

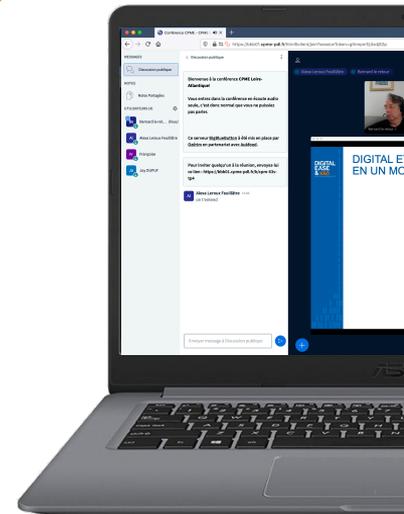
COMMENT RÉUSSIR SES PROJETS DIGITAUX ET MESURER LEURS R.O.I. ?

QUELQUES CONSEILS SUR L'ORDINATEUR

Nous allons utiliser zoom pour la visio-conférence

Pour votre confort :

- Agrandissez la fenêtre zoom au maximum 
- Sélectionnez l'affichage intervenant  Affichage intervenant
si vous voyez à la place  Affichage galerie n'y touchez pas
- Désactivez micro  Muet
sauf si vous voulez intervenir  Arrêter vidéo
- Utilisez la conversation  Converser
 - Pour des questions
 - Pour des commentaires...



QUELQUES CONSEILS SUR LE SMARTPHONE

Nous allons utiliser Klaxoon pour l'interactivité

- Pour votre confort :
 - Prenez votre smartphone à côté de vous
 - Ouvrez votre navigateur web : nous l'utiliserons plusieurs fois

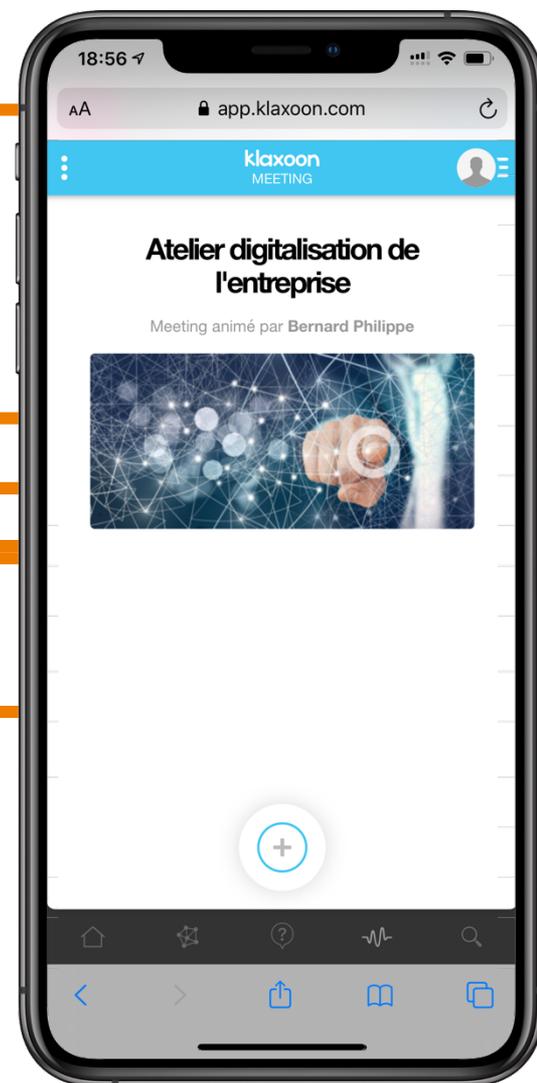
Nous nous connecterons tous ensemble sous peu



SUR VOTRE SMARTPHONE

- Sur votre navigateur internet
Saisissez *app.klaxoon.com*
- Saisissez le code **PUZ8BGY**
 - Appuyez sur rejoindre
- Saisissez votre email
 - Appuyez sur continuer
- Saisissez votre nom et prénom
 - Appuyez sur rejoindre

Vous êtes arrivés !



QUI SOMMES-NOUS ?



Françoise BARON
Co-fondatrice et
Dirigeante

fbaron@digitalease-et-vous.fr



Bernard PHILIPPE
Co-fondateur et
Dirigeant

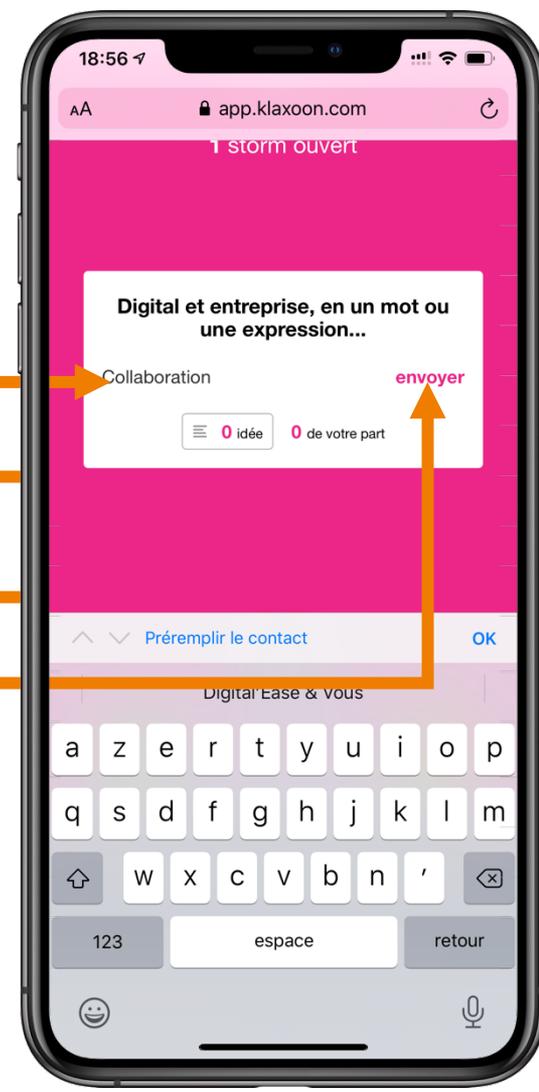
bphilippe@digitalease-et-vous.fr

LA TRANSFORMATION DIGITALE EN 1 MOT

LA TRANSFORMATION DIGITALE, EN UN MOT ...

- Lorsque l'activité est lancée, elle apparaît
 - Appuyez sur la zone de couleur
- Appuyez sur idée
- Vous pouvez alors saisir un mot, une expression
 - Appuyez sur envoyer

Et recommencez autant que vous voulez !

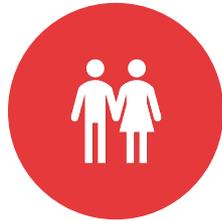




LA TRANSFORMATION DIGITALE

QU'EST-CE QUE CELA VEUT DIRE ?

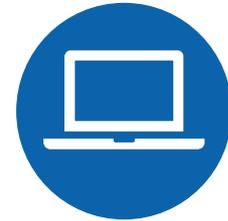
LA TRANSFORMATION DIGITALE C'EST...



Proposer de
nouveaux usages
aux clients



Transformer les
usages dans
l'entreprise



A l'aide d'un
outil digital

CAS CLIENT 1 / SECTEUR BATIMENT

PROBLÈME	ENJEUX	SOLUTION	RÉSULTATS
L'information des leads (contacts prospects) n'est pas fiable, exploitable et pérenne (sur Excel !)	Amélioration du développement commercial	implanter un outil de gestion commercial et relation client type CRM ou GRC	La direction et les équipes sont embarquées L'outil est sélectionné et opérationnel Les équipes savent utiliser l'outil et le faire évoluer en autonomie Les campagnes marketing (e-mailing) peuvent être réalisées de manière efficace
CONSÉQUENCE	Ouverture à l'international		
Frein de croissance			

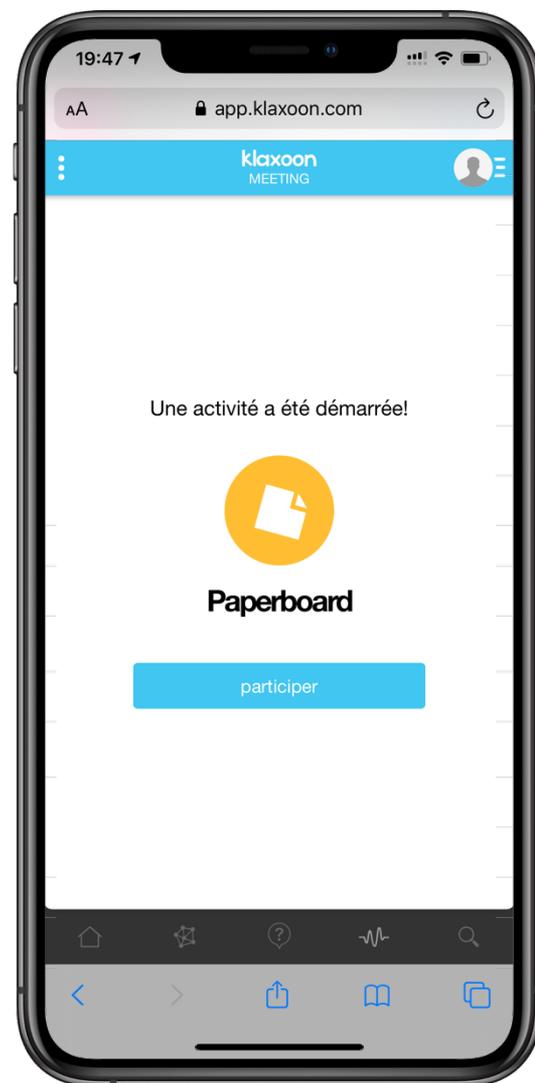
CAS CLIENT 2 / SECTEUR SECURITE

PROBLÈME	ENJEUX	SOLUTION	RÉSULTATS
<p>Outil non trouvé pour optimiser process, performer et gagner du temps (outil trop cher, pas ergonomique, manque fonctionnalités...)</p>	<p>Prendre des nouvelles parts de marchés</p> <p>Amélioration service client (historique client, prise de RDV...)</p> <p>Gain de temps par l'automatisation de tâches simples et répétitives</p> <p>Services automatiques : gestion de contrats, abonnements...</p>	<p>Les outils métiers sont trop spécifiques et ne permettent pas à l'entreprise d'évoluer assez vite</p> <p>Nous avons proposé de regarder des outils génériques et adaptables</p>	<p>Les besoins attendus par le nouvel outil (cahier des charges) sont définis</p> <p>L'outil est adapté aux besoins de l'entreprise : ergonomique et moderne, pérenne et évolutif</p> <p>L'outil est mis en place et utilisé par les équipes</p>
CONSÉQUENCE			
<p>Frein de croissance Entreprise freinée par ses process lourds</p>			

PARTAGEZ VOTRE EXPÉRIENCE AVEC LE DIGITAL

APP.KLAXOON.COM

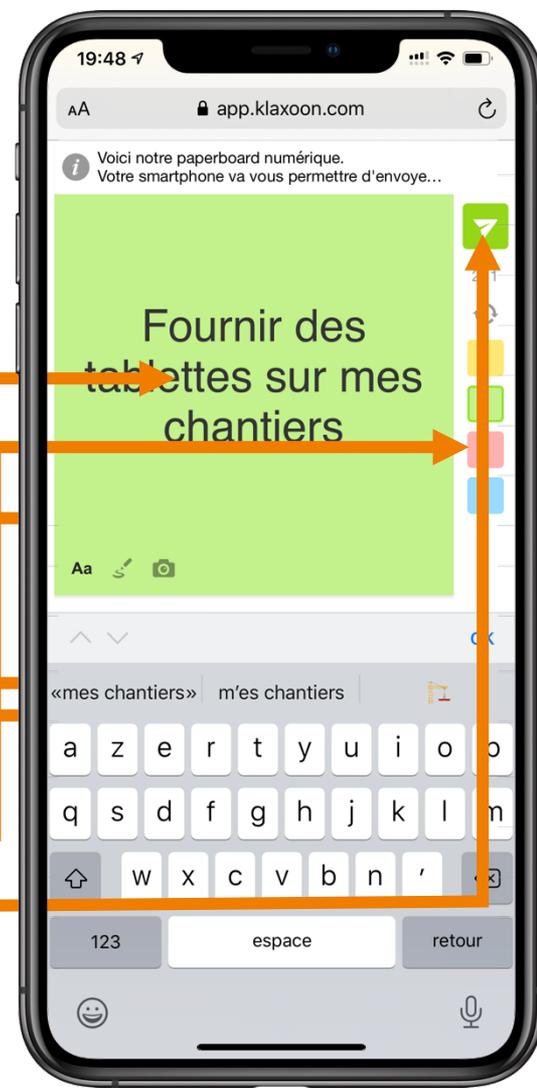
PUZ8BGY



PARTAGEZ VOTRE EXPÉRIENCE AVEC LE DIGITAL

- Lorsque l'activité est lancée, elle apparaît
 - Appuyez sur participer
- Quelques informations apparaissent
 - Appuyez sur continuer
- Vous pouvez alors rédiger un post-it :
 - Appuyez sur idée
 - Saisissez votre texte
 - Choisissez la couleur
 - Appuyez sur l'enveloppe pour l'envoyer

Et recommencez autant que vous voulez !





Voici notre paperboard numérique.
Votre smartphone va vous permettre d'envoyer...

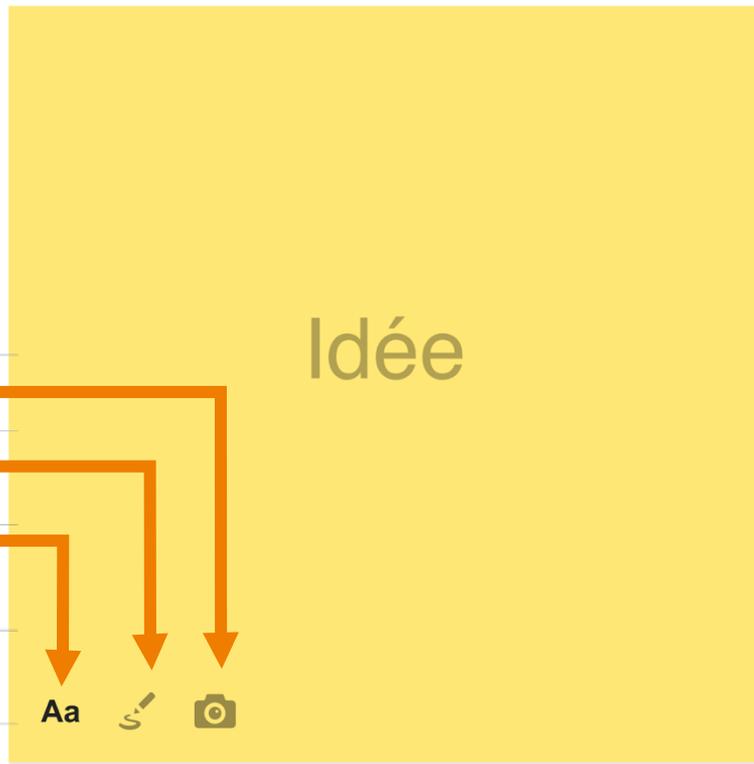
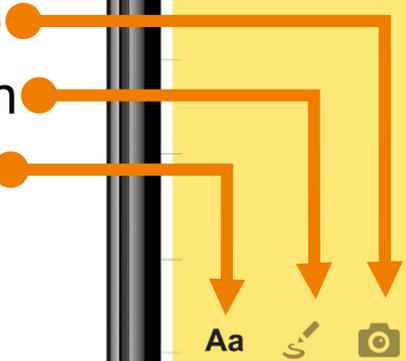


Image ●
Dessin ●
Texte ●



● Envoyer

250



● Effacer



● Couleurs



Questions



Succès



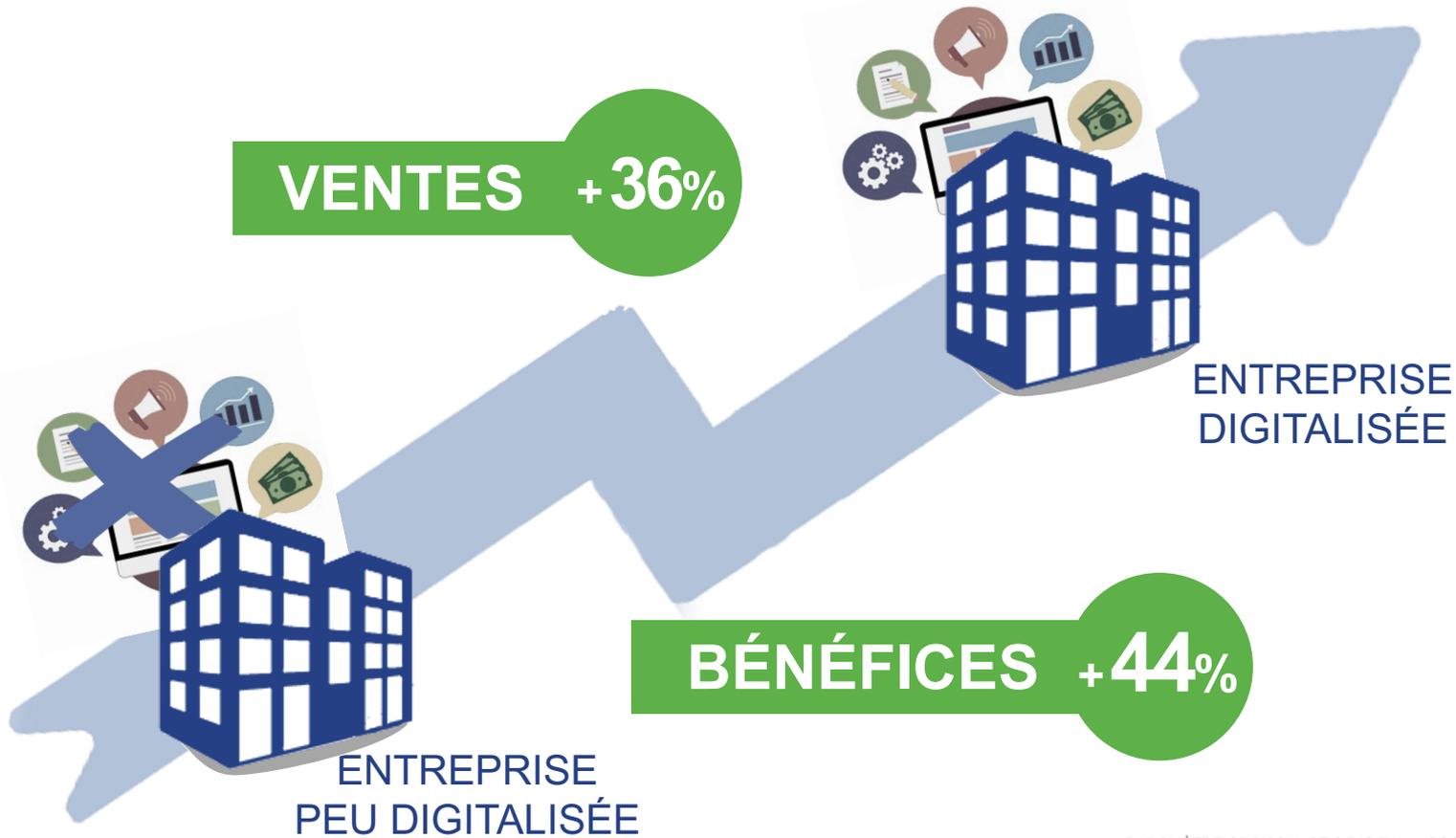
Déception

Autres

**DIGITAL
EASE
& vous**
VOTRE DIGITALISATION FACILITÉE

COMMENT EVALUER LA RENTABILITÉ ?

LE DIGITAL EST UN MOTEUR DE CROISSANCE



LES OUTILS DIGITAUX

CRM

ERP

COLLAB

COÛT SOLUTION

TPE-PME

PME

ETI GE

FONCTIONNALITÉS

OFFICE
365

G-
SUITE

GO
FAST

OWN
CLOUD

LIBRE

ODOO
Community

LIBRE

EXACT

AXONAC

ODOO

SALES
FORCE

MICRO
D

SAP

?

- ✓ Coût
- ✓ Fonctionnalités
- ✓ Gains résultants
- ✓ Pérennité
- ✓ Adaptabilité

VOIR LE DIGITAL COMME UN INVESTISSEMENT ET NON COMME UN COÛT SUPPLÉMENTAIRE



Mettre en place
des outils digitaux
à un coût



Cela doit être
rentable

15% ?

15%

des projets digitaux mesurent un
retour sur investissement

CONSÉQUENCES



L'entreprise
n'investit pas



Elle prend du
retard sur ses
concurrents



Elle ne profite
pas de belles
opportunités

POURQUOI

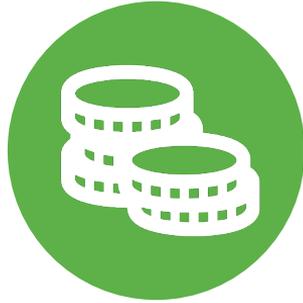


Mesurer les gains d'une transformation digitale demande une démarche adaptée



Comment estimer les gains
d'une transformation digitale ?

LES VÉRITABLES GAINS D'UNE TRANSFORMATION DIGITALE

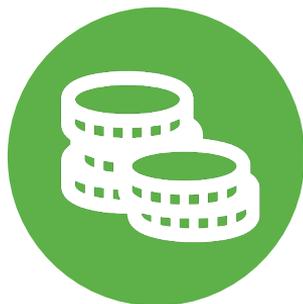


Gains
« tangibles »



Gains
« intangibles »

LES VÉRITABLES GAINS D'UNE TRANSFORMATION



Gains
« tangibles »



Gains
« intangibles »

SIMULER LE RETOUR SUR INVESTISSEMENT (ROI)

- Cas Client 1 / Objectif : Optimiser les tournées commerciales

Etape 1

Identifier les différents bénéfices attendus

Gagner du temps dans les trajets des commerciaux

Etape 2

Définir les indicateurs de mesure des bénéfices

Nombre de RDV par semaine et par commercial

Etape 3

Estimer les résultats potentiels sur la base des données du marché

La géolocalisation permet jusqu'à **18% de gain de temps**

Source : GEFCO, 2009

Etape 4

Mesurer les bénéfices

0,5 j/semaine pour 5 commerciaux **soit ½ ETP** sur l'année

Etape 5

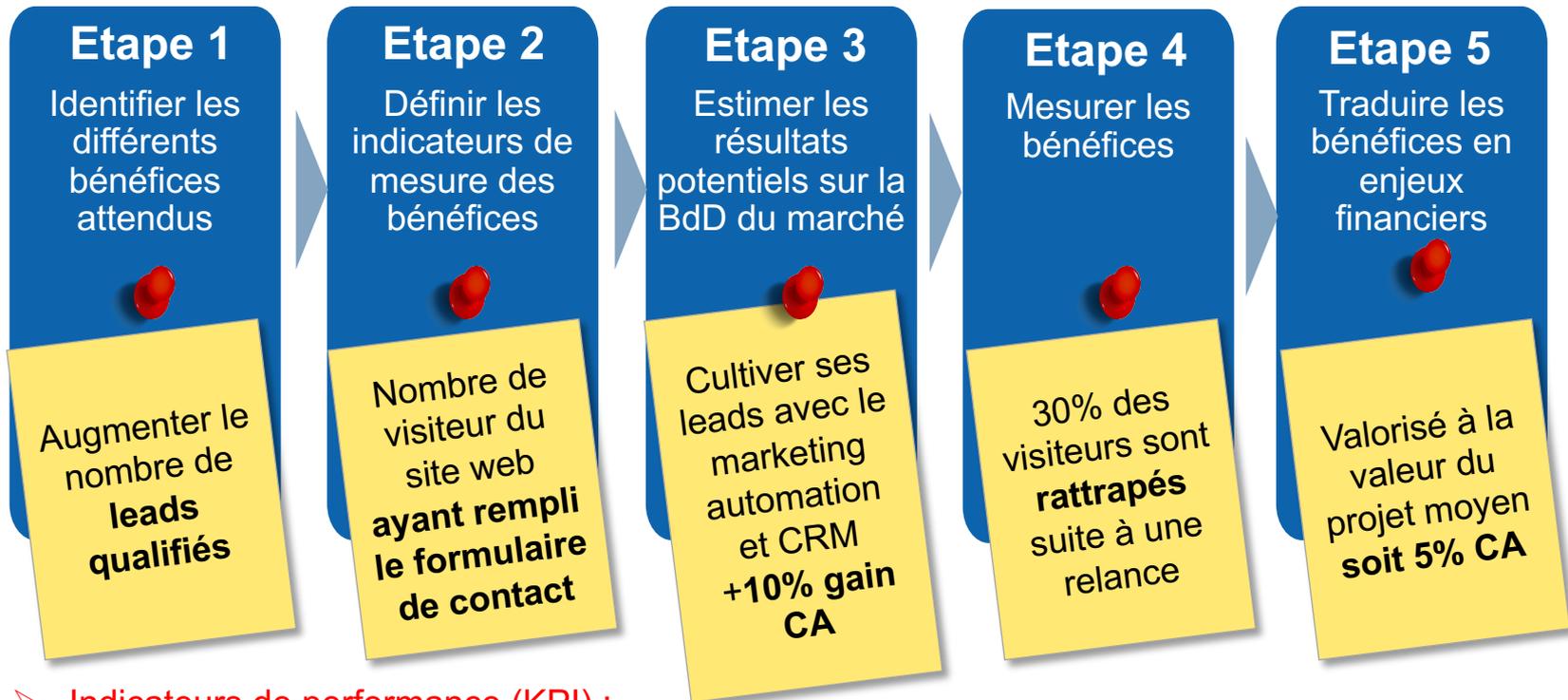
Traduire les bénéfices en enjeux financiers

L'équivalent de 1/2 commercial **soit +10% CA**

- **Indicateur de performance (KPI) : 15 RDV par semaine et par commercial**

SIMULER LE RETOUR SUR INVESTISSEMENT (ROI)

➤ Cas Client 1 / Objectif : Augmenter le nombre de prospects qualifiés via le site internet



➤ Indicateurs de performance (KPI) :

1. Nombre de leads qualifiés (visiteurs site web ayant rempli le formulaire de contact)
2. Nombre de nouveaux prospects par commercial sur l'année

SIMULER LE RETOUR SUR INVESTISSEMENT (ROI) AUTRES OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE (KPIs)

Défis...	...Stratégique	...Création de Valeur	...Organisationnel	➤ ...Managérial
Typologies d'actions :	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vision-Mission / Objectifs ➤ Connaissance des besoins clients ➤ Aligner process marketing et vente 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Positionnement/spécialité ➤ Innovation / Agilité 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Méthode agile ➤ Industrialisation ➤ Process automatisés 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Impliquer les collaborateurs dans les décisions ➤ QVT ➤ Placer les clients au centre du management
Bénéfices attendus :	Offre différenciante (Valeur)	Offre différenciante (Valeur)	Rentabilité ++ (productivité améliorée)	Attractivité de votre entreprise
	Rentabilité ++ (Pilotage avec KPIs)	Relation client améliorée	Facilité d'adaptation aux évolutions réglementaires et administratives	Relation Client améliorée (au centre)
		Rentabilité ++ (Missions à valeur ajoutée)		Facilité d'adaptation aux évolutions réglementaires

SIMULER LE RETOUR SUR INVESTISSEMENT (ROI)

AUTRES OBJECTIFS ET INDICATEURS DE PERFORMANCE (KPIs)

Défis...	...Stratégique	...Création de Valeur	...Organisationnel	➤ ...Managérial
Typologies d'actions :	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vision-Mission / Objectifs ➤ Connaissance des besoins clients ➤ Aligner process marketing et vente 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Positionnement/spécialité ➤ Innovation / Agilité 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Méthode agile ➤ Industrialisation ➤ Process automatisés 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Impliquer les collaborateurs dans les décisions ➤ QVT ➤ Placer les clients au centre du management
KPI's :	<p><u>Premier temps:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nb contacts qualifiés ➤ Nb prospects ➤ Nb fiches clients remplies dans le CRM ➤ Segmentation clients <p><u>Deuxième temps :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nb clients ➤ Nb nouvelles ventes chez un même client (re-vente) 	<p><u>Premier temps:»</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nb de candidats et de rendez-vous ➤ Nb de candidatures spontanées reçues 	<p><u>Premier temps:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nb d'heures passées sur les tâches du process <p><u>Deuxième temps :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nb de clients / affaires traitées <p><u>Troisième temps :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ CA 	<p><u>Premier temps :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nb d'actions de management pro-actifs (avis demandés) avec les salariés et les clients <p><u>Deuxième temps :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nb de candidats et de rendez-vous (jeunes talents) ➤ Nb de candidatures spontanées reçues ➤ Turnover (entrées-sorties)

CONSTRUIRE UN PLAN D' ACTIONS PERSONNALISÉ

ENJEU CA : 114 K€

GAIN : 67 K€

POSITIONNEMENT
OFFRE / CIBLES
PRE-REQUIS

UTILISATION CRM
PRE-REQUIS

Meilleure
exploitation CRM
par les utilisateurs
dans leurs tâches
quotidienne

Définition du
positionnement
avec offre et
cibles potentielles

AUGMENTATION DU
PANIER MOYEN
CLIENT

+ CA
84 K€

Fidélisation par la
personnalisation des offres, la
connaissance client sur CRM
Centralisation des dialogues
avec les clients (SAV)

AUGMENTATION DES
PROSPECTS/CLIENTS

+ CA
30 K€

Démultiplication du
nombre de prospect via le
site internet + SEO +
Réseaux Sociaux

DIMINUTION DU COÛT
DES STOCKS

GAIN
22 K€

Prévisionnel de
commandes pour
gérer des stocks au
plus près

DIMINUTION DES
TEMPS PERDUS

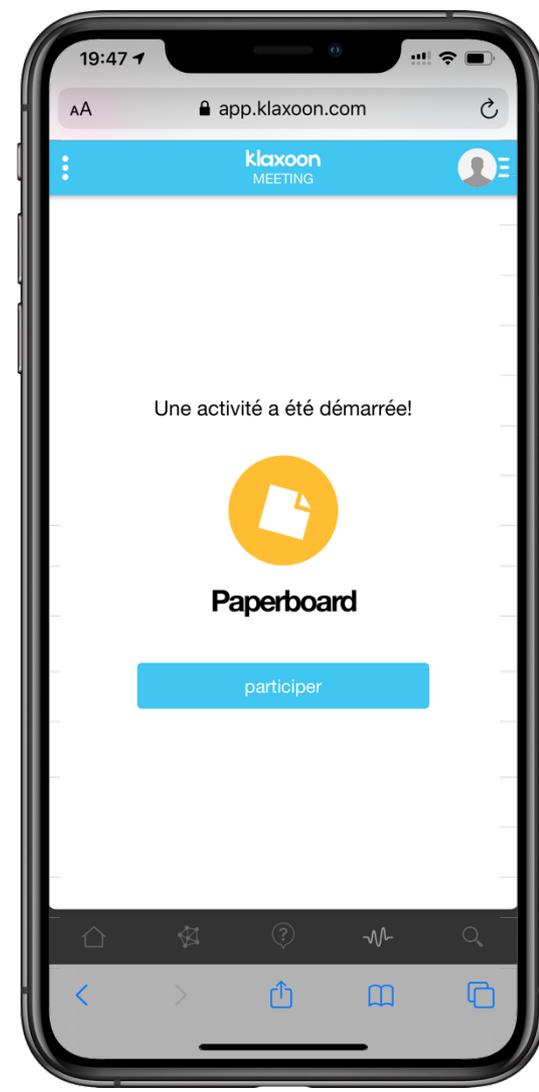
GAIN
45 K€

Remplacement
des outils de suivi
Excel par un outil
de gestion de
production (ERP).

PARTAGEONS NOTRE EXPÉRIENCE AVEC LE DIGITAL

APP.KLAXOON.COM

PUZ8BGY



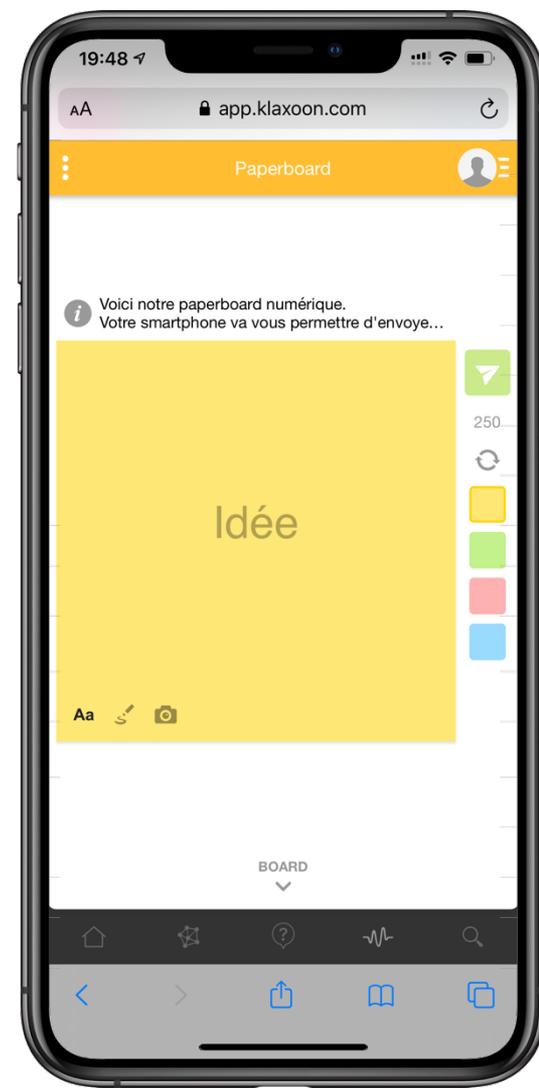
PARTAGEONS NOTRE EXPÉRIENCE AVEC LE DIGITAL

A partir des idées précédentes...
... ou de nouvelles

Nous allons échanger sur le retour sur
investissement associé

(vous pouvez envoyer de nouveaux post-it
si vous le désirez)

Allons-y !



**DIGITAL
EASE
& vous**
VOTRE DIGITALISATION FACILITÉE

**COMMENT FAIRE ?
COMMENT RÉUSSIR SON PROJET
DE TRANSFORMATION DIGITALE**

70%

?

70%

des projets digitaux échouent

CONSÉQUENCES



Argent dépensé
en pure perte



Temps perdu



Démobilisation
des équipes

POURQUOI ?

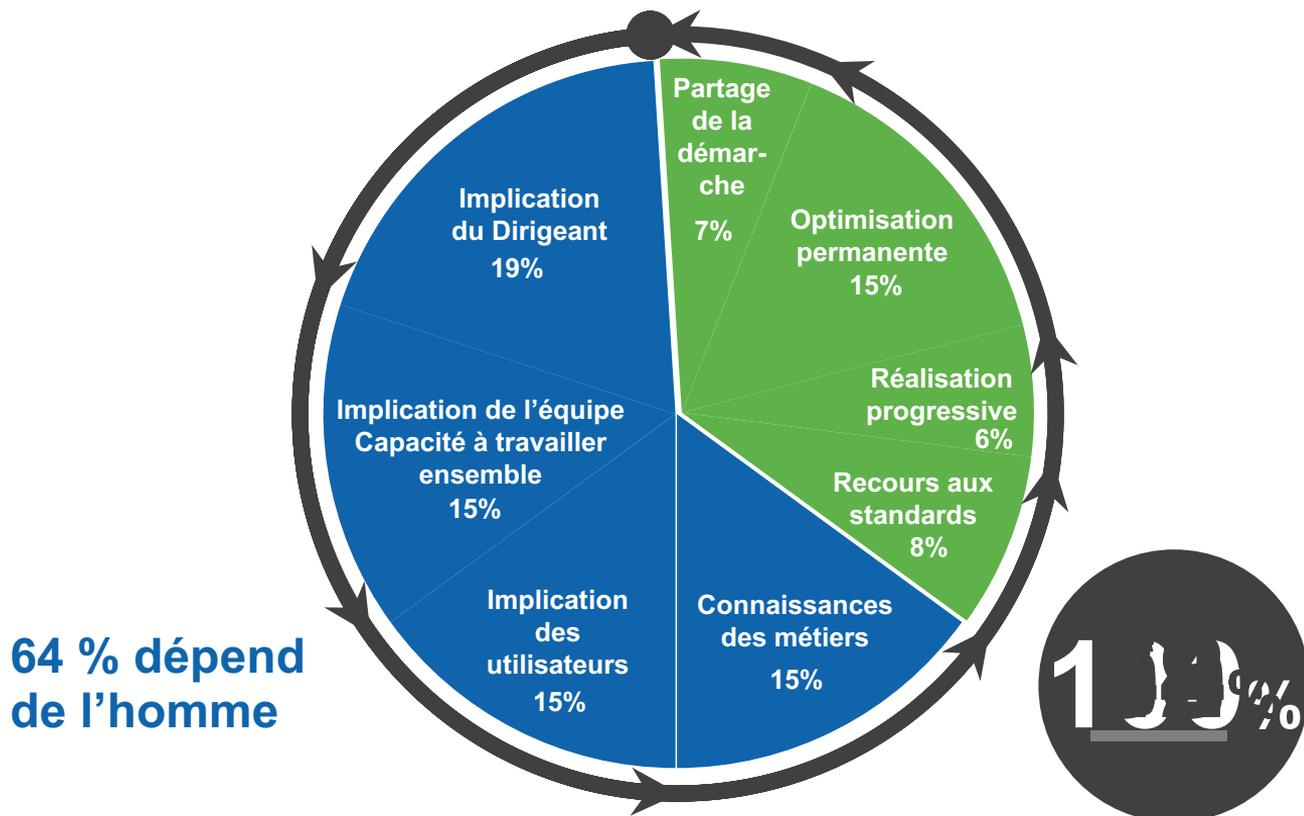


C'est une démarche spécifique



Quelle démarche pour réussir
un projet digital ?

RESPECTER LES CONDITIONS DE REUSSITE



Les critères de réussite d'un projet digital

Source : CHAOS report 2015 du Standish Group

RESPECTER LES 3 PRINCIPES DE LA REUSSITE



Penser projet
d'entreprise
plutôt qu'outil
informatique



Penser
utilisation
plutôt que
fonctionnalités



L'indicateur de la
réussite d'un
projet de
numérisation
c'est l'usage

ORGANISER LA DÉMARCHE EN CONSÉQUENCE

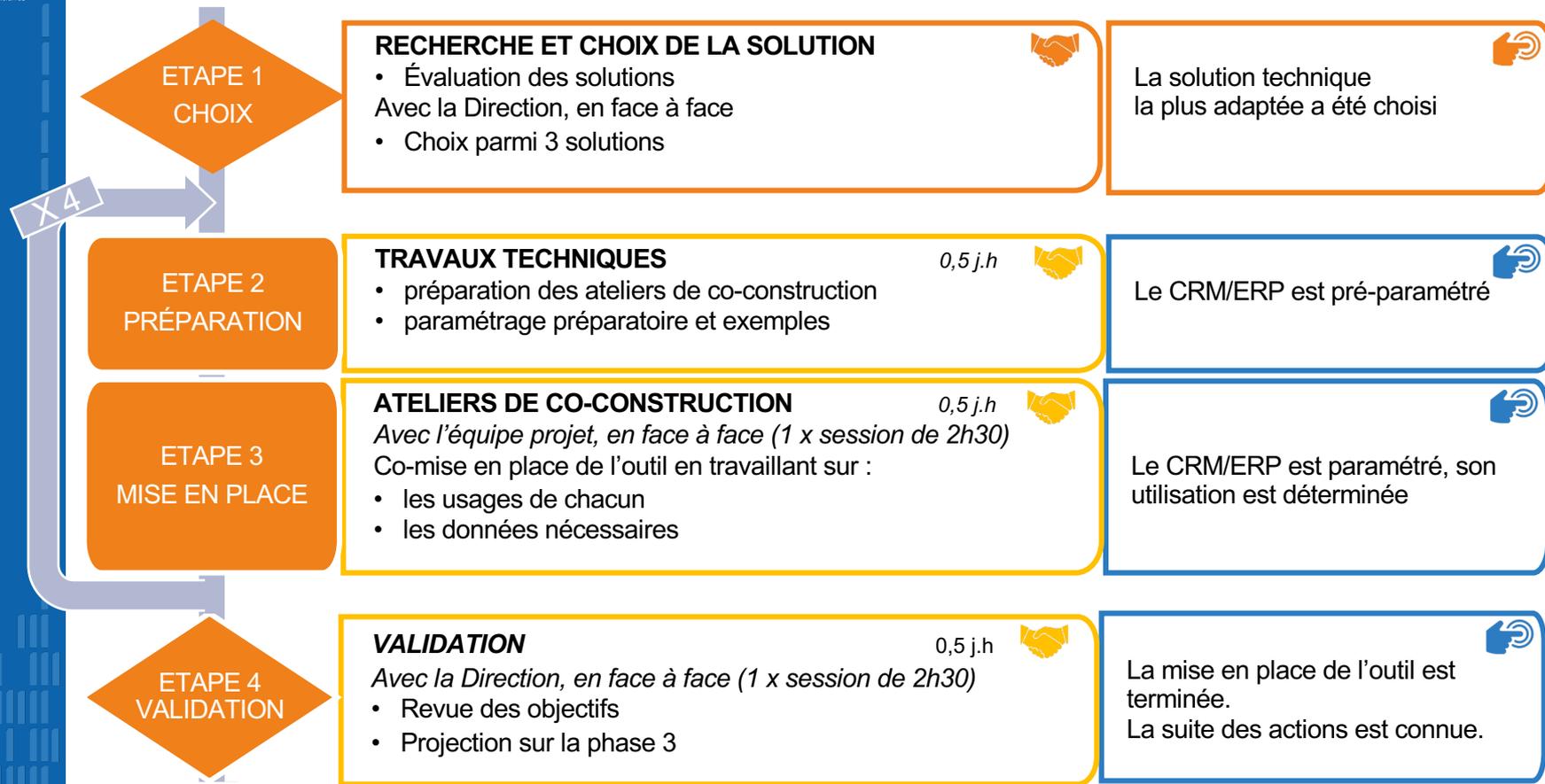


3 ÉTAPES NÉCESSAIRES ET COMPLÉMENTAIRES

CO-DÉFINIR (AVEC SON ÉQUIPE) LES OBJECTIFS ET BESOINS DU PROJET DE TRANSFORMATION



SÉLECTIONNER L'OUTIL DIGITAL ET LE METTRE EN PLACE



FORMER LES UTILISATEURS A L'OUTIL ET PERENNISER L'USAGE

ETAPE 1 FORMATION DES UTILISATEURS

SEANCES DE FORMATION

1,5 j.h

Avec l'équipe projet et les utilisateurs (1 sessions 2h30 x 3 groupes métier)

- Présentation de l'outils aux utilisateurs et apport pédagogique
- Formation des utilisateurs au nouveaux usages par l'équipe projet

Les équipes sont montés en compétence
La pérennité des changements est vérifiée
Les usages à venir sont déterminés

ETAPES DE CONSOLIDATION

À +3MOIS

À +6 MOIS

À +12MOIS

ATELIERS DE CONSOLIDATION.

1,5 j.h



Avec l'équipe projet, en face à face (3 sessions 2h30 x 6 personnes)

- Vérification de la pérennité des nouveaux usages
- Travail dans un esprit d'amélioration continue
- Suivi de l'appropriation de l'outil

(1 session à 3 mois, 1 session à 6 mois, 1 session à 1 an)

La pérennité des changements est vérifiée
Les usages à venir sont déterminés
L'atteinte des objectifs est vérifiée

CLOTURE
DU PROJET



LES AIDES FINANCIÈRES

COMMENT FINANCER LA TRANSFORMATION DIGITALE

LES AIDES FINANCIÈRES POUR LES TPE/PME

**Vous êtes une TPE-PME
et vous voulez ...**

**Etudier la possibilité de mettre
en place des outils numérique**
dans une perspective stratégique

**PAYS DE LA LOIRE
CONSEIL USAGE NUMÉRIQUE**



50% des coûts de service de conseil extérieurs
dans une enveloppe de 6 000 à 30 000 €

**Acheter et installer un outil
numérique**

**PAYS DE LA LOIRE
INVESTISSEMENT NUMÉRIQUE**



50% des coûts de licence, mise en place et formation
dans une enveloppe de 5 000 à 30 000 €

EUROPE LEADER



jusqu'à 100% des coûts directs et indirects restants
– dans une enveloppe de 5 000 à 20 000 €, en complément d'une autre aide

GARANTIE DE PRÊT TRANSFORMATION NUMÉRIQUE TPE/PME

- Prêts à des conditions avantageuses pour financer la transformation numérique des TPE/PME

PARTAGEONS NOTRE EXPÉRIENCE AVEC LE DIGITAL

APP.KLAXOON.COM

PUZ8BGY



MERCI !



Françoise BARON-LEVY
fbaron@digitalease-et-vous.fr

Bernard PHILIPPE
bphilippe@digitalease-et-vous.fr





Françoise Baron-Levy

Co-fondatrice

Tel. 06 60 70 46 26

Email. fbaron-levy@digitalease-et-vous.fr

Bernard Philippe

Co-fondateur

Tel. 06 26 74 18 41

Email. bphilippe@digitalease-et-vous.fr