

La communauté People & Digital

Réflexions #1

La place de la communication dans
la transformation digitale des entreprises.



**Business
Services**

Edito



Judith Barrowclough & Thomas Traissac

salariés d'Orange Business Services, fondateurs et animateurs de la communauté People and Digital

Le groupe LinkedIn 'People and Digital', créé par Orange Business Services, vise à regrouper les acteurs des métiers de la communication pour partager et échanger sur les enjeux de la transformation digitale des entreprises.

Il est ouvert, gratuit, et permet de se rencontrer et partager virtuellement et physiquement.

Ce besoin de partage et benchmark est vital pour notre filière métiers communication – en effet notre métier, notre rôle, notre posture, notre action en tant que communicants en entreprise ne seront plus jamais les mêmes avec l'avènement du digital et des nouvelles façons de travailler.

Cette explosion des nouveaux usages et outils digitaux renforce notre rôle pour accompagner, relayer, déployer et ne laisser aucun collaborateur, partenaire ou client au bord du chemin numérique.

Le digital crée du lien humain, donne du sens et invite les acteurs à interagir, à se rapprocher et à partager.

Nous espérons que vous trouverez autant de plaisir à lire ces échanges, à réagir que nous prenons à vous animer, réunir.

Sommaire

- **People & Digital**

Une communauté LinkedIn ouverte qui compte 619 membres communicants

- **Synthèse des ateliers**

du World Café du 12 juillet 2016

- **Testimoniaux**

Des témoignages d'experts communicants en entreprises



Avant-propos

Le mode de management des entreprises est largement impacté par la mutation digitale. Les pratiques et usages devenus désormais obsolètes doivent être réinventés. Il ne s'agit pas seulement d'adapter les outils, l'essentiel réside dans la modification de l'organisation et de la culture d'entreprise.

En effet, 50% des salariés ne se sentent pas assez accompagnés* sur les outils numériques.

Dès lors, l'entreprise doit accompagner ses collaborateurs dans cette transformation et s'adapter à son nouvel environnement. L'enjeu est de faciliter la transmission de l'information au sein d'une même entité en privilégiant le nomadisme, le travail collaboratif, et la simplicité.

« Il nous faut maintenant opérer les changements en interne, dans nos modes de travail quotidiens et devenir une véritable entreprise digitale 'inside' c'est-à-dire rendre notre entreprise plus agile, encourager l'appropriation des outils digitaux et simplifier nos modes de fonctionnement. »

Stéphane Richard, PDG d'Orange, Janvier 2014

Pour cela, il est nécessaire que le DirCom devienne acteur dans la transformation des modes de travail. Il est la voix de l'entreprise, il doit donc donner un sens au pan de communication et promouvoir la marque aussi bien en interne qu'en externe.

Ainsi, il devient légitime de se poser la question de savoir comment les DirComs accompagnent les salariés dans la transformation digitale.



People & Digital La communauté



619

membres de la communauté
People & Digital sur LinkedIn



9

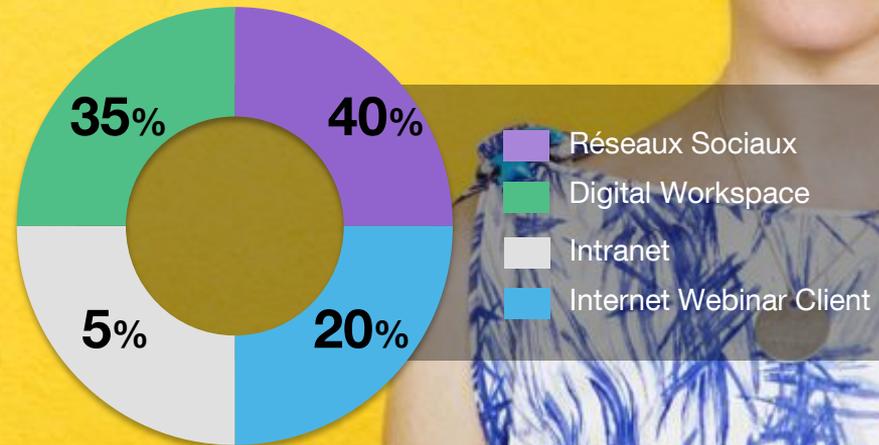
acteurs du digital au sein de
leurs entreprises interviewés

98% des professionnels interrogés, estiment que le rôle du communicant est essentiel

Les secteurs représentés

- Télécommunications
- Santé
- Restauration
- Publicité
- Assurance
- Immobilier
- Conseil
- Banque

Quand on parle de Transformation Digitale, à quoi pensez-vous ?



Les ateliers

Nous avons organisé un world café le mardi 12 juillet, au Village By CA, 56 rue de la Boétie 75008 Paris, un évènement interactif.



**La place de la communication
dans la transformation digitale.**



Le digital

dans la communication auprès des équipes et des clients

- Le digital permet de gagner en visibilité
- Apporter plus de confort de vie pour chaque métier
- Mettre en valeur les projets, expériences, succès et compétences de chaque membre
- Faciliter le partage



Le digital

créateur de lien et d'agilité entre les employés

- Le digital, un outil de conversation
- Le salarié doit être acteur dans cette transformation
- Le digital joue sur la rapidité de la diffusion d'une information
- Le digital, une évolution du fonctionnement de l'entreprise
- Le digital bouscule les habitudes culturelles
- Le digital peut provoquer une fracture générationnelle

Le manager digital 3.0

« Ubérisation » du métier

- Capitaliser sur la diversité
- Créer des chartes communautés
- Mesurer et communiquer sur ce que rapporte la communication digitale

Organisation et espace de travail

- Reconnaissance du mode collaboratif
- Jongler entre confiance et liberté.
- Co-working
- Être digital pour animer salariés « déportés »

Le digital

comme outil de formation et d'animation à l'international

- Les supports doivent être adaptés au nomadisme
- Le digital c'est l'apprentissage ludique et intuitif
- Le digital renforce la cohésion d'équipe
- Coaching 2.0
- Le digital permet de faciliter la communication entre filiales



La voix des experts sur la transformation digitale



Guillaume Aper,

Directeur adjoint de la communication
chez JC Decaux

GRUPE



Stéphane Barbey,

Responsable média et réseaux sociaux
à la Caisse des dépôts

NOVENCIA 

Marlène Chevreux,

Community Manager chez Novencia Groupe



BNP PARIBAS

Myra Braganti,

Digital Transformation Manager chez BNP
Paribas



Business
Services

Estelle Assaf,

Directrice de la communication
externe d'Orange Business Services



Business
Services

Samantha Woods,

Directrice de la communication intern
d'Orange Business Services



Marie-Anne Canto & Eléonore Fleury,

PDG & Chargée de Marketing
et Communication de À Table



Alice Herrouin Orange,

Responsable Communication Digitale d'Energie
Ineo

JC Decaux est un groupe industriel français spécialisé dans la publicité urbaine dans plus de 70 pays à travers le monde.

La transformation digitale

Guillaume Aper définit la transformation digitale comme l'impact qu'à internet (au sens le plus large possible) sur l'organisation d'une entreprise. Cette notion implique différents changements de types sociétaux, sociaux, économiques mais aussi en terme de collaboration et de manière d'échanger. Malgré l'apriori positif que l'on pourrait avoir, la transformation digitale, cette notion peut aussi effrayer, c'est pourquoi il faut la rendre plus accessible au grand public.

Le digital & JC Decaux

Le media a évolué grâce au digital. Une grande partie des supports physiques utilisés par JC Decaux ont été remplacés par des supports digitaux. Cela se traduit par des résultats concrets.*

L'évolution de l'offre de services grâce au digital

L'apparition du digital au sein de notre activité a permis une amélioration de notre offre :

- Contextualisation des affiches en fonction de l'environnement extérieur
- Création d'affiches digitales possédant une couverture réseau mobile

Guillaume Aper,

Directeur adjoint de la
communication
chez JC Decaux



JCDecaux

'Le digital transforme notre média et offre beaucoup de possibilités en terme de services'

'50% des recettes publicitaires de JC Decaux au Royaume-Uni provient des écrans publicitaires digitaux.'

2011

Lancement du réseau social interne 'Bee'

La caisse des dépôts exerce des activités d'intérêt général pour le compte de l'État et des collectivités territoriales ainsi que des activités concurrentielles.

La transformation digitale

Pour Stéphane Barbey, la transformation digitale correspond à la prise en compte de tous les phénomènes digitaux qui viennent impacter soit les modes de travail soit les modèles d'affaires et les chaînes de valeur.

La Caisse des dépôts et l'utilisation du digital

Le digital a très peu bouleversé l'organisation en interne car le digital est utilisé uniquement en interne, aucune solution n'est pour le moment déployée en externe. Le digital nous sert aujourd'hui uniquement à disposer d'une vitrine via nos réseaux sociaux (LinkedIn, Twitter et Youtube).

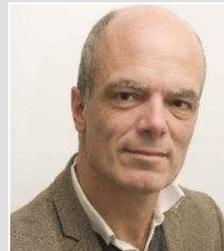
Le rôle du digital en interne

En interne, le digital doit faire émerger l'intelligence collective et permettre aux individus de collaborer plus efficacement. Cela permet également une transmission de l'information plus rapide entre les différents collaborateurs.

Comment apporter une solution digitale efficace au sein de l'entreprise

La bonne application d'une stratégie digitale passe par une ligne directrice claire mise en place par le Top Management de l'entreprise.

Stéphane Barbey,
Responsable média et
réseaux sociaux à la
Caisse des Dépôts



GRUPE



‘L'évolution vers le digital nécessite une évolution de culture et pratiques chez les collaborateurs.’

‘Les réseaux sociaux servent de vitrine digitale à l'entreprise.’

Novencia Groupe est une entreprise de conseil informatique qui accompagne depuis 5 ans ses clients dans leur propre transformation digitale.

La transformation digitale

Marlène Chevreux caractérise la transformation digitale par la numérisation de l'ensemble de l'activité de l'entreprise. La transformation digitale ne peut se réaliser sans une évolution des comportements et des pratiques (de collaboration, de communication, de production).

Comment apporter une solution digitale efficace

Les besoins du clients et l'analyse de son marché sont les éléments primordiaux à prendre en compte. Une solution digitale se choisit après un audit des besoins de transformation de l'entreprise. On ne peut pas tout changer d'un coup, sous peine d'un échec.

Les équipes de communication et leur adaptation aux médias sociaux

Les équipes Marketing & Communication ont été contraintes de redéployer leurs stratégies et actions en intégrant de nouvelles notions telles que 'viralité' ou 'engagement'. Les médias sociaux permettant de communiquer à une cible et une culture précise, l'entreprise a désormais la possibilité de développer une relation presque intime avec ses différents publics.

Le rôle du 'Dircom'

Le rôle du 'Dircom' est primordial, c'est lui qui va impulser et entraîner les équipes. Il doit anticiper les changements et accompagner les différents services dans leur transformation.

Marlène Chevreux,
Community Manager
chez Novencia Groupe



NOVENCIA 

‘La transformation digitale est l’expression de nouvelles pratiques sociales.’

‘Le digital offre la possibilité de proposer de nouveaux services à haute valeur ajoutée à nos clients.’

BNP Paribas est un groupe bancaire français considéré aujourd'hui comme l'un des les piliers du secteur bancaire français non mutualiste.

La transformation digitale

Pour Myra Braganti, la transformation est un changement culturel dont la technologie n'est qu'un moyen. C'est un écosystème qui se construit chaque jour et qui prône le mode collaboratif.

L'importance du digital dans une organisation

Le digital est primordial. Il amène une nouvelle façon de concevoir les services et les solutions. Mais c'est aussi le digital qui va amener une nouvelle forme de collaboration dans l'entreprise, notamment pour mener des projets à bien en échangeant avec différents services au sein de l'entreprise.

L'impact du digital sur les points de ventes

BNP Paribas a considérablement réduit son nombre de points de vente physiques avec l'apparition des nouveaux services digitaux. 10% des points de vente ont été supprimés depuis 2012. Cependant la BNP compte bien garder un certain nombre de ses agences afin de pouvoir jongler avec le profil des clients.

Comment apporter une solution digitale efficace

Il faut avant tout montrer et prouver aux collaborateurs l'intérêt d'insérer des solutions digitales dans le quotidien de l'entreprise. Ensuite, il faut susciter l'intérêt de ses derniers, notamment par le biais d'activité de créativité ou d'entreprises expertes dans ce domaine ayant des retours d'expériences enrichissantes.

Myra Braganti,

Digital Transformation
Manager
chez BNP Paribas



BNP PARIBAS

‘Le digital à amené à repenser la relation client dans le secteur bancaire.’

‘Il faut être à la portée de nos clients afin de les rassurer sur l'utilisation des outils digitaux.’

Orange Business Services fournit des services de communication aux entreprises de toute taille en France et aux multinationales dans le monde.

La transformation digitale

La transformation digitale de la communication externe d'Orange Business Services répond à 3 besoins : être visible, être reconnu et générer du business. Notre activité se rapproche plus du marketing digital et du marketing de contenus que d'une communication institutionnelle.

L'arrivée du digitale dans l'entreprise

Cela a pris du temps pour éduquer l'ensemble des équipes à la réalité du digital dans leur métier. Car le digital impacte tous les métiers de la communication : presse, pub, contenus, événements... bien au-delà de la seule équipe Web et Réseaux sociaux. Pour cela j'ai mis en place des modules de formation aux réseaux sociaux, obligatoires pour tous, afin de leur donner des moyens d'être les acteurs de leur transformation digitale dans leur métier.

L'importance de la plateforme digitale

Le site internet et les réseaux sociaux sont beaucoup plus que des vitrines pour l'entreprise : ce sont les principaux acteurs de la génération de business. Ils permettent en effet d'aller chercher les acheteurs potentiels, et de les emmener dans un parcours digital complet en parallèle ou en amont d'une interaction commerciale avec un vendeur. Ils doivent être pensés en tant que tel, avec une coordination étroite de la communication avec le marketing et le canal de vente.

Les principaux bénéfices du digital pour Orange Business Services

Grâce au digital, nous allons chercher les prospects au meilleur moment de leur réflexion d'achat, avec des contenus pertinents par rapport à leurs besoins spécifiques, et nous sommes capable de 'converser' avec eux de façon plus directe et personnalisée. C'est très fascinant.

Estelle Assaf,

Directrice de la communication externe d'Orange Business Services



Business Services

‘Le digital est devenu le cœur du réacteur d'une communication externe. Il faut amener ses équipes à comprendre comment il transforme chacun de nos métiers de communicants.’

‘Le dircom est souvent un pionnier dans la transformation digitale de son entreprise, car il a la mission du site web et des réseaux sociaux : tout se passe là.’

Orange Business Services fournit des services de communication aux entreprises de toute taille en France et aux multinationales dans le monde entier.

La transformation digitale :

C'est avant tout un état d'esprit. Cela comprend l'arrivée de nouveaux outils, mais également le besoin d'adapter les comportements face à l'intégration du digital dans la vie de l'entreprise. La transformation digitale est synonyme de partage de l'information en temps réel.

L'arrivée du digitale dans l'entreprise

Faire comprendre le digital dans des entreprises qui font collaborer des salariés de plusieurs générations est primordial. Les salariés ont tous eu une formation aux outils digitaux. Il y a également eu une formation éditoriale sur les nouveaux formats, les formats courts. Nous nous sommes complètement adaptés.

Le rôle du 'Dircom' interne

Le Dircom interne à un rôle important dans l'assimilation des usages digitaux. Son rôle est également d'inspirer les équipes autour de cette transformation digitale. Il faut aussi veiller au rythme du changement et au besoin de se nourrir du digital pour être en amélioration constante.

Les principaux bénéfices du digital pour Orange Business Services

L'utilisation des réseaux sociaux est un véritable bénéfice pour notre entreprise. Cela permet d'être connecté en temps réel à la satisfaction du client et du salarié.

Samantha Woods,

Directrice de la
communication interne
d'Orange Business Services



Business
Services

‘Les managers doivent prendre le rôle de coach pour accompagner la transformation digitale au sein de leur service.’

‘L’humain est très important dans la transformation digitale. Mon rôle est clairement de maintenir cet équilibre entre l’humain et le digital.’

Depuis plus de 10 ans, À Table est un traiteur spécialisé dans l'événementiel d'entreprise.

La transformation digitale

C'est la numérisation de l'activité appliqué à tous les services d'une entreprise. La transformation digitale est une nouvelle façon de communiquer, en interne vis-à-vis des salariés et en externe vis-à-vis des clients, des leaders d'opinions, des médias, de la presse ou encore des journalistes.

À Table & le digital

À table a été le premier traiteur à mettre en ligne une offre de traiteur événementiel et de traiteur de restauration livrée, avec toute une stratégie Marketing, de e-commerce etc. Le digital est vital chez À Table, aussi bien dans notre façon de travailler et d'appréhender la relation client, qu'en interne pour communiquer et créer une dynamique de groupe.

La prise en compte des salariés

L'idée, c'est vraiment d'associer les salariés, qu'ils aient le sentiment de participer à la vie digitale de l'entreprise. Le digital est partie prenante du quotidien chez À Table, il s'applique à tous les départements, via des outils digitaux, mais également à tous les salariés, qui sont à la fois le relais de notre stratégie digitale mais aussi une source d'inspiration, de proposition.

Les principaux bénéfices de l'utilisation du digital pour À Table

Le digital nous permet d'être visible, d'être là où l'on nous cherche. L'un de nos atouts est de proposer à nos clients une relation dédiée et multicanale. Il est essentiel de conserver un contact direct avec nos clients, de les écouter, d'échanger.

Marie-Anne Canto
PDG



Eléonore Fleury
Chargée de Marketing & Communication de À Table



‘L’entreprise est née grâce au digital’

‘Le digital fait parti de l’ADN d’À Table’

**ENGIE Ineo est expert en génie électrique, systèmes d'information et de communication, transports et mobilité.
Construisons ensemble la ville de demain !**

La transformation digitale

Pour moi, la transformation digitale est quelque chose de nécessaire et d'incontournable quelle que soit l'entreprise. C'est un peu un terme à la mode mais finalement c'est surtout une évolution des modes de vie, des modes de consommation et puis des modes de travail et de management.

Engie Ineo et le digital

L'objectif premier est de simplifier les usages des utilisateurs finaux. L'entreprise et nos expertises sont touchées de près ou de loin par cette évolution. En interne, nos méthodes de travail évoluent, certaines Directions Déléguées réfléchissent à alléger certains process administratifs via des applications digitales notamment. A l'externe, de nouveaux marchés se développent auxquels nos expertises correspondent... Finalement le digital c'est vraiment aider dans la vie quotidienne les utilisateurs et je pense que dans le monde de l'énergie, il y a de nombreuses réflexions autour de ce sujet.

Le digital est incontournable mais ne se suffit pas à lui-même

Je pense qu'il ne faut pas penser que 'digital'. Pour moi le digital c'est un levier, il ne se suffit pas à lui-même. La notion de 'phygital' (physique + digital) est une approche intéressante, car effectivement les deux sont complémentaires. Si on ne se focalise que sur du digital, on risque de se couper de certaines cibles.

Alice Herrouin Orange

**Responsable Communication
Digitale d'Engie Ineo**



**‘Les collaborateurs sont les
ambassadeurs de la marque’**

**‘L’efficacité d’une action
digitale passe d’abord par
l’écoute des collaborateurs et
des clients’**

Merci à toutes les personnes qui ont contribué à ce document.