



WAVESTONE

for  Microsoft

O365 for First Line Workers : les accélérateurs d'adoption Wavestone





Dans un monde où la capacité à se transformer est la clé du succès,
nous éclairons et guidons nos clients dans leurs décisions les plus stratégiques



Des clients leaders
dans leur secteur



+ 3 000 collaborateurs dans 8 pays
dont 300 consultant spécialisés en Digital Workplace

Paris | Londres | New York | Hong Kong | Singapour* | Dubaï* | São Paulo*
Luxembourg | Madrid* | Milan* | Bruxelles | Genève | Casablanca | Istanbul* | Edimbourg
Lyon | Marseille | Nantes

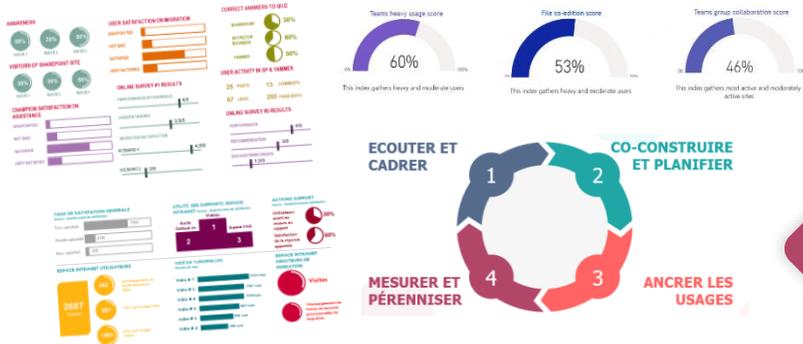


Parmi les leaders du conseil
indépendant en Europe,
n°1 en France

Nos accélérateurs Digital Workplace au service de nos clients

Nos méthodologies de définition de plans de conduite du changement et de mesure de l'adoption

Dashboards (Power BI, ...) de suivi des usages collaboratifs, méthodologie d'analyse, approche design thinking partant des usages des collaborateurs pour élaborer les plans de conduite du changement



Une très bonne connaissance de l'environnement O365

Avec 300 consultants spécialisés sur le Digital Workplace, Wavestone a accompagné la transformation vers O365 de beaucoup de comptes du CAC 40 en gérant la chefferie de projet technique et/ou la conduite du changement



CHANGE FAKTORY WAVESTONE

Notre catalogue de formats de conduite du changement prêt à être adapté au contexte de chaque client

Capsules d'animation de formations décalées, Serious Game mobile, Jeux de plateau, MooC/CooC, infographies, vidéos...



CREADESK

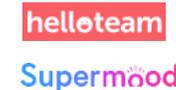
Une structure dédiée au développement de l'innovation au travers de démarches d'intelligence collective et de co-construction

Une équipe d'experts en animation, créativité et conduite de POC. des espaces dédiés dans notre bureau parisien.



Plus que du conseil, nos propres retours d'expérience à partager

Nouveaux locaux AIR, Great Place To Work 2019, O365 Wavestone Workplace, SEQUOIA Social Learning, The Idea 2017, Coworking@Wavestone, etc.



*Tu me dis, j'oublie.
Tu m'enseignes, je me souviens.
Tu m'impliques, j'apprends*

Benjamin Franklin

Quelque soit la nature du changement, notre démarche vise à créer un changement positif et sans couture de l'environnement de travail. Elle suit une **approche itérative** et **orientée utilisateur**. Ainsi, les chantiers ci-dessous s'enrichissent continuellement tout au long de notre démarche.

ECOUTER ET CADRER

- Comprendre au mieux le **contexte** des différents collaborateurs
- Définir les **objectifs** à atteindre
- Comprendre les **besoins par personae** et définir des **ébauches de parcours**

#IMMERSION #DESIGNTHINKING

MESURER ET PÉRENNISER

- Mesurer l'évolution des usages et l'impact des actions de conduite du changement afin de les **améliorer en continu**
- **Ancrer les usages dans la durée** en donnant les clés au client pour être autonome

#DASHBOARD #TRANSFERTDECONNAISSANCE



PLANIFIER

- Co-construire le **plan détaillé de conduite du changement** et de **communication** en concevant des parcours cohérent pour les collaborateurs

#COCONSTRUCTION #USEREXPERIENCE

ANCRER LES USAGES

- **Produire** les livrables et supports de change
- **Tester, améliorer et déployer** le plan de conduite du changement

#ENGAGEMENT #PASSERALACTION

Notre conviction : mettre en place une démarche au plus proche du terrain

Les **Firstline Workers** font partie des **populations dépriorisées et oubliées des grands programmes de transformation** et disposent de peu d'outils numériques pour supporter leurs activités

#IMMERSION

#1

Comprendre les usages de cette population hétérogène et peu connue

LE CONSTAT

Un besoin d'immersion : des **populations méconnues et peu adressées** par les programmes de transformation et une **forte diversité des cas d'usages** qu'il est important de cerner pour répondre correctement à leurs besoins



Notre conviction

« **L'immersion terrain est la phase critique** pour **comprendre et identifier les cas d'usage contextuels de ces populations** très hétérogènes et que l'on connaît peu »

Exemple : organisation de journées « vis ma vie »

#ADAPTATION

#2

Personnaliser les solutions pour les adapter à leur réels besoins

LE CONSTAT

Un besoin d'adaptation : **les outils digitaux sont adaptés aux besoins des cols blancs** et ne répondent pas exactement aux besoins des Firstline Workers



Notre conviction

« **Co-construire et tester les solutions de manière itérative avec les Firstline Workers concernés par le changement**, notamment au travers de « proof of value ». Cela permet de **minimiser les efforts de conduite du changement réalisés en aval du déploiement de la solution** »

Exemple : partage d'expertise avec Teams Meeting

#ADOPTION

#3

Accompagner le changement en fonction de leurs contraintes opérationnelles

LE CONSTAT

Un besoin d'adoption : il faut **contextualiser les actions** de conduite du changement à **la réalité terrain** et trouver des alternatives aux canaux de communication traditionnels



Notre conviction

« Afin transformer profondément et durablement les usages, apporter le bon niveau d'information aux Firstline Workers **s'appuyer sur des relais opérationnels**, et choisir les **bons canaux** de communication, tout en s'inscrivant dans leurs **contraintes opérationnelles** »

Exemple : s'appuyer sur le manager de proximité lors des réunions d'équipe



Notre proposition: un plan d'action et des livrables adaptés pour construire une solution adaptée aux Firstline Workers

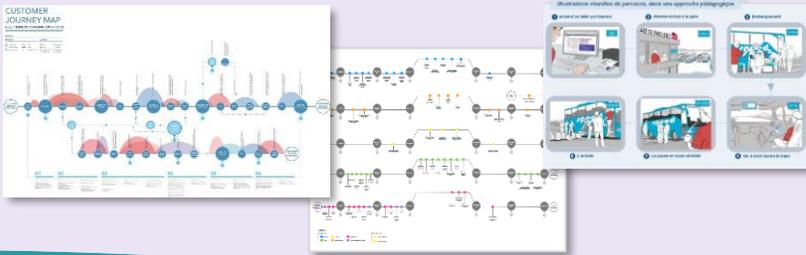
IMMERSION

Nos actions

- ✓ **Immersion terrain** de plusieurs jours pour comprendre l'environnement des Firstline Workers, identifier leurs cas d'usages et leurs attentes
- ✓ **Microsoft Assesment Workshop**
 - Construction des parcours utilisateurs
 - Identification des canaux de communication

Nos livrables

- ✓ Synthèse des immersions et des irritants utilisateurs
- ✓ Scénarios et parcours utilisateurs



CO-CONSTRUCTION

Nos actions

- ✓ **Atelier de définition des cas d'usages et fonctionnalités** à intégrer pour répondre au besoin identifié lors de l'immersion
- ✓ **Maquettage** de la solution et « **proof of value** »
- ✓ **Atelier de co-construction** pour améliorer la maquette
- ✓ **Cycle itératif** jusqu'à la version finale

Nos livrables

- ✓ Storyboard
- ✓ Sketching des interfaces,
- ✓ Prototypage sur les outils



ADOPTION

Nos actions

- ✓ **Définition du plan de conduite du changement** selon les canaux de communication identifiés lors de l'immersion
- ✓ **Création des livrables** de communication et de formation
- ✓ Définition et mise en place des **KPIs** à mesurer

Nos livrables

- ✓ Plan de conduite du changement
- ✓ Emailings pour les managers de proximité
- ✓ Formation des relais terrain
- ✓ Affiches



Nos engagements

- ✓ **Satisfaction client** : 94,5% de nos clients sont très satisfaits de nos prestations, nous nous engageons à satisfaire nos client avec des prestations forfaitaires nous engageant sur un résultat
- ✓ **Satisfaction utilisateurs** : Wavestone s'engage à améliorer le NPS de vos populations terrain vis-à-vis de leur environnement Digital Workplace en fixant avec vous l'objectif précis en début de prestation



Exemple - Cas d'usage dans l'industrie : l'agent de maintenance itinérant

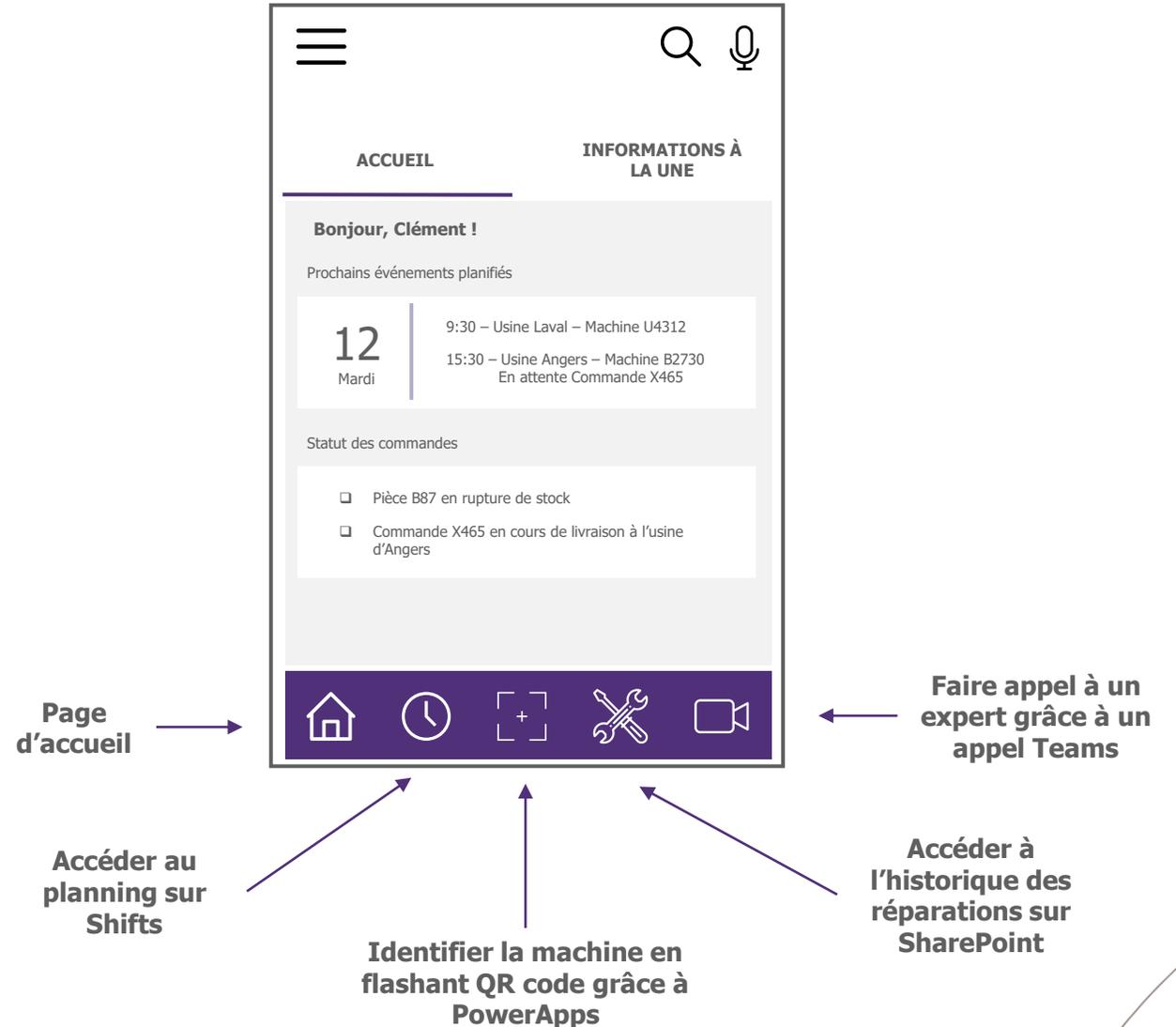
Son besoin

- Accéder au planning des réparations à effectuer et connaître les lieux d'intervention
- Consulter l'historique des réparations réalisées
- Commander des pièces de rechange et faire appel à un expert si besoin

L'apport de Wavestone

- Identifier les besoins des Firstline Workers lors d'une journée d'immersion
- Construire le parcours utilisateurs et définir les fonctionnalités à mettre en place lors d'un atelier dédié
- Maquetter la solution et « proof of value »
- Tester la solution avec les Firstline Workers jusqu'à la validation de la version finale
- Définir les canaux de communication et les supports pour accompagner le déploiement

Maquette application



Quelques références sur la conduite du changement pour les Firstline Workers

TOTAL



Système de géolocalisation en raffinerie pour améliorer la sécurité des intervenants

Définition des parcours utilisateurs avec les collaborateurs, qui ont été inclus dans l'ensemble du projet

THALES



Création d'un outil d'aide à la vente pour les commerciaux Thales

Sélection et test de la solution avec les collaborateurs concernés

GRTGAZ



Accompagnement à la création de solutions mobiles pour les agents de maintenance

Immersion terrain pour coconstruire le parcours utilisateur ; **tutoriels** inclus dans les solutions ; **démonstration** pratique **sur le terrain** au cas par cas

SNCF



Cadrage et déploiement de la conduite du changement sur le dotation en smartphones et tablettes pour les agents de terrain

Gamification des actions de conduite du changement – escape game

LA POSTE



Accompagnement programme FACTEO d'équipement des 90000 facteurs d'outils mobiles et lancement de nouveaux services
Immersion terrain pour coconstruire le parcours utilisateur ; Sollicitation des **early-adopters** ; **communication interne** forte

GEODIS



Mise en œuvre d'une solution embarquée pour les conducteurs permettant d'optimiser le chargement et la livraison des tournées
Immersion terrain, présence sur site de formateurs plusieurs journées ; ateliers de mise en situation avec la solution sur le lieu de travail

Domaine du luxe – Déploiement d'un Digital Workplace pour les commerciaux

CONTEXTE

Depuis 2020, Wavestone accompagne un grand compte du luxe dans le déploiement d'un guichet unique pour leurs commerciaux dans le monde entier. Avant ce projet, les commerciaux ne disposaient pas d'outil dédié à la communication, à la collaboration et à la formation. La crise actuelle du Covid19 a renforcé ce besoin.

PRINCIPAUX OBJECTIFS



Communication

Offrir aux commerciaux une plate-forme de communication bidirectionnelle facile à utiliser afin qu'ils puissent interagir avec leur équipe, leur direction et d'autres magasins.



Intégration des solutions

Intégrez toutes les applications dont les commerciaux ont besoin dans un seul endroit, en tirant parti des capacités d'intégration croissantes de Microsoft Team.



Collaboration

Permettre aux commerciaux de collaborer efficacement avec des outils qui sont utilisés par les employés de bureau.

CE QUE NOUS FAISONS

01

S'immerger dans les besoins des commerciaux pour identifier les cas d'usage avec les équipes managériales et les managers de boutiques



Organisation d'ateliers avec les équipes managériales et les managers de boutiques **pour identifier les besoins**

02

Construire un cadre global pour que la solution proposée aux commerciaux soit appliquée le plus largement possible



Définition d'une structure globale d'équipes Teams (par magasin, marque, division, pays) pour accéder aux différents niveaux de la communication d'entreprise

03

Mettre en œuvre le cadre global avec des périmètres pilotes et évaluer ce qui fonctionne et ce qui doit être amélioré



Organisation d'ateliers avec des managers pilotes afin d'identifier les besoins concernant les fonctionnalités telles que « Task » et de s'assurer que la solution fonctionne comme prévu

04

Déployer à un public plus large, tout en améliorant continuellement la solution



Déploiement d'un réseau d'ambassadeurs, organisation de sessions de « train-the-trainer » et de séances de formation promues par des canaux de gestion du changement dédiés

COMMENT NOUS LE FAISONS

GARDEZ À L'ESPRIT

Gestion du changement

Ce projet est un changement majeur pour les commerciaux, la conduite du changement est essentielle pour que le déploiement soit fluide et efficace.

Globalisation

Trouver un modèle qui fonctionne pour les commerciaux à l'échelle mondiale peut être un défi, mais il permet de déployer une solution plus puissante.

Gestion des identités

Le déploiement de ce projet nécessite d'importantes mises à jour de processus afin de gérer la nouvelle identité numérique des commerciaux.

Verbatim

"A piece of cake to adopt since it's really easy for SAs and it was a plug & play change approach"

Notre Catalogue d'UO Change : notre accélérateur pour sécuriser localement l'adoption de nouveaux usages

Afin d'enrichir les offres proposées précédemment, Wavestone met à disposition un catalogue d'UOs déclenchables « à la demande »

Ces UOs sont répartis en plusieurs catégories :

SENSIBILISATION

FORMATION

MESURE ET ADOPTION

COMMUNICATION

Quelques exemples choisis :

ANIMATION D'UNE COMMUNAUTE SC25

Permettre aux collaborateurs d'avoir un espace digital pour des **interactions plus informelles** et/ou orientées vers des **centres d'intérêt**

| AUDIENCE | COÛT | IMPACT |
|----------|------|--------|
| ● | €€ | ★★ |

Communauté

INTERVENTION EXCO / CODIR FH1

Diffuser les **nouveaux usages digitaux** au sein des Exco pour leur permettre de **découvrir de nouveaux outils/usages**, ou d'améliorer leur connaissance des services existants.

| AUDIENCE | COÛT | IMPACT |
|----------|------|--------|
| ● | €€ | ★★★★ |

Intelligence collective

WEBINAIRS 1 HEURE FW2

Correspondant aux besoins identifiés en amont, les sessions de webinars font la **démonstration avancée d'usages** ou d'outils via Skype ou Teams

| AUDIENCE | COÛT | IMPACT |
|----------|------|--------|
| ● | € | ★★ |

#Apprentissage #Socle de connaissances

BAROMETRES DES USAGES MI7

Mesurer la **satisfaction des utilisateurs** grâce aux **indicateurs** du baromètre et évaluer l'**impact** des solutions

| AUDIENCE | COÛT | IMPACT |
|----------|------|--------|
| ● | €€ | ★★★★ |

#Impact #Satisfaction client

STANDS DIGITAUX 1/2 JOURNÉE ST2

Placés dans des lieux stratégiques, les stands digitaux gamifiés **attirent l'attention et font la promotion** d'usages, services, outils

| AUDIENCE | COÛT | IMPACT |
|----------|------|--------|
| ● | €€ | ★★ |

Sensibilisation # Visibilité



VIDEO TEMOIGNAGE CV4

Personnaliser les témoignages vidéos utilisateurs en **réalisation d'une vidéo au format ludique / innovant** (e.g. imitation d'un format télévisé)

| AUDIENCE | COÛT | IMPACT |
|----------|------|--------|
| ● | €€ | ★★★★ |

Visibilité # Promotion des usages # Immersion

VIDEO MICRO-TROTTOIR CV3

Sonder les collaborateurs sur leur perception de leur environnement. Récolter à chaud les **points positifs, les points de douleur, les bonnes idées**.

| AUDIENCE | COÛT | IMPACT |
|----------|------|--------|
| ● | €€ | ★★ |

#Visibilité #Retours utilisateurs



L'ensemble des UO, leurs descriptions et leurs prix sont rassemblés dans la version complète du catalogue



WAVESTONE

Rémi TANIWAKI
Senior Manager

M +33 (0)7 62 67 65 82
remi.taniwaki@wavestone.com

Emilie DURAND
Manager

M +33 (0)6 20 53 57 79
emilie.durand@wavestone.com

wavestone.com
@wavestone_