro dès sa parution ou **abonnez-vous** pour pouvoir recevoir par *e-mail* toutes nos publications dès leur sortie.



Rendez-vous dès à présent sur gpomag.fr pour feuilleter gratuitement le dernier numéro enrichi



Lire le magazine

Suivez-nous :



Et profitez de notre offre spéciale abonnement « Full Digital » au tarif de **30 € TTC par an pour 6 numéros.**

Plus d'informations au 03.25.42.18.92 ou par mail : abo@gpomag.fr



En 2016, les entreprises franchissent enfin le cap de la transformation digitale !

Les technologies numériques font aujourd'hui partie de notre quotidien et ont indubitablement changé les comportements d'achat des clients. Des *smartphones* aux réseaux sociaux, en passant par le *cloud*, le *big data* et l'Internet des Objets, ces nouvelles technologies changent actuellement profondément le monde de l'entreprise, tous secteurs confondus, bouleversant, par là même, toute notre économie. Gage des impacts de cette révolution sur nos organisations, depuis les années 2000, la moitié des entreprises du palmarès Fortune 500 sont peu à peu sorties du classement.

Alors pour ne pas se faire « uberiser », nos entreprises n'ont d'autre choix que de mener leur propre révolution digitale. Mais pour celles fondées avant l'ère du numérique, cette transformation digitale représente un véritable défi. Pour le relever et se mettre à l'heure du digital, il leur faudra reconsidérer leurs fondamentaux et réinventer leur organisation, processus, systèmes d'information mais aussi leur culture interne. Une approche qui ne sera pas sans impacts sur les métiers de l'entreprise, quels qu'ils soient.

Conscientes des enjeux du numérique, les entreprises s'attachent désormais à mettre en œuvre des stratégies digitales, certes toujours très défensives mais surtout plus réalistes. En 2016, elles intègrent enfin systématiquement la capacité réelle de mise en œuvre de ces évolutions sur le terrain !

À travers ce nouveau hors-série que nous avons voulu articulé autour de nombreux témoignages clients, nous vous proposons donc de revenir sur les enjeux liés au tout numérique mais aussi sur les impacts métiers de la transformation digitale des entreprises.

Céline Prieur
Directrice de la publication

Anne Del Pozo
Journaliste



4 Digitalisation des entreprises : tous concernés !

Au-delà de l'effet de mode, la transformation digitale et ses promesses sont, au fil du temps, devenues une réalité qui bouscule toutes les entreprises.

- 4 | L'évolution des comportements d'achat bouscule les codes traditionnels
- 5 | Les « digital natives » mettent les entreprises au pied du mur
| Les jeunes générations modifient nos habitudes de travail
- 6 | Le digital : rien n'y personne ne pourra y échapper !
| Le digital est partout
- 7 | Repenser le *business model*
| Tribune : L'Europe à l'heure du défi de « l'uberisation »




8 La fonction finance, pionnière du digital, devient créatrice de valeur

Les leviers technologiques permettent à la direction financière de renforcer son rôle de « Business Partner » de la direction générale.

- 9 | Productivité et fluidité de l'information renforcées
| Les enjeux sécuritaires autour de la dématérialisation des documents
- 10 | Meilleure collaborativité entre tous les acteurs de la chaîne achat
- 11 |  Groupe T2I : La transformation digitale pour plus d'agilité et de performance
- 12 |  Neopost, facilitateur de communication et d'expédition


13 Les impacts de la transformation digitale sur les RH et les organisations

Aujourd'hui, des outils accompagnent les RH dans la transformation digitale de leur métier et l'organisation humaine de leur entreprise.

- 14 | Les SIRH dernière génération
| Le digital rend plus efficiente la gestion des talents et du recrutement
- 15 | Le DRH 3.0 au cœur de la tourmente digitale de l'entreprise
| Vers des organisations plus collaboratives
- 16 | Les nouveaux environnements de travail à l'heure du digital
- 17 |  Everial, l'expertise documentaire au service de votre transition numérique
- 18 |  Jalios, catalyseur d'intelligence collective
- 19 |  Locarchives, partenaire de la transition numérique des entreprises en toute confiance

20 Marketing digital : la voie royale pour une expérience client accomplie

La transformation digitale des fonctions commerciale, marketing et communication contribue au renforcement de la satisfaction client et au développement des ventes.

- 20 | Le marketing surfe sur le digital
- 21 | Les services communication opèrent leur IT-mutation
| Digitalisation du service commercial : une arme redoutable pour démultiplier les ventes
- 22 | La Data au service de l'expérience client
- 23 | E-reputation : le nouveau défi des entreprises
- 24 |  Tessi Documents Services : Solutions digitales & Services BPO sont deux accélérateurs de performance des parcours clients

Cette édition spéciale a été réalisée par la Rédaction de GPO Magazine, Gérer Prévoir Optimiser – Le magazine des dirigeants d'entreprises.

Nous remercions plus particulièrement pour leurs témoignages et leurs retours d'expériences (par ordre d'apparition) :

Jean-Louis Sadokh, du Groupe T2i, Thibault Constantin d'Intelligence, Jean-Dominique Senard chez Michelin, Benoît Perriquet d'OpenText, Julien Pérona d'Addworking, Chrystelle Verlaquet chez Neopost, Patrick Michels d'Everial, Édouard Guignet du Leclerc de Roques-sur-Garonne, Hervé Streiff chez Locarchives, Éric Jamet chez Tessi Documents Services, Antoine Dethoor chez D Medica, Catherine Duvanel de PX Group, Vincent Belliveau chez Cornerstone, Mathieu Bigeard chez Jalios, Philippe Gibert chez Aviva, Florence Duriez de Top Office, la banque Nationwide.

Magazine édité par la société
Médias et Entreprises
SAS au capital de 30 000 euros
RCS Troyes B 533 862 611
53, rue de la Paix - 10000 Troyes
Tél. : 03 25 42 18 92
Fax : 03 25 42 40 48
contact@gpomag.fr
www.gpomag.fr

Directeur de la publication
et de la rédaction
Céline Prieur

Secrétariat de Rédaction
Chantal Villard
redaction@gpomag.fr

Newsletter :
Véronique Bénard

Ont participé à la rédaction de ce numéro :

Anne del Pozo
anne.delpozo@gmail.com

Directeur commercial et marketing
Céline Prieur
celine.prieur@gpomag.fr

Responsable éditorial online
& marketing digital
Véronique Bénard
veronique.benard@gpomag.fr

Service publicité au support
pub@gpomag.fr - 03 25 42 18 92

Responsable du développement
Éric Delfosse

Communication
Sabrina Verry

Service Abonnements

GPO Magazine
18, rue du Général de Gaulle
10220 Piney
Prix du numéro : 13 € TTC
Abonnement 1 an
(4 numéros + 2 hors-séries)
France : 50 € TTC, Étranger : 80 €
abo@gpomag.fr

Vente au numéro
Kitterie Paindorge
03 25 42 18 92 - contact@gpomag.fr

Direction artistique, conception graphique

Feuilles de Styl
MISE EN PAGE ET CRÉATION GRAPHIQUE
syl.bouillon@orange.fr
06 78 68 27 28

Administration site Internet
GIH Multimédia - Aurélien Viard
aviard@gih-multimedia.com

Service fabrication
fabrication@gpomag.fr


Impression

Léonce-Deprez
62620 RUITZ

Imprimerie certifiée
ISO 14001, PEFC, FSC
et labellisée Imprim'Vert

Dépôt légal : Septembre 2016

Couverture : © Rawpixel - Fotolia



Digitalisation des entreprises : tous concernés !

Transformation digitale... le concept circule dans tous les comités de direction, au sein de toutes les organisations... Mais au-delà de l'effet de mode, la transformation digitale et ses promesses sont au fil du temps devenues une réalité qui bouscule toutes les entreprises, y compris celles datant du siècle dernier et ce, quel qu'en soit le secteur d'activité. Une réalité notamment alimentée certes par le jeu de la concurrence, mais aussi par l'évolution des comportements d'achat des clients ainsi que des modes de travail des collaborateurs de l'entreprise.

L'évolution des comportements d'achat bouscule les codes traditionnels

Qu'on se le dise, la transformation digitale, si elle est loin d'être aboutie dans la plupart des entreprises, n'est pas pour autant un phénomène nouveau ! Son origine est très probablement l'informatique d'entreprise puis la dématérialisation des documents (bureautique, GED, intranet),

la structuration des données (SGBD) et l'automatisation des flux d'activité (workflow). Le développement des sites marchands dans les années 90 a également illustré, en son temps (les années 90), la digitalisation des entreprises. Une tendance qui s'accroît d'autant plus aujourd'hui que les nouvelles technologies (Internet, Big Data, Cloud, Blockchain...) arrivent désormais à maturité

Les jeunes générations modifient nos habitudes de travail



- 48 % des salariés jugent les technologies fournies par leur employeur inadaptées à un travail efficace.
- 85 % des salariés voient des avantages à pouvoir travailler ailleurs qu'au bureau.
- Alors que dans les entreprises le téléphone de bureau reste prédominant, seuls 2 % des jeunes de 15 à 18 ans préfèrent se servir d'un téléphone fixe, les autres préférant communiquer *via* les réseaux sociaux, par texto et par vidéo.
- 76 % des jeunes de 15 à 18 ans considèrent les technologies de dernière génération comme un critère important dans le choix d'un employeur.
- Les jeunes de 15 à 18 ans sont 25 % plus nombreux que les actifs actuels à voir dans le *smartphone* un outil de travail essentiel. ■

Source : « Génération appli : comment les nouveaux salariés modifient nos habitudes de travail », Fuze, mars 2016.

et surtout, s'intègrent mieux dans les architectures des systèmes d'information existants au travers, notamment, des API*. « *La transformation digitale des entreprises s'opère maintenant à tous les niveaux*, observe Jean-Louis Sadokh, membre du conseil d'administration du Groupe T2i, éditeur de solutions pour la gestion des documents. *Les échanges numériques avec l'interne et/ou l'externe sont de plus en plus importants. Une tendance portée notamment par l'évolution des comportements d'achat et la génération Y, née avec un smartphone dans la main et habituée à interagir en temps réel avec ses interlocuteurs. Cette nouvelle génération bouscule les codes et change les usages, aussi bien en termes de comportement d'achat que de mode de travail* ».

Les « digital natives » mettent les entreprises au pied du mur

Cependant, malgré les avancées technologiques et l'évolution des comportements d'achat, les entreprises traditionnelles se sentent aujourd'hui

au pied du mur. En cause ? Les modèles économiques prônés par les « digital natives » (Google, Apple, Facebook, Amazon) qui font voler en éclat leurs stratégies de développement et leurs processus de travail traditionnels, et les incitent à pousser plus avant leur transformation digitale. Car c'est un fait, le digital, sur lequel ces entreprises disruptives ont articulé leur stratégie de développement, accélère le rythme des échanges et renforce la concurrence, désormais internationale, rendant plus rapidement obsolètes les modèles économiques traditionnels sur lesquels la plupart de nos entreprises se reposaient jusqu'alors. « *La digitalisation s'est ainsi très rapidement imposée comme un « must have » en raison des très nombreux bénéfices liés à la mise en œuvre de ce concept structurant : meilleure agilité, ouverture de nouveaux marchés, itération et lancement rapide de projets...*, expliquait dans une tribune Thibault Constantin, Director Line of Business ERP & Innovation d'Intelligence, au printemps dernier. *Tous ces points ont créé un*



Jean-Louis SADOKH

Membre du conseil
d'administration
du Groupe T2i

*API : Interface de programmation

véritable fossé entre deux types d'entreprises : les digital natives et les entreprises traditionnelles ». Ainsi, alors que ces deux modèles d'entreprises ne fonctionnent pas de la même manière, leurs niveaux de croissance diffèrent. Les *digital natives* se positionnent désormais comme les champions de la croissance au regard de l'agilité de leur modèle économique, qui leur permet, entre autres, de s'adapter aux nouveaux usages, d'innover en permanence et de répondre aux nouvelles attentes de leurs clients. Face à ce contexte, il devient impérieux pour les entreprises traditionnelles qui entendent rester compétitives

*NFC : Near Field Communication, technologie permettant d'établir une communication courte entre deux appareils compatibles.

et se développer, de s'engager résolument dans leur transformation digitale.

Le digital : rien n'y personne ne pourra y échapper !

D'ailleurs, soyons réalistes : aucune entreprise n'échappera à un avenir où les gens et les objets sont interconnectés à tout moment, en tous lieux, avec n'importe quel appareil. « *Les entreprises en sont bien conscientes car l'évolution actuelle du modèle économique touche désormais de nombreux secteurs d'activités, métiers et entreprises, y compris les PME* », explique Jean-Louis Sadokh. Même les secteurs d'activités les plus ancrés dans la réalité de notre quotidien et/ou traditionnels sont concernés : la médecine avec la télé-chirurgie, l'agriculture avec les drones ou le tracteur sans pilote, les transports avec les e-billets et le NFC* ou encore le BTP avec les tablettes tactiles sur les chantiers, l'impression 3D... Tous sont ou seront impactés, voire conditionnés par le digital, *via* par exemple les plates-



Le digital est partout

- Selon le baromètre CSC de la transformation digitale (2016), le digital est désormais partout ! 93 % des répondants considéraient son impact comme important sur leur secteur d'activité, soit cinq points de plus qu'en 2015. Tous les secteurs d'activités sont concernés et non plus uniquement ceux dont l'activité principale est de faire face aux clients : production, exploitation, maintenance et opérations font désormais jeu égal avec commerce et distribution. Parallèlement, 60 % des personnes interrogées dans le cadre de cette enquête affirment avoir adopté, cette année, une véritable stratégie digitale.

- D'après un sondage Cesi-Ipsos-le Figaro, les projets de transformation digitale des entreprises n'ont jamais été aussi avancés, le Cloud et l'analytique en étant les principaux vecteurs. L'analytique est notamment considéré pour 44 %

des personnes interrogées comme un investissement informatique prioritaire pour les mois à venir, tandis que 42 % ont déjà commencé à investir.

- La plupart des répondants à ces enquêtes estiment que l'expansion du digital est une opportunité pour leur entreprise notamment pour repenser leur *business model*, réinventer les manières d'interagir avec leurs clients, adapter durablement leurs modes de production et d'exploitation grâce aux technologies, développer la collaboration et la transversalité managériale. « *Les projets de transformation digitale sont menés de façon très hétérogènes au sein des entreprises, dépendant de leur structure organisationnelle, taille ou tout simplement de leur vision*, explique ainsi Benoît Perriquet, vice-président Europe du Sud d'OpenText. *Les attentes et motivations sont ainsi divergentes : certaines entreprises*

vont avoir tendance à favoriser des facteurs tels que la rationalisation des coûts (22 % le citent comme avantage principal), tandis que d'autres vont justifier les investissements dans de nouvelles solutions technologiques par la volonté d'être innovants. Cependant, certains freins demeurent : 23 % des décideurs jugent que la culture de leur entreprise représente le principal obstacle à la transformation digitale tandis que 17 % soulignent le manque de compréhension des enjeux en interne ».

Le digital tend donc à s'installer durablement dans l'esprit des décideurs comme un vecteur de croissance, de nouvelles opportunités tant au plan économique (nouveaux marchés, nouveaux usages, nouvelles offres) qu'opérationnel (meilleure efficacité, réduction des coûts au service du client final) et managérial (nouveaux modes de collaboration). ■

formes de réservation en ligne, les comparateurs de prix, les avis de consommateurs ou autres conversations sur les médias sociaux.

Repenser le *business model*

Bien qu'indispensable, la dimension technologique de ces transformations n'en est cependant pas le seul élément. En effet, pour l'entreprise, la transformation digitale ébranle tous les piliers sur lesquels elle repose, à commencer par son *business model*. La question fondamentale que pose la transformation digitale pour les entreprises « pré-numériques » consiste donc bien à savoir comment générer du chiffre d'affaires, de la marge, dans un monde qui devient digital. En poursuivant une activité basée sur un modèle d'affaire, une organisation et un mode de distribution datant du siècle dernier, il est peu probable que l'entreprise continue longtemps à être rentable. Raison pour laquelle la transformation digitale des entreprises traditionnelles passe en premier lieu par la refonte de leur *business model*. « Par exemple, les entreprises industrielles devront notamment faire évoluer leur positionnement de simples fabricants à un positionnement de fournisseurs de solutions et de services, ajoutait encore Thibault Constantin. À ce titre, les groupes traditionnels vont devoir réaliser de profonds changements ». C'est alors seulement que le digital trouve tout son intérêt. L'exemple de Michelin est, en la matière, un cas d'école. Jean-Dominique Senard, président et gérant associé commandité de Michelin, entend en effet faire de sa société « un leader du monde digital » en la transformant en un fournisseur de mobilité. « Cela passe par des actions de fond dans l'entreprise comme le développement de réseaux sociaux, du travail collaboratif et des actions vers les clients telles que la création de l'application *Via Michelin* mais aussi par la libération des énergies et l'acquisition ciblée de compétences agiles et plus digitales », explique-t-il.

À l'instar de Michelin, de nombreuses entreprises commencent ainsi à prendre la pleine mesure des impacts que pourraient générer leur digitalisation. D'ailleurs, après une année 2015 marquée par de profonds bouleversements des modèles économiques et par l'arrivée de nouveaux entrants aux approches très disruptives, 2016 devrait être l'année du réalisme... L'heure n'est en effet plus aux incantations stratégiques, mais bien à la mise en œuvre de nouveaux modèles opérationnels, conciliant l'intégration de technologies de nouvelle génération, le développement de partenariats avec de jeunes acteurs du digital et une meilleure collaboration entre les différentes entités de l'entreprise, au service des clients, des collaborateurs et des partenaires. ■

Tribune

L'Europe à l'heure du défi de l'uberisation

Tribune de Julien Pérona, PDG d'Addworking, agence d'emploi digital spécialisée dans le hors salariat.



Julien PÉRONA
PDG d'Addworking

On aurait tort de croire que seule la France est confrontée au défi de « l'uberisation » de son économie. Passé le débat sur l'offre concurrentielle en matière de transport à la personne ou d'hébergement qui ont agité l'hexagone, l'Europe tout entière prend la mesure du numérique appliqué au secteur marchand ou de service, avec ses succès et ses échecs. Ainsi, Uber, plate-forme de VTC américaine a quitté la Hongrie la semaine passée ; ce pays membre ayant légiféré pour interdire aux conducteurs hongrois, l'usage de leur véhicule à des fins commerciales. De son côté Airbnb, géant de l'hébergement collaboratif, a scellé un accord avec Carlson Wagonlit, American Express et BCD afin d'accélérer le développement du voyage d'affaires. On imagine parfaitement que la combinaison de l'espace Schengen et de la monnaie unique ne peuvent qu'être bénéfiques à l'économie collaborative européenne.

L'Europe pour un marché numérique communautaire

D'ailleurs, la Conférence franco-allemande sur la transformation numérique des économies, qui s'est tenue au Palais de l'Élysée à l'automne dernier l'a confirmé. Le Président de la Commission européenne Jean-Claude Juncker a ainsi affirmé en la matière, que « la seule échelle nationale ne pouvait suffire » et que l'Europe était « l'échelle pertinente ». La réflexion menée par ces instances se veut prospective. Elle vise à lever les barrières en direction des entreprises pour qu'elles trouvent, hors des frontières nationales, des compétences afin d'opérer des transitions dans leur pays d'origine.

Vers un environnement réglementaire ouvert et équitable

Ce serait sans doute l'occasion d'unifier le marché unique européen encore trop divisé par ses 28 économies nationales et de répondre aux exigences des chefs d'entreprises et des investisseurs qui souffrent de petits marchés fragmentés. Un nouveau cadre qui exigera d'harmoniser les exigences sociales par le haut. Le dernier rebondissement dans la requalification des salariés de Uber en France en est un bon exemple et devrait encourager le législateur européen. Le développement d'un marché numérique européen serait en tout cas cohérent avec celui de la e-concurrence, à la condition que les règles du jeu soient parfaitement établies pour les consommateurs et les prestataires ; l'un et l'autre devant être protégés par un environnement réglementaire ouvert et équitable.

Il reste maintenant à encourager les PME françaises dans cette aventure et à positionner la France comme un pays moteur car c'est par le continent européen, avec un avenir numérique commun que nous retrouverons sans doute une grande partie de notre compétitivité. ■



La fonction finance, pionnière du digital, devient créatrice de valeur



Chrystelle VERLAGUET

Directrice des solutions
de dématérialisation et
éditique de Neopost

Les leviers technologiques tels que les solutions de dématérialisation, les applications mobiles et collaboratives, le Big Data et les outils de Data Visualisation représentent autant d'opportunités pour la fonction financière d'améliorer son fonctionnement interne, de gagner en efficacité, en flexibilité et en confort, et de renforcer le rôle de « Business Partner » de la direction générale.

Les nouvelles technologies et l'accès facilité à l'information vont changer la manière dont la finance est gérée et structurée aujourd'hui. De façon générale, ces technologies, plus mobiles et collaboratives, permettent de dématérialiser de plus en plus de données, d'automatiser des

activités ou des tâches autrefois manuelles, et de partager ces données plus facilement avec les acteurs concernés, que ce soit en interne avec les directions opérationnelles, ou encore en externe, avec l'écosystème de l'entreprise. « *La dématérialisation des processus financiers de l'entreprise va*

optimiser les échanges d'informations au sein des organisations mais également avec leurs prestataires externes, souligne ainsi Chrystelle Verlaguet, directrice des solutions de dématérialisation et éditique de Neopost, acteur spécialisé dans les solutions d'envoi de courrier. *L'adoption du digital au sein des équipes financières va ainsi modifier les usages, encourager le travail collaboratif, permettre de gagner en efficacité et en productivité, d'améliorer les trésoreries d'entreprise et la relation avec les clients et fournisseurs, mais aussi recentrer les métiers de la finance sur des activités d'analyses à plus forte valeur ajoutée*. D'ailleurs, les fonctions financières l'ont bien compris et sont parmi les premières, au sein des entreprises, à avoir engagé leur transformation digitale. *« Une transformation appuyée par la volonté de l'État qui, depuis quelques années, renforce les obligations des entreprises en matière de télédéclarations sociales et fiscales mais aussi, à l'horizon 2020 en matière de dématérialisation des factures destinées aux services de l'État »,* explique Patrick Michels, directeur marketing et

communication d'Everial, société spécialisée dans la gestion de fonds documentaire et le traitement des flux d'information.

Productivité et fluidité de l'information renforcées

La dématérialisation des flux papiers, la gestion de workflows en temps réel, l'archivage automatique et l'automatisation des traitements apportent ainsi une meilleure fiabilité des données et fluidité de l'information, tout en générant des gains de productivité. Des objectifs que s'était ainsi fixé le magasin Leclerc de Roques-sur-Garonne, dans le cadre de son projet de dématérialisation des factures fournisseurs marchandes et frais généraux (actuellement en cours de déploiement). *« Nous évoluons dans un environnement concurrentiel particulièrement important, témoigne Édouard Guignet, DAF du Leclerc de Roques-sur-Garonne. Pour assurer la croissance de notre chiffre d'affaires (120 millions d'euros) nous devons nous différencier à chaque instant de nos concurrents, y compris au niveau*



Patrick MICHELS
Directeur marketing
et communication
d'Everial



Hervé STREIFF
Responsable conformité
et sécurité de l'information
chez Locarchives

Les enjeux sécuritaires autour de la dématérialisation des documents

Alors que la dématérialisation des documents tend à se démocratiser, certains enjeux liés notamment à la stabilisation des documents et à la sécurité demeurent.

Les risques liés à la dématérialisation des documents portent avant tout sur la sécurité des systèmes d'information et des documents ainsi que sur la pérennisation des actifs de l'entreprise. D'ailleurs, à ce jour, la problématique de l'archivage papier reste prédominante même si des pistes et tendances légales devraient prochainement permettre d'aller vers le zéro papier.

Est-il aujourd'hui légalement possible de s'affranchir du document papier lorsqu'il a été numérisé ?

Sur un document nativement numérique, la réglementation e-IDAS permet, depuis le mois de juillet, de supprimer l'étape de rematérialisation jusqu'à présent nécessaire pour apposer une signature, dès lors que le récepteur du document ne disposait pas de système de signature électronique. *« Cette réglementation traite en effet l'identification numérique des personnes, explique Hervé Streiff, responsable conformité et sécurité de l'information chez Locarchives, tiers archiveur. Elle sera applicable dès lors que l'entreprise aura réalisé une numérisation dite « fiable » de son document ». À cet effet, une nouvelle norme Afnor sur le sujet est en cours de préparation et devrait être prête d'ici fin 2016/début 2017. « Dès lors que le document électronique est conforme à l'original, cette norme permettra donc la destruction du document papier, ajoute Hervé Streiff. La mise en œuvre de la dématérialisation légale*

des documents nécessitera néanmoins de disposer d'un système de numérisation, de signature électronique et d'archivage fiable. Il est d'ailleurs indispensable, dans le cadre de cette démarche, de s'appuyer sur un écosystème numérique fiable avec un opérateur de confiance ». Si la France est techniquement prête en la matière, il reste juste à finir d'en valider le cadre juridique.

Comment garantir la sécurité et l'intégrité des archives électroniques ?

Parallèlement, pour garantir la sécurité et l'intégrité des archives électroniques, il est indispensable de s'appuyer sur des sociétés tiers-archivistes labellisées, certifiées ou agréées Tiers de Confiance, par les organismes porteurs des normes établies en matière d'archivage électronique : l'Afnor (NF Z-42013) ou encore l'ISO (ISO 14641). Leurs agréments garantissent leur conformité avec la réglementation en vigueur en matière d'archivage électronique à valeur probatoire et sécurisent les documents qui leur sont confiés. *« Ainsi, la certification NF461 portée par une solution d'archivage électronique garantit l'intégrité des documents et de leur contenu, la pérennité de leur conservation, la sécurité du système et la traçabilité des événements, tout au long du cycle de vie des documents, explique Éric Jamet, directeur marketing et innovation de Tessi Documents Services. ■*

* SEPA : Single
Euro Payments
Area



Éric JAMET

Directeur marketing
et innovation de Tessi
Documents Services

administratif, où il nous fallait repenser notre façon de travailler. En dématérialisant nos factures fournisseurs avec la solution de T2i, nous en diminuons le temps de traitement et, par conséquent nous réduisons nos délais de paiement fournisseurs, ce qui génère un impact positif en termes d'image auprès de nos fournisseurs. À terme, nous pourrions même obtenir de nos fournisseurs des conditions commerciales plus intéressantes dont nos clients pourraient bénéficier. Outre une rationalisation de nos coûts de traitement des factures, la dématérialisation génère également des gains de temps dans nos processus d'archivage et d'indexation de ces documents tout en renforçant leur fiabilité même si, d'un point de vue légal, nous avons toujours l'obligation de stocker nos factures papiers », ajoute Édouard Guignet.

C'est également la volonté d'améliorer ses processus de facturation qui a poussé la société D Medica, spécialisée dans les métiers du soin, à opter pour leur dématérialisation. Depuis plus de 20 ans, elle gérait ses factures via son ERP. Or, cette solution n'était plus en adéquation avec les besoins et les attentes de la société qui envoie 4 000 factures clients soit 27 000 pages par mois. « Nous étions confrontés à de nombreux problèmes techniques, témoigne Antoine Dethoor, DAF de D Medica. Par ailleurs, nous avons besoin de deux personnes en interne pour la mise sous pli et l'expédition ». Anticipant la législation sur la dématérialisation des factures vers les services de l'État entre 2017 et 2020, D Medica a donc choisi de bouleverser ses habitudes et d'opter pour la solution Neotouch Facture de Neopost. « Depuis la mise en place de ce service, nous avons réalisé des économies aussi bien financières qu'en termes de ressources humaines, ajoute Antoine Dethoor. Même si aucun poste n'a été supprimé, les personnes dédiées en début de mois au processus de facturation ont pu se consacrer à d'autres tâches à plus forte valeur ajoutée. Enfin, nous pouvons archiver nos factures en toute sécurité et leur consultation en ligne est immédiate ».

Meilleure collaborativité entre tous les acteurs de la chaîne achat

Le recours à des plates-formes web BtoB dans le Cloud permet également de partager des référentiels communs avec les clients et fournisseurs, de gérer des flux d'achat, d'approvisionnement ou de vente, de suivre le statut des commandes, factures et règlements. « De plus en plus, les projets de dématérialisation des factures couvrent le processus de bout en bout, y compris le paiement, précise Éric Jamet, directeur marketing et innovation de Tessi Documents Services, société spécialisée sur le marché du traitement de documents et moyens de paiement. D'autant

que, depuis le SEPA*, de nombreux outils et moyens de paiements électroniques sont désormais disponibles. Nous avons par exemple déployé une plate-forme de dématérialisation fiscale des factures chez un fournisseur de gaz et d'énergie permettant à ses clients un paiement via différents outils tels que la signature en ligne d'un mandat de prélèvement, la Carte bancaire ou encore le télépaiement ». Non seulement ce nouveau processus génère chez le créancier des économies, mais en plus il contribue à accélérer les encaissements et à sécuriser les transactions. « La dématérialisation des factures présente des vertus dans nos processus internes et impacte le métier de la finance, ajoute ainsi Édouard Guignet, du Leclerc de Roques-sur-Garonne. Notre objectif principal était d'ailleurs la mise en place d'un rapprochement automatique de nos factures fournisseurs avec les devis pour mieux identifier les écarts. Une fois ces écarts identifiés, ce sont alors nos chefs de rayons qui les analysent et sont chargés d'en justifier la raison. Il leur revient également, si le fournisseur est en cause dans ces écarts, de lui demander un avoir. Le service financier se libère pour sa part du temps qui sera utilisé à des travaux à plus forte valeur ajoutée tels que l'analyse des écarts de marges par exemple ». Grâce aux outils collaboratifs mais aussi au Big Data et à la nouvelle génération de solutions de Data Visualisation (qui offre des possibilités graphiques très poussées et une simplicité d'utilisation sans précédent, rendant ainsi les informations plus intelligibles et pertinentes), les fonctions opérationnelles gagnent donc en autonomie. La fonction financière, et en particulier le contrôleur de gestion, peut donc consacrer plus de temps à la modélisation et à l'analyse, et renforcer ses relations avec ces mêmes opérationnels dans le processus de décision. Le directeur financier voit, pour sa part, son rôle évoluer vers celui de superviseur de flux. Il coordonne désormais les processus comptables, interagit avec les acteurs internes et externes et permet à l'entreprise de gagner en agilité et en réactivité, et par là-même, de renforcer sa capacité d'anticipation. « Ces différents outils contribuent ainsi à « anoblir » le métier de directeur financier », ajoute Éric Jamet. D'ailleurs, selon Accenture, la fonction « Finance 2020 », c'est-à-dire l'organisation digitale de la fonction Finance de demain, devra résolument se convertir en un pôle d'analyse prédictive puissant et créateur de valeur pour l'entreprise. Une fois ce modèle ancré au sein de l'organisation, le rôle du directeur financier (DAF) évoluera de « Gestionnaire des coûts » à « Architecte de la création de valeur » pour l'entreprise, devenant ainsi la source de référence principale pour l'aide à la prise de décisions. ■

**GROUPE T2i**

46-48, chemin de la Bruyère
69570 Dardilly
Tél. : 04 72 52 30 00
Mail : info@groupe-t2i.com
www.groupe-t2i.com

Personne à contacter

Christophe MAUCOUR
Mail : chma@groupe-t2i.com
Tél. : 04 72 52 11 22

Références

Andros, Bayard Presse, Balitrand, bp2r, CCI Nice Côte d'Azur, Clairsienne, DrägerSafety, Franprix-Leader Price, Gecina, Groupe Arcade, Groupe Eynard Robin, Groupe SNI, La Redoute, Nobladis / Sodirev (E.Leclerc de Blagnac et St.Orens), Start People, Transport Malherbe, YusenLogistics...

Editeur de solutions clés en main pour la gestion des documents et l'automatisation des processus RH

La transformation digitale pour plus d'agilité et de performance

Le Groupe T2i se positionne en apporteur d'avenir, et propose à ses clients une offre à forte valeur ajoutée dans les domaines de la gestion des RH et le traitement dématérialisé des documents. Le point avec Jean-Louis Sadokh, administrateur du Groupe T2i.

➤ Comment vous positionnez-vous sur ce marché ?

Depuis plus de 30 ans, nous accompagnons les entreprises dans leur transformation digitale. Nous nous appuyons sur un travail collaboratif avec nos clients et sur notre capacité à innover, pour proposer des solutions clés en main qui s'appliquent aux problématiques de toutes les entreprises et en particulier à celles des DRH et des DAF.

➤ Comment aidez-vous les entreprises dans leur transformation digitale ?

Nous proposons à nos clients (PME- ETI) :

- **Des solutions clés en main** au plus proche de la réalité des problématiques RH et de gestion des documents des entreprises.
- **Des solutions faciles à mettre en œuvre** qui s'intègrent au Système d'Information des entreprises et le complètent par des fonctionnalités autour du collaboratif et de la gestion des documents.
- **Des solutions faciles à utiliser** et qui répondent aux usages actuels avec une orientation « mobile first ».

➤ Quelle est votre proposition de valeur ?

- **Diviser par deux le coût de traitement des factures fournisseurs.** Notre solution de traitement dématérialisé des factures fournisseurs prend en charge la facture de sa numérisation jusqu'à l'archivage en passant par son enregistrement dans l'application comptable. Elle permet de réduire les coûts de traitement des factures jusqu'à 60 %, d'augmenter la productivité des équipes et de fiabiliser l'ensemble du processus.

Témoignage de Franprix Leader-Price : « Les temps de traitement ont été raccourcis et nous n'avons plus à gérer de flux papier, ce qui limite les pertes de documents, le nombre

de photocopies et les erreurs de saisie ».

- **Simplifier la gestion des notes de frais et des déplacements professionnels.**

Notre logiciel Notys NDF permet de simplifier la saisie des notes de frais par les collaborateurs, de dématérialiser les justificatifs et d'automatiser la validation par les responsables ainsi que l'enregistrement et le paiement par le service comptable.

Témoignage de Clairsienne : « Avec Notys NDF, nous avons considérablement accéléré le circuit de validation des notes de frais ».

- **Répondre à l'évolution des usages internes avec un outil RH collaboratif.**

HR Café est un SIRH conçu en étroite collaboration avec des DRH afin de gérer les tâches quotidiennes, optimiser les processus RH et piloter la stratégie RH. Témoignage de PX Group : « En nous déchargeant des tâches administratives, HR Café contribue à la valorisation et à la performance de notre fonction RH et donc, de nos collaborateurs et de notre entreprise ».

- **Gérer ses documents dans un environnement dématérialisé.**

Nous proposons une solution globale de gestion dématérialisée des documents pour piloter et rendre accessible l'ensemble du patrimoine documentaire de l'entreprise tout en garantissant sa preuve légale. Une solution en évolution permanente : nous avons ainsi récemment créé le parapheur numérique effiSign, qui permet de signer des documents depuis un smartphone ou une tablette.

Témoignage de Fidag SA : « effiSign s'est avéré être la solution optimale pour moderniser nos procédures de signature : signer et valider nos documents de manière dématérialisée depuis n'importe où, à n'importe quel moment et sur tout type de support ». ■

Témoignage client

Nous avons fait confiance au Groupe T2i pour faire évoluer nos outils, notamment pour dématérialiser nos factures fournisseurs. Les gains sont concrets : nous avons fluidifié le circuit de validation des factures, concentré nos équipes comptables sur leur cœur de métier, et diminué de manière significative les coûts de traitement de nos factures fournisseurs. Nous souhaitons poursuivre notre évolution numérique avec la mise en place de solutions pour la gestion des RH et pour le traitement des documents juridiques, fiscaux et comptables. La modernisation est devenue une nécessité pour toutes les entreprises et nous souhaitons aujourd'hui accélérer la nôtre grâce aux solutions du Groupe T2i.

Édouard GUIGNET

Directeur Administratif et Financier du Leclerc de Roques-sur-Garonne (Toulouse)



Send.Receive.Connect.®

* Envoyer. Recevoir. Connecter.

NEOPOST

5, boulevard des Bouvets
92747 Nanterre Cedex
Tél. : 0 825 040 040
www.neopost.fr

Personne à contacter

Séverine BOUKDIER
Mail : s.boukdier@neopost.fr

**Acteur historique des solutions d'envoi de courrier,
et acteur clé des services d'expédition et
des communications numériques**

Neopost, facilitateur de communication et d'expédition

Expert des solutions de traitement du document entrant et sortant, Neopost commercialise des matériels et solutions innovants afin d'accompagner les entreprises dans la gestion et le suivi de leurs communications, et ce, qu'elles soient physiques – courrier et colis – ou numériques.

Témoignage client

Nous envoyons chaque mois environ 4 000 factures clients ce qui représente 27 000 pages. Auparavant, nous devions imprimer, mettre sous pli et expédier toutes ces factures. Nous avons donc recherché une solution pour automatiser nos envois. Après avoir interrogé plusieurs acteurs, nous avons choisi la solution Neotouch de Neopost car elle nous semblait la plus simple, pratique et ergonomique. Nos collaborateurs ont bénéficié depuis d'un gain de temps considérable ; ils ont gagné en confort et ont pu se concentrer sur leur cœur de métier. Enfin, nous pouvons récupérer n'importe quel document quand nous le souhaitons avec l'archivage des factures sur la plateforme Neotouch.

Antoine DETHOOR

Directeur administratif et financier de D Medica, entreprise qui prend en charge la médicalisation et le confort du patient à domicile et en établissement.

➤ Quels sont les principaux enjeux pour les entreprises qui se lancent dans un projet de transformation digitale ?

Dans le contexte économique actuel qui demande aux entreprises d'optimiser leur efficacité et leur productivité tout en réduisant leurs coûts de fonctionnement, la dématérialisation et la digitalisation des échanges interentreprises s'imposent.

Un projet de dématérialisation ne se met pas en place en appréhendant uniquement le choix de la solution logicielle.

Les questions à se poser sont multiples :

- Quels sont les objectifs de l'entreprise ?
- Quelle orientation stratégique prend l'entreprise ?
- Quel impact sur l'organisation du travail et les collaborateurs ?
- Quel accompagnement dans cette conduite du changement ?

Par ailleurs, la réglementation pousse aussi les entreprises en ce sens, que ce soit par exemple sur l'envoi de factures électroniques ou encore sur la lettre recommandée 100 % électronique.

➤ Comment accompagnez-vous les entreprises dans leurs projets de dématérialisation ?

Les besoins des entreprises évoluent et nous avons développé des services pour leur permettre de gérer l'envoi de leurs courriers et communications clients, physiques ou électroniques.

Il en découle des offres telles que NeoTouch, GMC Inspire ou bien encore OMS-500.

Neotouch, par exemple, permet aux entreprises d'externaliser leurs envois, en

papier ou numérique. Disponible 24h/24 et 7j/7, nos clients préparent leurs courriers depuis leurs PC et notre service se charge de les envoyer par courrier, e-mail, SMS ou fax.

Neotouch propose également des solutions avancées de dématérialisation des processus de l'entreprise comme, par exemple, l'envoi de factures clients électroniques conformément à la législation, la dématérialisation des factures fournisseurs, ou encore l'envoi de lettres recommandées 100 % électroniques.

Par ailleurs, avec les solutions de personnalisation des envois et de gestion de la Communication Clients de Neopost, les entreprises sont certaines de diffuser leurs messages au bon moment *via* le bon canal et de répondre aux besoins de leurs clients avec des communications personnalisées.

➤ Quels sont selon vous les principaux bénéfices d'un projet de transformation pour l'entreprise ?

Mettre en place un projet de dématérialisation permet de fluidifier la circulation de l'information dans l'entreprise et engendre directement des gains de productivité. Les processus de gestion sont optimisés et tracés, permettant un meilleur suivi et un meilleur pilotage de l'activité.

Enfin, dans le cas de la facture électronique, les entreprises vont pouvoir bénéficier d'une amélioration de leur relation client-fournisseur, et pour les recommandés électroniques, elles vont faire d'importantes économies sur l'affranchissement. ■



Les impacts de la transformation digitale sur les RH et les organisations

Si la transformation digitale a un impact technologique sur les organisations, elle touche également les équipes RH ainsi que les modes de travail et de fonctionnement dans l'entreprise ou encore la mobilisation des salariés. Aujourd'hui, un certain nombre d'outils accompagnent les RH dans la transformation digitale de leur métier et l'organisation humaine de leur entreprise.

La fonction RH n'échappe pas au phénomène « d'uberisation » que connaît actuellement notre économie. Les ressources humaines sont aujourd'hui contraintes de se réinventer, non seulement dans les usages de la technologie, mais

aussi et surtout dans leur façon d'aborder leur métier. Initialement très administrative, cette fonction tend à devenir, depuis deux décennies maintenant, de plus en plus stratégique. Les RH sont un accompagnateur du changement,

* SIRH : Système d'information de gestion des ressources humaines

notamment grâce à leur capacité à proposer aux *managers* des outils et des conseils pour mieux recruter, évaluer et développer le personnel. Un changement de posture rendu notamment possible grâce aux SIRH*, pour lesquels les nouvelles générations ont apporté leur lot de fonctions innovantes.

Les SIRH dernière génération

Dans un premier temps, les SIRH ont d'abord soulagé la fonction RH d'un certain nombre de processus administratifs. En permettant la dématérialisation des documents administratifs et leur mise en réseau, chaque collaborateur peut désormais gérer ses absences, accéder à ses décomptes de salaires ou encore demander des certificats de travail, le tout depuis n'importe quel terminal, mobile ou non. « *Nous avons pour volonté de valoriser la fonction RH, initialement très administrative et papier, en lui permettant notamment de se focaliser sur son cœur de métier, les échanges RH, la gestion de carrière ou encore la formation* », témoigne ainsi Catherine Duvanel, responsable RH de PX Group, société spécialisée dans la métallurgie et la déformation des métaux. Une volonté qui a conduit PX Group à mettre en place les outils de gestion des salaires et de gestion des notes de frais proposés par le Groupe T2i ainsi que son SIRH HR-Café. « *Avec cet SIRH, les collaborateurs ont par exemple la possibilité de se réappropriier l'ensemble de leurs données et dossiers personnels, de renseigner et mettre à jour*

eux-mêmes les informations les concernant, ajoute Catherine Duvanel. Cette solution participe à la performance de l'équipe RH mais aussi de l'entreprise car désormais, nous maîtrisons mieux toutes les données dont nous disposons sur nos collaborateurs. Nous optimisons la gestion des talents et des formations, ce qui nous permet d'allouer les bonnes compétences au bon moment et au bon endroit, et cela participe à la fidélisation de nos salariés.

Le digital rend plus efficace la gestion des talents et du recrutement

Parallèlement aux SIRH, la fonction RH tend également à s'appuyer de plus en plus sur le digital pour ses processus de recrutement. D'ailleurs, le recrutement est entré de plain-pied dans l'ère du digital. Apparus à la fin des années 90, les outils qui permettent de gérer l'ensemble du processus, de la diffusion d'offres à l'embauche, ne cessent de se perfectionner. Ils comprennent de nombreuses fonctionnalités comme le tri des CV, les réponses automatiques ou encore l'affichage de statistiques en temps réel. Les réseaux sociaux professionnels sont également de plus en plus plébiscités par les employeurs pour trouver la perle rare. « *Long-temps, nous avons fait appel à l'intérim et à l'Apec pour recruter de nouvelles compétences, souligne ainsi Jean-Louis Sadokh, membre du conseil d'administration du Groupe T2i. Aujourd'hui, nous avons régulièrement recours à LinkedIn pour*



Catherine DUVANEL
Responsable RH
de PX Group



Jean-Louis SADOKH
Membre du conseil
d'administration
du Groupe T2i



© Rawpixel.com - Fotolia

poster nos annonces. Grâce à cette approche, nos processus de recrutement sont passés de trois mois à trois semaines et ont gagné en fiabilité : avec Internet, nous pouvons vérifier très vite et plus facilement la véracité d'un CV ». L'essor actuel des réseaux sociaux spécialisés dans la recherche d'emploi commence d'ailleurs à déboucher sur la création de communautés de compétences ultra-catégorisées, propres à séduire les entreprises à la recherche des meilleurs talents. L'expérience du candidat va évoluer d'un dialogue cohérent vers une conversation en continu sur ces médias sociaux. Les entreprises qui proposeront cette conversation aux candidats et la possibilité d'une expérience personnalisée, récolteront à terme les fruits de leurs efforts. Les enseignements acquis au travers de ce processus optimisé par des systèmes et technologies sophistiqués vont se traduire en connaissances en temps réel quant à l'adéquation du candidat au profil recherché et aux aspects de mentorat, d'engagement et de marketing. Ces différentes technologies génèrent un double bénéfice pour la fonction RH : un recrutement plus efficient et des gains de temps qui leur permettent de se réinventer et de gagner en expertise notamment en matière d'économie d'entreprise, d'aller chercher ces compétences rares et de pourvoir les postes clés qui vont positionner l'entreprise en amont de sa concurrence. « Les RH ont besoin d'outils, mais aussi de mieux communiquer sur leurs réalisations, notamment en termes de succession, de rétention et d'analyse de la performance, déclare Vincent Belliveau, Executive vice-président et directeur général EMEA de Cornerstone. D'autant que la question des plans de succession occupera beaucoup les entreprises cette année en prévision du départ à la retraite de nombreux baby-boomers alors même qu'il devient de plus en plus difficile de recruter des talents externes. D'autre part, en s'engageant dans la dématérialisation de leur métier, les RH donnent aux salariés mais aussi aux candidats une image innovante de leur organisation. « Même si la transformation digitale des RH implique des investissements, elle contribue à moderniser l'image de l'entreprise et ainsi, à attirer de jeunes talents », souligne Chrystelle Verlaguet, directrice des solutions de dématérialisation et éditique de Neopost.

Vers des organisations plus collaboratives

Cette nouvelle posture n'est pas le seul paradigme que vit actuellement la fonction RH. « L'uberisation » de cette fonction provoque en effet d'importants changements dans l'organisation du travail de leurs équipes mais aussi des autres métiers qui

Le DRH 3.0 au cœur de la tourmente digitale de l'entreprise

Le digital est omniprésent. Les entreprises doivent s'adapter aux évolutions technologiques mais également aux nouveaux modes d'organisation du travail en transformant leur culture managériale.

- **La digitalisation** de l'entreprise joue un impact positif sur la mobilité (97 %), la productivité (87 %) et la relation à l'espace et au temps de travail (84 %).
- **Les missions du DRH** les plus impactées par la transformation digitale sont la formation (74 %), le recrutement (58 %), le sourcing (50 %) et l'administration du personnel (50 %).
- **76 % des DRH** pensent que les managers n'ont pas une bonne vision des conséquences de la transformation digitale sur leurs équipes.
- Plus d'un tiers du panel d'entreprises interrogé a déjà recruté un CDO (Chief digital officer). Par ailleurs, un DRH sur deux estime qu'il est nécessaire de créer une direction de la digitalisation. ■

Source : étude « Le DRH au cœur de la tourmente digitale de l'entreprise », Deloitte et le Centre d'Excellence RH, mai 2016.

cohabitent dans l'entreprise. Favoriser la collaboration devient crucial pour les entreprises et des changements seront à ce titre nécessaires en termes de culture d'entreprise, d'outils collaboratifs, de management et de gouvernance. « La numérisation de l'expérience collaborateur c'est avant tout un changement d'état d'esprit... une transformation tout court ! Les RH y sont généralement sensibles, puisque de cette transformation profonde de l'organisation émergent de nouvelles méthodes de travail : travail à distance (entre équipes situées sur des sites éclatés géographiquement et pour des salariés en télétravail) et travail en mobilité » explique Mathieu Bigeard, consultant en transformation numérique et Customer Success Manager chez Jalios, éditeur spécialisé dans les Intranets collaboratifs et Réseaux Sociaux d'Entreprise.

Plates-formes collaboratives : vers des usages diversifiés

Ainsi, alors que l'économie devient collaborative, les structures hiérarchiques des entreprises vacillent au profit d'organisations plus transverses et collaboratives. « Les outils de partage de documents ouvrent des possibilités énormes en termes de travail collaboratif, ajoute Mathieu Bigeard. L'usage d'une plate-forme collaborative et sociale sert la capitalisation des connaissances : discussions, forums d'entraide, commentaires associés à des documents partagés au sein de communautés... Les réseaux sociaux d'entreprises offrent également une vraie opportunité de



Chrystelle VERLAGUET

Directrice des solutions de dématérialisation et éditique de Neopost



Mathieu BIGEARD

Consultant en transformation numérique et Customer Success Manager chez Jalios

Les nouveaux environnements de travail à l'heure du digital

- **7 employés sur 10** sont autorisés à travailler à domicile.
- **78 % des entreprises françaises** proposent un choix d'horaires flexibles pour leurs collaborateurs.
- **82 % des collaborateurs français** ont accès aux dernières technologies pour travailler et se former à l'ère du digital.
- **80 % des managers français** encouragent leurs employés à travailler de manière collaborative et constatent qu'ils collaborent efficacement (73 %). Dans 45 % des cas, les managers disposent d'un système d'apprentissage collaboratif.
- **58 % des DRH** ne disposent par d'outils pour suivre et gérer les promotions internes.

Source : IDC/Cornerstone, mai 2016

réduire l'usage du mail, développent la transversalité et le partage par tous des connaissances, améliorent la traçabilité et l'indexation des documents réduisant ainsi les temps d'accès à l'information. Ils ont pour principal usage de favoriser les interactions : il y a donc un enjeu d'intelligence collective au sein de l'organisation directement lié à la gestion des RH ». Par exemple, au sein de l'assureur la Macif, le Réseau Social d'Entreprise mis en place donne accès à des espaces collaboratifs, à un annuaire ou encore aux actualités en temps réel. Aujourd'hui étendu à l'ensemble des collaborateurs du groupe alors qu'initialement il n'était réservé qu'aux managers, il renforce le sentiment d'appartenance des salariés à une entité groupe collaboratif. « Il est véritablement devenu pour la Macif l'un des leviers de sa transformation numérique, en contribuant notamment à faire évoluer la maturité « digitale » et en faisant émerger de nouveaux modes de travail, plus transverses et collaboratifs », rapporte Mathieu Bigeard. La Redoute a pour sa part choisi de réaliser sa mutation et sa croissance digitale en s'équipant de la solution collaborative Jalios Digital Platform. « Grâce à cet outil positionné comme un intranet, les usages collaboratifs se développent notamment au niveau de certaines communautés métier comme la relation client qui bénéficie du partage de bonnes pratiques », poursuit Mathieu Bigeard.

Un accès démultiplié à toutes les ressources de l'entreprise

Dans le cadre du développement du travail collaboratif, les systèmes de vidéo conférence sont également de plus en plus utilisés pour résoudre des problèmes locaux grâce à des

ressources internationales. L'impact de ces outils augmente d'autant plus avec le Cloud, qui garantit un accès illimité, sécurisé et sans restrictions géographiques aux savoirs et aux ressources. Les spécialistes de l'innovation, mais également les entreprises qui ont mis en place une telle approche collaborative sont d'ailleurs pleinement conscients que cette approche et cette diversité des regards sont source de créativité. Un constat notamment relevé par la société d'assurance Aviva qui, en 2010, a décidé dans le cadre de sa nouvelle organisation par région, de centraliser son infrastructure informatique ainsi que les process qui l'accompagnent. Désormais, chez Aviva, l'organisation de l'équipe informatique de gestion des datacenters s'articule autour d'unités spécialisées par plates-formes informatiques et processus. Chacun de ces groupes est piloté par un responsable et un adjoint, toujours localisés dans deux pays différents. « Piloter des équipes de pays, de langues et de cultures différentes implique une gouvernance appropriée, explique Philippe Gibert, European Delivery Director chez Aviva. La qualité et la multiplicité des échanges avec les collaborateurs sont donc la clé de voûte d'un management à distance efficace. Il est impérieux, dans le cadre de cette démarche, de mettre en œuvre des processus de management rigoureux et des outils de communication adaptés, pour, par exemple, réaliser des réunions virtuelles, partager des documents en temps réels ou encore faire appel à des spécialistes ». Le management à distance permet ainsi aux équipes informatiques d'Aviva de prendre du recul par rapport aux sujets traités, de disposer d'une visibilité en temps réel sur ses ressources et de mobiliser les bonnes compétences au bon moment. « Manager à distance c'est aussi la garantie de défendre avant tout les intérêts du business, tant du point de vue technique que financier, ajoute Philippe Gibert. Avec cette approche, nous nous inscrivons pleinement dans une logique de services partagés. Les collaborateurs s'intéressent et s'investissent systématiquement dans les missions qui leurs sont confiées car ils savent qu'ils le font aussi bien pour leur propre business unit que pour les autres entités du groupe. À la clé, nous obtenons des gains en termes de performance et de coûts. Chez Aviva, depuis la mise en place de cette organisation et du management à distance, nous avons, en cinq ans, réduit le budget des datacenters européens de 70 % ! ».

Grâce aux nouvelles technologies, la différence hiérarchique et l'éloignement géographique comptent de moins en moins. L'avènement récent des théories sur l'entreprise libérée et les modèles d'organisation du travail matriciels illustrent ce changement de paradigme. Grâce aux nouvelles technologies, le pouvoir se décentralise. ■



Philippe GIBERT

European Delivery
Director chez Aviva

EVERIAL

Archivage physique, externalisation des processus métiers et dématérialisation, logiciels de GED et travail collaboratif

EVERIAL

27, rue de la Villette
69003 LYON
Tél. : 0 811 23 12 12
Mail : contact@everial.com
www.everial.com

Personne à contacter

Géraldine PORLAN-VALES,
Responsable Service
Relation Client et
Administration des ventes
Mail : contact@everial.com

Autres domaines de compétences

Everial propose trois pôles d'expertise autour de la gestion documentaire et des processus métiers : Archivage, Digital, Logiciels.

Everial : l'expertise documentaire au service de votre transition numérique

Everial couvre l'ensemble des besoins en gestion documentaire et valorisation de l'information. À ses services d'archivage physique externalisé, de BPO documentaire et de dématérialisation, s'ajoute celui d'éditeur de logiciels de GED et de travail collaboratif (intranet et extranet collaboratifs, réseaux sociaux d'entreprise, etc...).

➤ Comment vous positionnez-vous sur ce marché ?

Everial dispose d'une forte expertise documentaire, acquise depuis plus de 25 ans auprès de 5500 clients de toutes tailles et tous secteurs (privé et public), nous assurant une connaissance fine des problématiques et enjeux liés à la transition numérique. Notre triple expertise en archivage physique, solutions digitales et logiciels est inédite sur le marché et couvre l'ensemble des besoins en gestion des fonds documentaires et traitement des flux d'information.

➤ Comment accompagnez-vous les entreprises dans leur transformation ?

Pour bien agir, il faut bien connaître. C'est pourquoi nous valorisons la phase d'audit en amont de chaque projet. Si remplacer un flux papier par un flux numérique apporte réactivité et traçabilité, ce dernier doit être construit et supporté par du matériel et des solutions logicielles adaptées à la taille et aux besoins de l'entreprise. L'audit permet donc de définir les opportunités de dématérialisation et les typologies documentaires concernées. Nous produisons une étude d'impact et estimons le ROI en dressant des préconisations et des scénarii de mise en œuvre et en permettant au client de faire le bon choix d'organisation et de moyens (numérisation, logiciel de GED, capture par LAD/RAD, workflow documentaire, etc.). Enfin, pour que le projet soit une réussite totale pour nos clients, des directeurs de projet métiers sont en charge de la mise en œuvre et de l'accompagnement au changement. Des séances de formation sont également prévues pour les utilisateurs.

➤ Quelle est votre proposition de valeur en matière d'externalisation ?

Les avantages de l'externalisation sont multiples : l'entreprise donneuse d'ordre pilote étroitement les prestations déployées. L'externalisation offre un recentrage sur son cœur de métier et permet d'accéder à une expertise technique de qualité, tout en ayant une prise de risque faible grâce à la signature d'engagement de résultats et de SLA. En externalisant chez Everial, l'entreprise maîtrise son information client, gagne en flexibilité, réduit ses coûts et s'affranchit des variations d'activité. Enfin, notre expertise sur des secteurs d'activité comme la Banque, l'Assurance ou l'Industrie, nous confère aisance et autonomie dans la mise en place des projets.

➤ Quels exemples de réalisations pouvez-vous donner à nos lecteurs ?

- **Mise en place d'une chaîne de traitement du courrier entrant pour le compte du courtier en assurance Alptis :**

La dématérialisation et l'automatisation de la gestion des contrats collectifs d'entreprise d'assurance complémentaire santé a offert à Alptis des gains de productivité importants ainsi qu'une gestion des pics d'activité en parfaite confiance et agilité.

- **Mise en place d'une GED RH pour le Crédit Agricole Atlantique-Vendée :**

Everial a dématérialisé plus de 120000 pages de dossiers salariés, et a mis en place son « Pack GED RH », pour gérer cette masse de documents numérisés. Un niveau de traitement plus fluide et plus rapide est constaté par les collaborateurs : le temps moyen d'accès à un document a été divisé par 50, passant de quelques minutes à quelques secondes. ■

Témoignages clients



Vincent SOULIAC
Directeur du
Département de
La Transformation
Numérique du
Crédit Agricole
d'Île-de-France

“ Nous avons retenu Everial notamment car l'unicité du prestataire sur la partie numérisation et archivage physique facilite le pilotage de l'activité et sécurise la circulation des documents. ”



“ L'offre globale d'Everial permet de s'affranchir de tout traitement en interne. La mise à disposition des documents dématérialisés sur la GED Everial en mode SaaS permet un accès simple et rapide aux informations. ”

Nicole LIOT

Consultante métier à la Direction des systèmes d'information de Filhet-Allard, courtier en assurances.

**JALIOS**

58, rue Pottier
78150 Le Chesnay
Tél. : 01 39 23 92 80
Mail : info@jalios.com
www.jalios.com

Personne à contacter

Jasmine DERONS
Mail : jasmine.derons@jalios.com
Tél. : 01 39 23 31 16

Références

Plus de 800.000 intranutes et des millions d'internautes utilisent notre solution, parmi lesquels : BNP Real Estate, des CCI, des Conseils Départementaux et Régionaux, la Croix-Rouge française, D'aucy, EDF, le Groupe Even, Factocic, Handicap International, l'Institut Pasteur, l'INA, Kering, Keolis, La Redoute, MAAF, Maisons du Monde, le Ministère de l'Emploi, Macif, Mr Bricolage, Natixis, Panzani, RATP, SNCF Réseau, Sodebo, Sodiaal, Terrena, Thales, l'Université de Liège...

Intranets collaboratifs et Réseaux Sociaux d'Entreprise**Jalios, catalyseur d'intelligence collective**

Premier éditeur français sur le marché des Intranets collaboratifs et des Réseaux Sociaux d'Entreprise, Jalios commercialise des solutions innovantes, complètes et modulaires, véritable Digital Workplaces, pour catalyser l'intelligence collective des organisations.

Comment accompagnez-vous les entreprises dans leur transformation ?

Editeur logiciel depuis 2001, notre rôle consiste à motoriser la transformation numérique de nos clients. Notre accompagnement va évidemment au-delà de la dimension purement technologique. L'outil est certes important de par sa richesse fonctionnelle, sa flexibilité et son expérience utilisateur mais il doit aussi s'accompagner d'une démarche collaborative et d'un dispositif de conduite du changement porté par une équipe projet côté client. Et généralement en collaboration avec des acteurs du conseil. La prise de conscience semble s'accélérer grâce notamment à des phénomènes largement médiatisés comme la « digitalisation » de l'Expérience Client et l'uberisation. Ces termes reflètent, d'une certaine manière, la transformation générale de l'économie et popularise une capacité d'empouvoirement économique des individus. Néanmoins, à l'intérieur des entreprises, emmener les collaborateurs sur la voie de la transformation numérique est une autre histoire et notre devoir est de les sensibiliser aux enjeux de la transformation en insistant très tôt sur la dimension humaine. La numérisation de l'expérience collaborateur c'est avant tout un changement d'état d'esprit... une transformation tout court ! Le succès d'un tel projet implique d'analyser les usages concrets de la plate-forme ainsi que les bénéfices pour l'utilisateur et pour l'entreprise. C'est l'une des missions de notre nouveau Customer Success Manager qui va s'assurer des résultats auprès des entreprises clientes.

Quelle est votre proposition de valeur avec une présentation de vos solutions ?

Notre vision pour adresser les besoins de la Digital Workplace : offrir une solution complète, modulaire, un point d'entrée

unique pour tous les usages. Pourquoi avoir une GED séparée de son Intranet, lui-même déconnecté de son réseau social d'entreprise ? N'est-il pas plus utile et plus simple pour l'utilisateur de capitaliser tout au même endroit et de pouvoir accéder à l'ensemble des contenus depuis un même moteur de recherche ? La singularité de Jalios est d'outiller les organisations dans leur passage vers la Digital Workplace dans son ensemble. Nous avons en effet pour ambition que la plate-forme Jalios devienne un catalyseur d'intelligence collective et réponde ainsi à l'objectif d'offrir un point d'entrée unique pour toutes les familles d'usages : communication interne/externe, productivité individuelle et collective, collaboration, gestion des connaissances (KM), réseau social d'entreprise.

Quels exemples de réalisations pouvez-vous donner à nos lecteurs ?

Nous motorisons par exemple la transformation numérique de La Redoute. L'entreprise réalise sa mutation et sa croissance digitale en s'équipant de la solution collaborative Jalios Digital Platform implémentée par notre partenaire ASI. Positionnée comme un Intranet, les usages collaboratifs se développent notamment au niveau de certaines communautés métier comme la relation client qui bénéficie du partage de bonnes pratiques.

Chez Keolis, la plate-forme d'échanges et d'entraide (« KeoShare ») a été mise en place dans le cadre d'un programme de Knowledge Management. Après 18 mois, elle outille et facilite l'animation de la gestion des connaissances de 4000 personnes au travers de 100 communautés. Le réflexe d'entraide se cultive, simplifie la montée en compétence, accélère la résolution de questions transverses et augmente le sentiment d'appartenance. ■

Témoignage client**Sonia ADNANI**

Responsable
Communication
RH et Sociale
(DRH Groupe),
Macif

La mise en œuvre d'une plate-forme collaborative est un des leviers de notre transformation numérique, en contribuant à faire évoluer la maturité « digitale » et en faisant émerger de nouveaux modes de travail, plus transverses et collaboratifs. Initialement lancé en février 2013, le Réseau Social d'Entreprise avait pour objectif de créer une communauté managériale d'échanges autour de leurs pratiques (1400 managers). En juin 2014, un audit est réalisé auprès de ces premiers utilisateurs faisant ressortir les points forts du RSE tels les espaces collaboratifs, l'annuaire, les actualités en temps réel partagées. La Macif décide alors d'élargir le périmètre du RSE à l'ensemble des collaborateurs du Groupe soit 10 000 utilisateurs depuis octobre 2015.

LOCARCHIVES**LOCARCHIVES**

5, rue Jean Martin
93582 Saint-Ouen Cedex
Tél. : 01 49 33 78 81
Mail : contact@locarchives.fr
www.locarchives.fr

Personne à contacter

Valérie DESJARDINS
Mail : contact@locarchives.fr
Tél. : 01 49 33 78 81

Prestataire de tiers archivage numérique et physique, services documentaires et conseil

Locarchives, partenaire de la transition numérique des entreprises en toute confiance

Locarchives organise, gère et conserve leurs documents et archives sur supports électroniques et physiques, dans une optique d'efficacité, de conformité et d'optimisation des coûts.

👉 Quels sont les principaux enjeux des entreprises qui se lancent dans un projet de transformation digitale ?

La gestion de documents a connu de nombreux changements ces vingt dernières années. L'information s'est largement dématérialisée, les flux numériques augmentent chaque année de 20% tandis que la production des documents papier baisse régulièrement. Pour autant, penser que le papier disparaîtra est une hérésie. Cela implique pour les entreprises de gérer des fonds hybrides, c'est-à-dire numériques et physiques, et de penser à intégrer le papier dans la mise en œuvre d'une solution.

La prise en compte des problématiques propres à chaque entreprise en fonction de son secteur d'activité et de son organisation est une clé essentielle pour mettre en place des solutions taillées sur mesure. Les projets sont donc pluridimensionnels, impliquant des expertises informatiques ou logistiques, mais aussi documentaires, juridiques et métier.

La gestion collaborative s'impose désormais dans les organisations pour optimiser les échanges et rendre ces derniers plus rapides et efficaces. Cela implique l'implémentation de systèmes de GED et de gestion des processus pour mettre en place une solution efficace et connectée aux SI, évitant ainsi la superposition de plusieurs solutions qui ne parlent pas entre elles.

Enfin le numérique fait naître de nouvelles menaces en termes de sécurité et de confidentialité des documents et de l'information. Les établissements de santé, par exemple, qui gèrent des données personnelles, sont au cœur de l'actualité avec la digitalisation des dossiers patients.

Une offre globale de solutions

- Archivage électronique : hébergement de documents et archivage électronique à vocation probatoire
- Dématérialisation des process : factures, RH, contrats...
- GED
- Numérisation de documents, à vocation probatoire ou sur site client
- Archivage physique
- Conseil, accompagnement et formation

Parole d'expert



Emmanuel FAURE
Directeur Stratégie
et Marketing de Locarchives

Lorsqu'il s'agit de transition numérique, peu de prestataires et d'éditeurs proposent une réflexion globale intégrant la prise en charge du papier. Nous nous impliquons auprès des entreprises afin de déployer une stratégie d'efficacité documentaire intégrant les documents numériques issus de la dématérialisation ou papier. ”

👉 Comment accompagnez-vous les entreprises dans leur transition numérique ?

Pour accompagner ce mouvement massif vers la dématérialisation et la gestion électronique, nous devons faire preuve de pédagogie afin d'expliquer les différentes notions qui bouleversent la plupart des métiers de l'entreprise. Par exemple, les contours de l'archivage électronique, la sauvegarde informatique, le *cloud*... restent flous pour beaucoup de nos contacts.

Nous accompagnons également les entreprises dans la mise en place de solutions globales et personnalisées afin de répondre à l'ensemble de leurs besoins, mais aussi pérennes et évolutives afin d'accompagner leur propre évolution dans le temps et de leur assurer une maîtrise optimale de leurs risques. Présents dès le lancement du projet, nous intervenons à tous les stades, de l'analyse au cadrage en amont afin de cerner les modes de fonctionnement et attentes de notre client, jusqu'à la conception de la solution, sa mise en œuvre et la conduite du changement auprès des utilisateurs. ■

Dans un contexte d'hyper-connectivité des clients et d'évolution des modes de consommation, les professionnels du marketing connaissent un véritable bouleversement



© Studio Group - Fotolia

MARKETING DIGITAL : la voie royale pour une expérience client accomplie

Commerciaux, marketeurs, communicants sont autant de fonctions qui, dans l'entreprise, sont en contact avec le client ou du moins, au service de sa satisfaction. Or, le numérique a élargi le champ des possibles pour ces différents métiers. Leur transformation digitale, rendue indispensable au regard de l'évolution des comportements d'achat, contribue aussi bien au renforcement de la satisfaction client qu'au développement des ventes de l'entreprise.

Le marketing surfe sur le digital

Dans un contexte d'hyper-connectivité des clients et d'évolution des modes de consommation, les professionnels du marketing connaissent un véritable bouleversement dans leur façon d'exercer

leur métier et d'approcher les clients. Selon une étude LinkedIn de 2015, près d'un marketeur sur deux (44 %) considère que son métier va (encore) se transformer de manière importante, voire radicale, ces prochaines années. Ils doivent à cet effet

en saisir les opportunités, en particulier celles liées aux réseaux sociaux, au CRM et à la Data.

Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont ainsi très largement considérés par les marketeurs comme un moyen de communication efficace (91 %). D'ailleurs, ils sont 78 % à les utiliser aussi bien à titre personnel que professionnel. Parallèlement, le CRM constitue pour eux le principal challenge que leur entreprise doit relever et en particulier le CRM et « le social CRM » (37 %), suivi de très près la « créativité et l'innovation » (35 %) et « la personnalisation et le ciblage » (33 %) qui renvoie aussi au *management* de la relation des prospects. Une expérience à satisfaire qui passe en premier lieu par une connaissance plus approfondie du client, rendue très pointue grâce au digital (*tracking*, géolocalisation,...) et par la capacité pour l'entreprise, à recueillir et à analyser des données clients. Les outils du « webanalytics » et du « big data » comme le traitement de ces données, souvent « non-structurées » deviennent donc ici les clés du marketing digital. D'ailleurs, les marketeurs sont convaincus que l'utilisation des Datas relatives à leurs clients et/ou prospects constitue une opportunité (69 %). Elle est pour eux avant tout synonyme de « gestion de la relation client » (36 %) mais aussi de « ciblage et profilage » (22 %). Ils sont également particulièrement nombreux à considérer qu'elle joue un rôle important en matière de « connaissance client » (89 %), de « mesure de la performance de la marque » (77 %). « *C'est d'ailleurs pour atteindre ce type d'objectif que nous avons mis en place sur notre site Internet un « baroweb* », explique Florence Duriez, directrice digitale de Top Office. *Notre démarche consiste avec cet outil à évaluer la satisfaction de nos clients suite à leur visite en magasin et surtout, à mieux les connaître de manière ensuite à améliorer leur expérience vis-à-vis de notre marque* ».

Vers un marketing *cross-canal*

Enfin, la connaissance client doit aussi tenir compte des différents « points de contact » du consommateur avec la marque, le produit ou le service, du mobile au magasin de rue, en passant par les médias sociaux. « *Tout le challenge du marketing digital passe donc aussi par la mise en place d'un dispositif cross-canal pour ce client numérique et nomade, s'appuyant sur une image de marque homogène*, précise Chrystelle Verlaguet, directrice des solutions dématérialisées et éditiques chez Neopost. *Par exemple, dans le secteur des mutuelles, nous pouvons imaginer que le client reçoive un relevé de remboursement papier ou numérique et, en parallèle, un SMS*

pour l'informer d'un avis de virement. Dans le secteur bancaire, le client peut recevoir son relevé par la poste avec un code data matrix qui, grâce à son téléphone, le renverra à des informations analytiques sur ses dépenses, telles que le type de magasin dans lequel il dépense le plus ».

Les services communication opèrent leur IT-mutation

À l'ère du digital, le directeur de la communication est pour sa part passé d'un rôle d'émetteur, garant des messages, à un facilitateur connecteur, qui permet aux parties prenantes de s'approprier des contenus. La révolution numérique, portée par celle des usages et des comportements des consommateurs, a d'abord modifié les façons de communiquer pour aujourd'hui impacter jusqu'à la mission et l'organisation de la fonction communication. L'impact du digital sur les métiers de la communication s'est fait en trois étapes :

- Les années d'expérimentation au début des années 2000 durant lesquelles Internet est alors considéré, par les communicants, comme un média supplémentaire mais sans réelle audience ni efficacité.
- Les années d'intégration stratégique qui ont vu le *web*, puis les médias sociaux s'intégrer de plus en plus aux stratégies de marketing/communication.
- Les années de la transformation digitale, depuis 2-3 ans où les médias sociaux ne sont plus une particularité mais une fenêtre ouverte en permanence sur la réputation d'une entreprise. La *data*, le mobile et la disruption digitale de marchés établis contribuent à ce que les entreprises se digitalisent de fond en comble. Il s'agit donc aujourd'hui pour la direction de la communication de piloter un nouvel écosystème à l'ère digitale, porteur de sens et de cohérences, contributif pour l'entreprise et sa stratégie et ce, en coordination avec toutes les principales fonctions de l'entreprise.

Digitalisation du service commercial : une arme redoutable pour démultiplier les ventes

Le digital s'impose également comme une réalité quotidienne pour les directions commerciales, avec le double enjeu de proposer à leurs clients une expérience multi/cross-canal attractive et d'optimiser l'efficacité du dispositif commercial opérationnel. Dans ce contexte, ces directions déploient ces dernières années des programmes de transformation au sein desquels les *managers* de proximité jouent un rôle clé en portant la stratégie et en démultipliant le changement auprès des équipes.



Florence DURIEZ
Directrice digitale
de Top Office



Chrystelle VERLAGUET
Directrice des solutions
de dématérialisation et
éditique de Neopost

La Data au service de l'expérience client

- **91 % des marketeurs** considèrent les réseaux sociaux comme un moyen de communication efficace.
- **73 % des marketeurs** considèrent que le CRM constitue le principal challenge que leur entreprise doit relever.
- **69 % des marketeurs** sont convaincus que l'utilisation des *datas* relatives à leurs clients et/ou prospects constitue une opportunité.

Source : LinkedIn, 2015



Le site de vente en ligne, premier pas vers la digitalisation commerciale

Selon une enquête récente menée par Keyrus et l'association des Dirigeants Commerciaux de France, le site Internet constitue la « brique digitale initiale » du dispositif commercial. Aujourd'hui, présent dans toutes les structures, il joue pleinement son rôle premier d'information sur l'entreprise et ses produits. « *Nous savons que 9 achats sur 10 sont préparés sur Internet*, explique Florence Duriez de Top Office. *Notre site présente d'autant plus d'intérêt qu'il nous rend visible et accessible partout en France, venant ainsi en complément de nos 37 magasins physiques. Compte tenu des opportunités commerciales que nous offre notre site Internet, nous entendons donc en développer la puissance. Une stratégie qui passe notamment par le développement du e-commerce mais aussi par de nouveaux services clients. Par exemple, nous y proposons un programme de fidélisation client dans le cadre duquel le client y cumule les achats en magasins et sur le net. Nous avons également remplacé notre système de drive par un programme de « Click and Collect®* », ou encore par la mise en place d'un système de « Wish List » pour faciliter et accélérer les processus d'achats les plus récurrents. Enfin, Internet nous offre la possibilité de décupler nos références de produits disponibles à la vente* ». Par ailleurs, il est de plus en plus utilisé dans la stratégie multicanale pour rediriger les demandes clients vers les autres canaux de vente (dans 60 % des cas), et près d'une entreprise sur deux l'utilise désormais comme canal de vente directe, *a minima* comme outil de prise de commande en direct par les clients.



Patrick MICHELS

Directeur marketing
et communication
d'Everal

* Click & Collect® :
marque initialement
déposée par Darty qui
signifie en français
« cliquez et venez chercher »

Le terminal mobile en soutien des forces de ventes

Parallèlement, les *managers* et leurs équipes sont de plus en plus équipés de tablettes et autres outils mobiles (un quart des entreprises en ont équipé leurs équipes et les projets se multiplient au cours des derniers mois). Si l'octroi d'une tablette était, il y a quelques années, d'abord synonyme de valorisation individuelle des équipes, ce n'est plus le cas aujourd'hui. Le déploiement de ces outils s'inscrit désormais dans le cadre d'une stratégie réfléchie d'amélioration de l'efficacité commerciale. « *Nous avons actuellement en test des vendeurs connectés avec l'iPod*, poursuit Florence Duriez. *Un équipement qui leur permet d'avoir accès à des informations produits et clients rapidement et simplement et ainsi, facilite notre relation clients* ». Les bienfaits de la tablette ne sont en effet visibles que si elle est adossée à un outil CRM et à un référentiel produit performant. Elle offre alors un effet positif sur les compétences des équipes et la fluidité des processus commerciaux. Toutefois, seulement 40 % des entreprises qui en ont équipé leurs commerciaux estiment que l'usage de la tablette a un impact direct sur le niveau des ventes.

Ainsi, l'octroi d'un terminal mobile qui était, il y a quelques années, synonyme de valorisation individuelle, est aujourd'hui devenu un outil indispensable dans la panoplie du commercial terrain. Les jeunes actifs de la génération Y ne comprendraient d'ailleurs pas qu'on leur en prive. Néanmoins, il ne suffit pas de distribuer des tablettes pour insuffler une culture digitale à la force de vente. À travers l'*e-learning*, les *serious game*, les MOOCs (formations en ligne), il est aujourd'hui possible de se former aux rudiments du numérique à moindre coût.

Les outils collaboratifs boostent les ventes

Le recours à des solutions collaboratives, qui permettent aux entreprises d'interagir en interne ou avec leurs clients favorisent également le développement commercial. « *Grâce à ces plateformes, les échanges entre les différentes parties prenantes de la chaîne commerciale (avant-vente, commerciaux, services techniques, services administratifs), voire avec les clients sont fluidifiés*, indique Patrick Michels, directeur marketing et communication d'Everal. *À partir de documents partagés sur un espace collaboratif, chacun peut apporter sa pierre à l'édifice, de manière synchrone et/ou asynchrone pour la construction d'un projet ou d'une offre complète. Une approche qui peut booster les ventes des entreprises* ». Un constat relevé par exemple par la banque Nationwide qui, en 2013, a décidé

d'équiper ses 700 agences de salles vidéo dans lesquelles le personnel d'accueil oriente désormais systématiquement ses clients qui souhaitent communiquer directement avec l'un de ses 400 agents experts. Ces salles sont équipées de solutions de communications unifiées Cisco permettant une connexion web avec les agents de la banque. Elles disposent également de tous les périphériques nécessaires tels qu'un scanner ou une imprimante pour émettre ou recevoir des documents. « Une nouvelle relation s'est ainsi instaurée entre le personnel en back office de Nationwide et les clients, précise le Senior Manager de chez Nationwide. Quelques mois seulement après la mise en place de ces solutions, nous avons constaté une nette amélioration de la satisfaction de nos clients, passée de 70 à 90 %. Par ailleurs 98 % de ceux qui ont utilisé ce service déclarent avoir vécu une expérience client positive. Enfin, nous avons amélioré nos ventes de prêts immobiliers de 66 % par rapport à 2013, tandis que le coût des transactions a été diminué de deux tiers ». Au-delà de son impact sur les ventes, ces plates-formes contribuent également à fluidifier les échanges entre les entreprises et leur clients, ce qui est notamment le cas dans les sociétés de travail temporaire, qui tendent à mettre en place des processus de digitalisation des actes de souscription avec leurs clients et des contrats de travail avec les intérimaires. « Un

processus que nous mettons actuellement en place avec l'un de nos grands clients de l'intérim, explique Éric Jamet, directeur marketing et innovation de Tessi Document Services. Nous y avons couplé le processus de facturation et de règlement électronique. Depuis le portail du prestataire, l'intérimaire comme l'entreprise signent ainsi leurs actes d'engagement à distance, via un device mobile ou un PC connecté à Internet. Les entreprises gagnent ainsi un temps précieux par la digitalisation du parcours, dans la gestion des contrats, de la facturation et des règlements, tandis que l'intérimaire dispose d'un espace RH personnel où il peut notamment retrouver son bulletin de paie électronique. L'ensemble des processus est ainsi fluidifié ».

Ces différents outils trouvent leur sens lorsqu'ils s'ancrent dans les processus de fonctionnement de l'entreprise et si leur déploiement s'accompagne d'une refonte des processus existants, comme le recrutement et la formation pour les collaborateurs commerciaux.

Dans le cadre de leur transformation digitale, les entreprises ne pourront pas non plus faire les frais d'une nouvelle réorganisation en interne. Fini le temps où le commercial et le marketing se tiraient dans les pattes. Face à l'enjeu de la transformation digitale, ils doivent apprendre à travailler main dans la main. ■



Éric JAMET
Directeur marketing
et innovation de Tessi
Documents Services

E-reputation : le nouveau défi des entreprises

Alors qu'il dispose désormais d'outils pour s'informer, donner son avis, mobiliser son réseau, le regard du client sur les entreprises a pris un nouveau virage. Combattre ou encenser une marque lui est devenu très simple. Piloter l'e-reputation de l'entreprise est donc ainsi devenu un enjeu de taille. Cela pose *de facto* la question du *brand content** : le message véhiculé par l'entreprise doit être pertinent et capable d'entretenir des conversations entre l'entreprise et ses clients. En passant de plus en plus par les réseaux sociaux pour interagir avec l'entreprise, le client est ainsi devenu central dans la pratique du métier de communication. Ce qui, d'ailleurs, rapproche les directions de la communication des directions marketing ou commerciale. Aujourd'hui, la direction de la communication ne communique plus « pour » la direction marketing, les RH, le SI, etc. mais « avec » elles. ■





tessi
documents
services

TESSI DOCUMENTS SERVICES

116, rue de Sully
92100 Boulogne Billancourt
Tél. : 01 41 31 53 83

Mail : contact.commercial@tessi.fr
www.tessidocumentservices.fr

Personne à contacter

Éric JAMET

Mail : eric.jamet@tessi.fr

Tél. : 01 41 31 53 83

Autres domaines de compétences

Avec un chiffre d'affaires en 2015 de 290 millions d'euros, en croissance de 17 %, Tessi est un acteur majeur de la gestion multicanale des flux d'informations et de paiement, de la relation client et des processus de *back-office* métiers. À l'heure de la transformation digitale, Tessi assemble solutions technologiques, conseil orienté métiers et services BPO, pour créer des réponses globales *front to back* innovantes et créatrices de valeur.

Opérateur de services pour la gestion des flux d'informations et processus d'entreprise

Solutions digitales & Services BPO : deux accélérateurs de performance des parcours clients

Parcours client omni-canal, souscription digitale, factures et paiements électroniques, archivage électronique orienté *big datas*... Tessi documents services intègre de nouveaux services numériques tout au long du parcours client, pour accompagner les entreprises dans la performance de leurs processus métiers.

➤ Comment vous positionnez-vous sur ce marché ?

Là où nos clients nous demandaient d'être un « facilitateur » pour optimiser la dématérialisation et le traitement de leurs flux de documents, nous contribuons aujourd'hui à renforcer la performance de leurs processus métiers. Ainsi, au-delà des enjeux de baisse des coûts, les objectifs des projets de transformation digitale sont orientés productivité, développement commercial ou encore nouvelle expérience client. Nous y répondons au travers de solutions sur mesure, composées de briques technologiques et de services externalisés proches des métiers. Pour cela, nous avons renforcé nos axes d'innovation autour de la mobilité, des applications digitales, du *big data* et des services de relation client.

➤ Quelle est votre proposition de valeur avec une présentation de vos solutions ?

L'enjeu majeur poursuivi par les entreprises est la performance des parcours

clients grâce au digital. Pour y parvenir, nous avons repensé une offre globale « front to back », afin de rendre fluide et de servir de façon agile la transformation des 3 domaines clés touchant au processus client :

• Customer Experience, ou comment accélérer l'engagement client omnicanal :

Centres de relation client multicanal, souscription digitale, lettre recommandée électronique, campagnes marketing digitales...

• Business Process, ou comment délivrer efficacement le service souscrit :

Gestion documentaire, contrôle anti-fraude et sécurité de *back-office*, facture électronique, archivage à valeur probatoire orienté *big datas*, ...

• Payment & Legal, ou comment moderniser et sécuriser l'acte de paiement :

Portail omni-paiement, mandat SEPA électronique, paiement mobile, remise de chèques digitale, ...

➤ Quels exemples de réalisations pouvez-vous donner à nos lecteurs ?

Nous sommes par exemple intervenus auprès d'un leader du travail temporaire, afin de digitaliser 100 % des échanges et des processus de relation Entreprises et Intérimaires *via* la mise en place des solutions suivantes :

- Signature électronique des contrats entreprises et intérimaires,
- Génération et mise à disposition de factures électroniques et bulletins de salaire électroniques,
- Paiement en ligne des factures clients émises. ■

Parole d'expert



Éric JAMET

Directeur Marketing et Innovation de Tessi Documents Services

Les projets de transformation digitale impliquent de nouveaux enjeux sur la sécurité des systèmes d'information. Au-delà des réponses fonctionnelles, nous délivrons une approche de la gouvernance de l'information, centrée sur des solutions d'archivage électronique labellisés NF461, garantes d'une conservation sécurisée et à valeur probatoire des contenus.

En conclusion...

Avec le digital, nous sommes passés de l'ère industrielle, où la qualité des produits et les changements de l'outil de production faisaient la performance, à l'ère de l'information et du capital intellectuel de l'entreprise comme facteur de transformation.

Il ne s'agit donc plus pour l'entreprise, de « greffer » des composantes digitales (comme un site Internet) à son organisation pour en assurer la pérennité et le développement. Aujourd'hui plus que jamais, il devient impérieux que le digital fasse intrinsèquement partie de sa stratégie.

Une approche qui passe par la mise en place d'une stratégie digitale à la fois interne et externe, intégrant l'intelligence collective de l'entreprise et de son écosystème, par le renforcement d'une expérience client « positive », par le développement de services digitaux et, bien entendu, par la diffusion d'une véritable culture digitale auprès de ses collaborateurs.

Alors certes, cette stratégie nécessite d'investir dans les nouvelles technologies sans lesquelles un projet de transformation digitale ne pourrait être mené. Ce sont en effet ces technologies qui permettent à l'entreprise de marier infrastructure informatique et communautés d'affaires pour apporter des compétences digitales. Ce sont également elles qui permettront la transformation des plates-formes existantes pour conduire à l'alignement des modèles économiques, des plates-formes IT et des compétences digitales sur un socle pérenne de transformation.

Mais au regard du coût de ces investissements, dont le retour sur investissement se traduira davantage en termes de performance et de création de valeur que de monnaies sonnantes et trébuchantes, il est indispensable de savoir quelles activités doivent être repensées digitales. Une réflexion qui doit s'inscrire dans un projet global, dont le principal mentor reste le directeur général.

La Rédaction

Merci à nos partenaires pour leur collaboration à l'élaboration des contenus :

EVERIAL



JALIOS
catalyseur d'intelligence collective

LOCARCHIVES



* Envoyer. Recevoir. Connecter.

Archivage électronique de vos flux sensibles

Quelle solution ? Pour quelles garanties ?



INTÉGRITÉ



SÉCURITÉ

Dossiers clients - Documents juridiques - Flux Financiers - Documents RH - Données de Santé



PÉRENNITÉ



TRAÇABILITÉ

Tessi Certified Suite

Solution d'archivage électronique certifiée NF461

Tessi Certified Suite est une solution conçue pour répondre aux besoins d'archivage à valeur probatoire des flux d'informations d'entreprise.

Multicanal, Tessi Certified Suite permet de capturer tout type de flux papier ou numérique, afin d'en assurer le traitement et la conservation électronique. Son Système d'Archivage Électronique (SAE) intègre infrastructures techniques sécurisées, procédures industrielles et briques logicielles, pour une gestion sans rupture de la capture à la conservation.

Conforme aux normes en vigueur, Tessi Certified Suite garantit l'INTÉGRITÉ des documents et de leur contenu, la PÉRENNITÉ de leur conservation, la SÉCURITÉ du système et la TRAÇABILITÉ des événements, tout au long du cycle de vie des documents.

Certifiée par la marque NF461, Tessi Certified Suite est l'assurance d'une solution de tiers archivage, pour la conservation électronique de vos documents les plus sensibles, en toute sécurité et confidentialité.



- Conformité à la norme ISO
- Sécurité maximale des données
- Valeur probatoire des documents
- Confidentialité et traçabilité
- Haute disponibilité et scalabilité
- Respect des politiques d'archivage
- Simplicité d'accès et consultation
- Réduction des coûts d'archivage
- Expertise d'un Tiers Archiveur

TESSI CERTIFIED SUITE INTÈGRE LES LOGICIELS :



tessi **DOCUMENT**



tessi **EMAIL**



tessi **DOCUBASE**



tessi **DATA CONTENT**

Plus d'informations :

Tel : 01 41 34 53 83

Email : contact.commercial@tessi.fr

www.tessidocumentservices.fr



tessi documents services