

ÉDITO

CHRISTOPHE ÉTIENNE
PRÉSIDENT DU RÉSEAU OUDINOT, ET DIRECTEUR
DE BUSINESS UNIT INDUSTRIE DE LA SANTÉ

LES « APPRENANTS » !

Qui ose croire qu'il sait tout sur cette crise, la façon de la gérer et de piloter son activité, de manager son équipe les yeux fermés ? Le plus aveugle est bien celui qui répondrait par l'affirmative...



Au Réseau Oudinot, on partage les expériences des uns et des autres, on organise des conférences avec les grands patrons de ce monde comme avec les entrepreneurs locaux. Nos échanges nous permettent de nous enrichir, de remettre en cause nos modes de pensée, tirer des enseignements des expériences vécues ici et là, et surtout, ensuite, de nous les approprier avec réactivité et conviction.

C'est ainsi que le Président de Grant Thornton, l'un des cabinets d'audit les plus prestigieux au monde, avec 2000 Collaborateurs en France, intervient le 7 juillet prochain en mode webinar ! Mais ce sont aussi 2 entrepreneurs, Agro et Essec de formation, issus du monde de la santé et de la finance, qui viennent témoigner de leur nouvelle passion et du travail accompli depuis la reprise du vignoble de haute qualité « Château La Sable » dans le Luberon.

Nos membres, parce qu'ils sont curieux, ouverts aux autres, ont développé cette capacité à apprendre chaque jour, et cultivent eux-mêmes leur agilité ! N'est-ce pas cela la plus grande force à faire grandir ? Apprendre à gérer l'incertitude pour ne pas rester figé dans ses certitudes, apprendre à avancer pour ne pas reculer, être mobile intellectuellement pour affronter l'avenir avec sérénité !

Vous voulez en savoir plus sur nos valeurs et le Réseau Oudinot ? Venez visiter notre site reseau-oudinot.com, et découvrez notre calendrier et nos événements.

Sommaire

- 2 VIS MA VIE**
Expatrié mais en lien avec le RO
- 3 LES MEMBRES DU CA**
Portait d'Anne Courtois
- 4 LU POUR VOUS**
The Check-List Manifesto - comment éviter les erreurs de routine
- VU POUR VOUS**
- 5** Commission numérique l'e-réputation
- 6** Le langage clair
- 7** Coronapéro spécial Newsletter
- 8** Le mécénat et l'entreprise citoyenne
- 9** La retraite et les enjeux de la loi PACTE
- AUTOUR DE NOUS**
- 10** Relocalisation - A quelque chose malheur est bon
- 11** Le Volontariat Territorial en Entreprise (VTE)
- 12** Comment repenser l'expérience retail avec le Covid 19
- 13** Prise de poste et confinement : quels défis ?
- 14 TRUCS ET ASTUCES**
LES WEBINARS DU RO

 **DERNIÈRE MINUTE**

À ne pas manquer 
Numéro Spécial Télétravail
à paraître fin juin

Par l'équipe de rédaction
de la Newsletter du R.O.

« À lire pendant vos vacances
pour nourrir votre réflexion sur
ce sujet d'actualité ».



VIS MA VIE

RESTER EN LIEN AVEC LE RO, QUAND ON EST EXPATRIÉ



PAR ALEXANDRE JUBAULT
BUSINESS DEVELOPMENT DIRECTOR

Hola, estoy en España ahora! *

Il est possible de vivre maintenant loin de Paris et de rester un membre actif du Réseau Oudinot.

En effet, dans la situation actuelle les visioconférences se sont développées, en particulier au sein du Réseau Oudinot, grâce au choix par le C.A d'un outil (Zoom, très intuitif et performant) dès les tous premiers jours de confinement : cela confirme le dynamisme du R.O. ainsi que sa capacité d'adaptation malgré les circonstances.

Grâce à cette ouverture rapide vers l'extérieur, on a la chance de pouvoir assister à distance aux réunions : Commissions Numérique + RSE, la brillante conférence de l'Amiral

LAJOUS et les premiers CORONAPÉRO récemment.

De plus le groupe de discussion interne sur WhatsApp - créé récemment par Anne COURTOIS sur la suggestion de Jacques MILCENT – permet de maintenir le contact quotidien, en complément du forum public de l'Intranet.

En ce qui me concerne, quelques contacts à Barcelone m'ont été fournis aimablement par des membres avant mon départ.

Grâce à Xavier de BEAUREPAIRE qui anime la Commission Internationale, j'ai obtenu également un entretien fructueux avec le Président de la Chambre de Commerce Officielle d'Espagne en France (COCEF) dont le R.O. est membre.

Barcelone est une ville très sportive et touristique, avec beaucoup d'entreprises de nouvelles technologies, ce qui est mon domaine de prédilection et dans lequel je travaille de nouveau, au sein de la filiale d'une entreprise française de Centre de Service Client pour commencer. Enfin, savez-vous pourquoi ici on mange à l'heure espagnole ? Parce que Franco a voulu faire plaisir à son allié en décidant de passer son pays à l'heure allemande. Les espagnols ont montré (silencieusement) leur mécontentement au dictateur en conservant l'heure solaire pour leurs repas... ●

* : « je suis en Espagne maintenant » car j'ai suivi ma femme mutée ici et je voulais voir la mer (d'autant mieux pour le moral en période de confinement).



PORTRAIT

D'UN MEMBRE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

ANNE COURTOIS

VICE-PRÉSIDENTE DU RÉSEAU OUDINOT.
DIRECTRICE COMMUNICATION & MARKETING

Parce que ce que c'est le Réseau Oudinot

« Je suis tombée dans la marmite » des associations, il y a trois décennies. Alors, une de plus avec le Réseau Oudinot ? Pas seulement. Une association qui a du sens, des valeurs et de la bienveillance. C'est l'essentiel de ma démarche et de mon engagement en tant que bénévole.

Je suis également convaincue qu'être bénévole apporte beaucoup à ma vie professionnelle ; un équilibre. Deux thématiques me sont chères :

La ré-invention du lien social

Nous sommes tous des « co », par nécessité économique (co-location, co-consommation...), ou par conviction du travail en commun et du bénéfice de la co-construction ; un vrai partenariat d'intelligences et de savoirs. Le lien social est riche d'enseignements. Je l'ai appris durant près de 15 ans en mesurant les opinions et les habitudes de consommation de produits ou services de nos contemporains, dans une société d'études. Je l'apprends au quotidien dans mon métier de communicante, au service des clients de mon agence. Le Réseau Oudinot est un

maillon de cette chaîne humaine. Et nul besoin de se rappeler que cette pandémie a mis à mal ce lien social. Elle vient nous dire qu'il nous faut aller plus loin, autrement. C'est pourquoi j'ai voulu aller plus loin en postulant au conseil d'administration il y a quatre ans.

L'accélération d'une révolution technologique 2.0

La transformation digitale est présente depuis plus de vingt ans, avec toutes les évolutions technologiques que nous connaissons. Aujourd'hui, la dimension « humaine » la complètera. En quel sens ? Parce qu'elle se combinera avec la révolution sociétale où l'humain sera au cœur. De nombreuses technologies ou comportements ont déjà opéré ce changement (phygital, infobésité et big data, Intelligence Artificielle, communications unifiées, blockchain...). Des sujets qui me sont familiers parce qu'ils font partie de mon travail depuis plusieurs années.

Alors rien de tel que d'accompagner le Réseau Oudinot dans sa communication et sa transformation digitale – un parcours en miroir de ma vie professionnelle. ●

PAR ANNE COURTOIS



LU POUR VOUS

« THE CHECKLIST MANIFESTO », ATUL GAWANDE



Écrit en 2009, « *The Checklist Manifesto* » est de ces livres qui ne prennent pas une ride et offrent des enseignements toujours aussi pertinents dans le monde de 2020. Chirurgien, **Atul Gawande** constate que parmi les 150 000 décès de suites opératoires aux États-Unis, la moitié aurait pu être évitée.

Comment se fait-il que des équipes, parmi les mieux formées en médecine, puissent tuer un tel nombre de patients ? Atul Gawande nous livre son analyse : le volume des savoirs accumulés et leur complexité dépassent nos propres aptitudes. En d'autres termes, nous ne sommes

pas en mesure d'appliquer ce que nous apprenons de façon à la fois répétitive et fiable.

Atul Gawande commence à appliquer en salle d'opération les techniques mises en œuvre dans les cockpits des avions en systématisant l'utilisation des checklists. Il s'assure également que la personne qui a la responsabilité de conduire la revue soit la moins gradée, afin que chacun, y compris (et surtout !) le chirurgien, soit challengé. Un test de 6 mois portant sur 3 500 opérations conduit ainsi à une réduction des décès de 47 %. CQFD. Avec des checklists simples, attirant l'attention de tous sur les points

importants, le pire peut être évité ! Ce livre a beaucoup à nous apprendre quel que soit le domaine dans lequel nous travaillons, quel que soit notre métier. Certaines tâches-types sont l'objet d'erreurs qui se répètent et qui auraient pu être évitées. Certaines ont des conséquences désastreuses (santé, surcoûts, délais, problèmes de qualité).

La création d'une checklist, simple et concise, guidant une équipe à travers une approche systématique, permet résolument d'améliorer la qualité de ce qu'elle réalise.

Et vous, quelles checklists devriez-vous créer ? ●

VU POUR VOUS



PAR CAROLINE PLISSONNEAU-DUQUÈNE
DIRECTRICE ASSOCIÉE CHEZ DATA OBSERVER

ET SI ON PARLAIT AUDIT DE E-RÉPUTATION ?

Comme évoqué lors de la **Conférence Zoom du 23 avril sur l'e-réputation** dans le cadre de la commission numérique, **92 % des Français utilisent Internet** et **60 % sont actifs sur les réseaux sociaux** !

Ces deux chiffres seuls sont révélateurs des enjeux actuels et à venir pour les organisations. Ainsi veiller sur sa e-réputation est plus que jamais incontournable.

Le web bouscule les pratiques, impose de nouvelles normes, des codes différents. Il offre de nouveaux territoires, une nouvelle temporalité, un accès illimité aux connaissances et un espace où les individus échangent sans filtre, spontanément.

Cette nouvelle aire de jeux permet d'interagir et de tisser une toile riche en enseignements. Mais la masse d'informations nécessite une hiérarchisation intelligente des données.

Là est l'objectif d'un audit de e-réputation. Réalisé sur tout le web ouvert (médias en ligne, médias et réseaux sociaux), cet audit éclaire sur la perception des organisations par les parties prenantes (journalistes, analystes, clients, key opinion leaders, professionnels de santé, patients, ...). Au-delà des données, une analyse des contenus offre une mine d'informations stratégiques sur les sujets de prédilection, les opinions,

les interactions, la tonalité des échanges... et identifie les leaders d'opinion sur un sujet particulier, les ambassadeurs ou détracteurs de la marque, de ses initiatives RSE, etc. Cet état des lieux permet d'optimiser la communication digitale, tant sur le fond que sur la forme, au service de la e-réputation des organisations. Mais la e-réputation n'est pas qu'un enjeu pour les organisations. Elle concerne aussi les individus qui, à travers leurs comptes Twitter, LinkedIn ou Facebook, s'exposent sur le web. Les risques réputationnels existent, il est donc indispensable de rester en veille sur sa e-réputation, notamment pour sa carrière. ●

VU POUR VOUS

Réglementation :

Le versement de l'Administration est subordonné à la subrogation de l'Etat dans les droits du demandeur à l'encontre du locataire. Cela signifie que le paiement avec subrogation éteint la dette du locataire défaillant à l'égard de la société bailleuse mais la laisse subsister à l'égard de l'Etat.



La règle :



L'État paye le loyer au propriétaire à la place du locataire.

Le locataire ne doit plus payer le loyer au propriétaire. Mais, il devra rembourser directement l'État.



PAR FRANÇOISE BALTÈS
DIRECTRICE SERVICE CLIENTS

LE LANGAGE CLAIR

Le langage clair est une technique de communication qui permet de rendre un texte facile à comprendre dès la première lecture. Il répond aux attentes du public en termes de sens / transparence / sincérité / crédibilité / inclusion / équité. Ses objectifs sont triples :

- Aider le public à trouver l'information qu'il cherche
- Lui permettre de comprendre celle qu'il trouve
- Lui permettre de l'utiliser pour répondre à ses besoins

Bref, écrire + simple, + logique, + accessible pour être lu, compris, cru. Car l'un des enjeux est bien celui de la crédibilité : être compris pour être cru car, ne l'oublions pas, « si t'es pas cru, t'es cuit » !

La finalité de toute communication est de susciter l'action ou le comportement attendus. Les

exemples d'application sont multiples, des instructions de sécurité sur site à la notice de prise de médicaments, en passant par... les gestes barrière en période Covid.

Les bénéfices en ROI dans le monde de l'Entreprise sont aisément mesurables, et à titre d'exemples :

1. de défiance = + de confiance et d'adhésion (à un produit, à une marque) = avoir + de clients
2. d'appels au Service Clients, - de réclamations, - de litiges = gain de temps et d'argent.

L'utilisation du langage clair nécessite bien sur des réflexions préalables, dont celle de se préoccuper de l'utilisateur, de considérer ses clients et collaborateurs. Car ne pas comprendre engendre un sentiment d'exclusion. Il faut donc faire preuve de pédagogie, se rappeler que

90 % des mots d'un texte doivent être maîtrisés pour rendre le tout compréhensible. L'un des articles RGPD stipule d'ailleurs que « le principe de transparence exige que toute information adressée au public soit concise, aisément accessible et facile à comprendre, formulée en termes clairs et simples ».

Quelques astuces à retenir : utiliser des phrases courtes, un vocabulaire simple, des bullets points, poser des questions et y répondre. Alors, « le chat a attrapé la souris » ou « la souris a été attrapée par le chat » ? ●

SOURCE :

Wébinar co-animé par Stéphanie Guillaume de l'Agence « Avec des Mots » et Assaël Adary d' « Occurrence »

VU POUR VOUS



PAR **CHRISTOPHE CHAMBON**
DIRECTEUR DES ACHATS

CORONAPÉRO SPÉCIAL : BRAINSTORMING NEWSLETTER

Ceux qui pensaient que les **Coronapéros (apéritifs par visioconférence)** n'étaient qu'une occasion supplémentaire de boire en société se sont lourdement trompés... En effet, il s'agissait de joindre l'utile à l'agréable en débattant de sujets très sérieux un verre à la main.

Ainsi, le comité de rédaction a recueilli votre avis sur la newsletter que nous publions depuis 2 ans et demi lors d'un Coronapéro **organisé** le 28 mai par **Françoise Baltès** (membre de l'équipe) et **Philippe Baillot**.

Quinze membres nous ont fait part de leurs suggestions, dont certaines relèvent d'une véritable stratégie de communication.

L'idée principale serait de réaliser deux publications distinctes avec des objectifs totalement différents.

Ainsi, un document à usage exclusivement interne serait consacré à la vie du réseau, avec différentes rubriques telles que le mot du président, les évolutions de poste des membres, une mini biographie des nouveaux⁽¹⁾, quelques lignes sur les articles intéressants du forum, et l'agenda du mois à venir.

À contrario, le format actuel « *newsletter* » et ses rubriques seraient conservés mais expurgés des informations internes au réseau pour envoi par messagerie non seulement à nos membres mais aussi aux six mille contacts externes du Réseau. Une thématique innovation serait ajoutée. Cette newsletter serait également publiée sur l'extranet et les réseaux sociaux afin de renforcer l'image et la notoriété du Réseau.

Enfin, en ligne avec l'engagement individuel qui nous est cher, les nouveaux membres seraient mis à contribution pour écrire au minimum un article après quelques mois de présence⁽¹⁾.

Pour conclure, la Newsletter est appréciée par tous et nous pouvons la rendre encore plus pertinente.

Le comité de rédaction va donc réfléchir à ces propositions et vous donne rendez-vous en septembre ou octobre pour de nouvelles aventures éditoriales.

D'ici là, si le cœur vous en dit, n'hésitez pas à nous rejoindre pour nous aider à mieux répartir la charge de travail qui en découlera éventuellement. ●

(1) À coordonner avec les parrains recruteurs pour systématiser cette contribution.

VU POUR VOUS



PAR ANNE-MARIE BERTHIER
MANAGER DE TRANSITION AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES

LE MÉCÉNAT, UN OUTIL STRATÉGIQUE D'ENTREPRISE CITOYENNE

Connaissez-vous la différence Centre mécénat et sponsoring/parrainage ? C'est cette question et ses différents aspects que Marie-Caroline Blayn, *Mécélink*, a traité avec brio lors de la 3^{ème} conférence de la Commission RSE. Le mécénat d'entreprise (ou partenariat) s'inscrit avant tout dans une **démarche de soutien, un acte désintéressé** : c'est « *un soutien matériel ou financier apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire (à la différence du parrainage), à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général...* ». Les conditions : côté bénéficiaire, être reconnu d'intérêt général (activité non lucrative, gestion désintéressée, fonctionner au profit de tous, et non d'un cercle restreint) ; côté donateur, soutenir un projet d'intérêt général

avec des contreparties limitées à 25 % du don et un avantage fiscal de 60 % limité à 0,5 % du CA HT (ou 20 K€ maxi pour les TPE-PME). Pour des dons >10 K€ sur un an, une déclaration électronique est nécessaire, comme la valorisation des contreparties par les associations.

Un outil stratégique au service des entreprises ?

Oui, à condition d'avoir une vraie stratégie : orientation claire, objectifs et fil rouge, plan d'actions, suivi et évaluation. En France, en 2017, il est fait état de 2 Md€ de dons par 82 000 entreprises (DGFIP*), 3 à 3,6 Md€ (Admical) : principalement mécénat financier (84 % du budget), en progression, tous types d'entreprises, projets locaux/régionaux privilégiés (89 %). Le social, la culture/le

patrimoine, l'éducation sont les principales causes soutenues.

Parmi les différentes façons de faire du mécénat (financier/numéraire, produit solidaire, produit partage, mécénat en nature, mécénat de compétences, *crowdfunding*), il y en a forcément une en phase avec la vision, les valeurs et motivations de l'entreprise, les aspirations des salariés, et les besoins des associations. Ne nous privons donc pas de soutenir l'intérêt général ! ●

POUR EN SAVOIR PLUS
Baromètre de l'Admical
CSA octobre 2018

* DGFIP : Direction Générale des
Finances Publiques

VU POUR VOUS



PAR FRANÇOIS PICQUEREY
AGENT GÉNÉRAL D'ASSURANCE EXCLUSIF AXA

LA RETRAITE, LES ENJEUX DE LA LOI PACTE ET LA GRANDE URGENCE DU MOMENT.

Il y a un an environ, j'ai décidé de **changer de métier** pour **devenir assureur**.

Mes domaines d'intervention : la prévoyance, la retraite, la transmission du patrimoine.

C'est sur le sujet de la **retraite** que j'ai eu le plaisir d'animer un webinar mardi 16 juin.

Nous sommes tous concernés par ce sujet. Tôt ou tard, nous arriverons à ce jour où nous dirons : « *Stop ! À moi d'en profiter !* »

En profiter ? Oui mais... Nous savons tous que nous n'aurons pas la retraite de nos parents ; mais savons-nous pourquoi ? Peut-on y faire quelque chose ?

C'est ce que j'ai essayé d'expliquer aux 15 membres qui se sont connecté ce soir-là.

Les principales raisons sont la démographie, l'espérance de vie et la mondialisation.

Le ratio actifs/retraités baisse chaque année. De 4 actifs pour 1 retraité en 1960, ce ratio était de 2,1 en 2010 et est estimé à 1,5 en 2050.

Ne pouvant augmenter les cotisations retraite pour maintenir le niveau des rentes, ce sont ces dernières qui baisseront. En moyenne, la perte de revenus à la retraite est estimée à 50 % !

Pour y remédier, le Gouvernement a depuis 2019 voulu changer les choses.

Fusion de l'AGIRC-ARRCO, système de bonus-malus des pensions, mise en place du PER (plan épargne retraite avec un avantage fiscal non négligeable à l'entrée qu'il conviendra de gérer à la sortie).

Ce PER est également plus souple. Il permet désormais une sortie en rente, en capital ou un mix des deux. La sortie anticipée en capital est désormais possible pour l'achat de sa résidence principale.

Enfin, le dernier point concernait l'urgence du moment : le transfert de l'article 83 (retraite supplémentaire dans le cadre de l'entreprise) sur un PERP à faire immédiatement afin de ne pas être bloqué par une sortie exclusivement en rente. ●

POUR EN SAVOIR PLUS
Je me tiens à votre disposition.
Prochain épisode, un webinar sur le sujet de la prévoyance.



PAR CHRISTOPHE CHAMBON
DIRECTEUR DES ACHATS

AUTOUR DE NOUS

RELOCALISATION À QUELQUE CHOSE MALHEUR EST BON

L'une des rares conséquences positives de la crise sanitaire que nous traversons est d'avoir fait ressortir notre dépendance vis-à-vis de l'étranger.

La pénurie de masques a fait suite à des tensions en approvisionnement dans de nombreux secteurs en raison de la mise sous cloche de la Chine dès janvier. Ainsi, 80 % des composants du paracétamol provenant d'Asie, des risques de rupture sont brusquement apparus.

Fallait-il une crise de cette ampleur pour faire ce constat ?

Il y avait pourtant des signes forts: La zone Euro importe aujourd'hui 44 % de son PIB (18 % en 1986), contre seulement 20 % pour la Chine et les USA, et 1/3 de la valeur ajoutée des

biens utilisés en France est d'origine nationale (Source : Les Echos). Ainsi, en 40 ans, la France s'est totalement ouverte à la mondialisation.

La financiarisation de l'économie mondiale est en partie responsable de ce phénomène. Mais l'incapacité des pouvoirs publics à protéger son économie dans un cadre européen dé-régulateur et notre désir consumériste n'y sont pas pour rien. L'évolution de nos besoins individuels à budget constant nous incite à acheter plus pour moins cher, sans nous soucier des conséquences à plus long terme sur l'économie.

Depuis mars, le président a souligné sa volonté de rétablir l'autonomie industrielle et agricole de l'Hexagone. Mais comment, et à quel prix ?

Faudra-t-il rapatrier des usines parties à l'étranger depuis longtemps et parier sur des consommateurs acceptant de payer plus cher, ou au contraire, sauver ce qui peut l'être sans tomber dans le protectionnisme à outrance ? Pourquoi l'État actionnaire (15 %) n'a-t-il pas demandé à Renault de maintenir ses usines françaises en échange d'un prêt de 5 milliards ? La réponse, on le voit, est sans aucun doute complexe et collective :

Une stratégie d'État (coordination européenne, innovation, aides, etc..), des entreprises responsables et des consommateurs citoyens seront impératifs pour mener à bien cet objectif ambitieux et vertueux (RSE, économie circulaire). ●



PAR PATRICK GINTER
PROFESSEUR ASSOCIÉ UVSQ - RÉSEAU PEPITE PEIPS

AUTOUR DE NOUS

LE VTE OU VOLONTARIAT TERRITORIAL D'ENTREPRISE

En cette période de redémarrage de nos vies d'après confinement, et alors que l'économie reprend avec son train d'inquiétudes que nous connaissons tous, le Volontariat Territorial d'Entreprise (VTE) peut apporter une perspective gagnant-gagnant autant pour nos PME/PMI que pour nos étudiants et jeunes diplômés en recherche d'alternance ou de 1^{ère} expérience.

La BPI et l'APEC accompagnent le déploiement de ce dispositif depuis fin 2018, qui prévoit de recenser et qualifier les opportunités de CDD, CDI, contrats d'alternance ou de professionnalisation (sans limite

d'âge) d'un an minimum, auprès des entreprises de nos territoires (voir site <https://www.vte-france.fr/job-board/>).

Certaines collectivités territoriales apportent même une aide financière (Ile de France, Pays de Loire, CA Bassin de Brive, ...). La vision 360 que peut offrir la PME/ETI aux côtés du management, apportera une expérience plus riche aux étudiants et jeunes diplômés, mais aussi aux créateurs en herbe.

C'est une belle opportunité pour poursuivre son alternance comme pour démarrer dans la vie

professionnelle. Aujourd'hui, avec 35 écoles partenaires et plus de 100 campus universitaires à travers la France, la BPI vient apporter un label avec une charte signée par l'entreprise et les jeunes, ce qui permet à chaque partenaire de communiquer et de valoriser son adhésion (forums emplois, business days territoriaux, webinars, ...).

Enfin le VTE peut se concilier avec un VIE (Volontariat International en Entreprise) sur des missions de développement à l'international par exemple (d'abord au siège en VTE, puis en filiale en VIE). ●



PAR SOPHIE MERLE
DIRECTRICE MARKETING DIGITAL & EXPÉRIENCE CLIENT INTERNATIONALE

AUTOUR DE NOUS

Comment repenser l'expérience Retail avec le COVID19 ?

La période post confinement s'annonce longue et pénible pour le retail, car rien ne sera « normal » avant longtemps. La situation restera marquée par la distanciation sociale qui impose de nouvelles règles au commerce physique, qui représente 73 %¹ des ventes en France.

Passé le confinement, l'expérience client s'en trouve bouleversée ; les impacts et les risques sur la consommation sont massifs et de 3 ordres :

- Les consommateurs reportant totalement ou partiellement leur achat sur Internet, les enseignes devront donc consolider leur part de marché en investissant dans la relation client et le service (e-commerce, marketing digital,

logistique, logiciels CRM)

- Les achats sont reportés dans le temps, ce qui provoque une baisse de la demande.
- Ceux qui fréquentent toujours les magasins y accèdent difficilement (temps d'attente, offre dégradée, inconfort), ce qui diminue la visite plaisir² et le comportement flâneur.

Des solutions digitales existent pour limiter les pertes de clients et les reports sur les concurrents. Par exemple :

- Optimiser la visibilité des **produits en ligne** (ex. Lin Qingxuan) et leur niveau d'attractivité et organiser des séances de « home-shopping » en ligne (ex. **Roseanna**).
- Déployer, à l'image d'Ikea, des **conseils en ligne** (le conseil

magasin génère 20 % de CA par conversion³)

- Mettre en place des solutions de paiement mobiles comme « Pay&Go » de la Fnac, pour éviter l'attente aux caisses qui décourage les plus motivés.

Cette crise sans précédent, nous oblige à sortir du cadre du commerce traditionnel et repenser le parcours client omnicanal en pilotant les zones d'impacts pour proposer des **solutions digitales pertinentes** pour le retail. ●

1- Étude Smart retail 2019

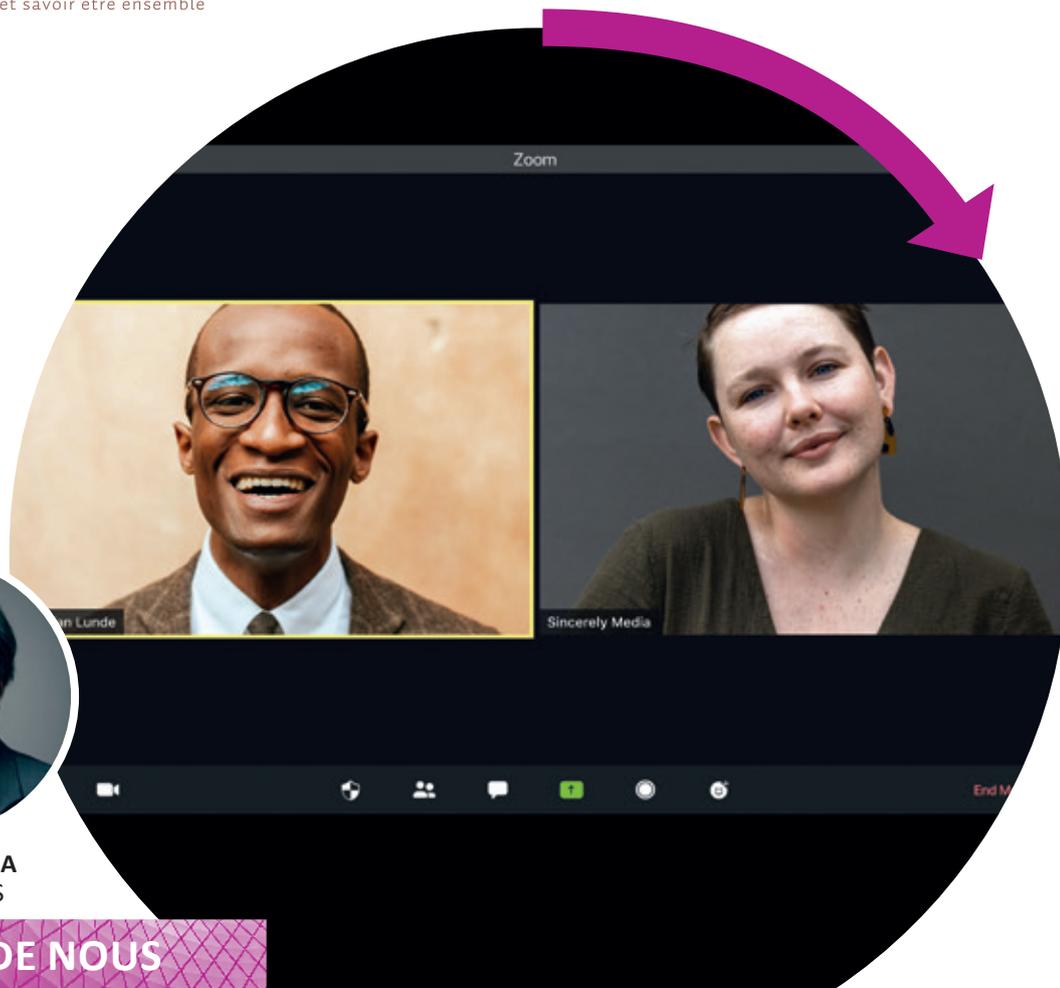
2- GE Capital retail 2019

3- Ladvize 2018

POUR EN SAVOIR PLUS
(Étude complète ici)



PAR PHILIPPE TURA
DIRECTEUR ACHATS



AUTOUR DE NOUS

PRISE DE POSTE ET CONFINEMENT : QUELS DÉFIS ?

Beaucoup d'entre nous ont fait l'expérience du télétravail pendant ce confinement, peu ont fait l'expérience de l'exercice périlleux qu'est la prise de poste en confinement (cela existe !).

Les enjeux sont évidemment les mêmes que le confinement existe ou non mais la feuille de route, les fameux « 90 jours », sera totalement différente. L'exercice nécessite avant tout pragmatisme et une haute dose de résistance au stress.

D'abord le confinement va de pair avec une profonde crise économique. Il faut donc mettre de côté le fameux « brief » et le descriptif de poste. L'heure est à l'opérationnel. Il ne faut pas hésiter à se retrousser les manches. Cela permet de se faire connaître de manière

positive et de commencer à construire son image.

L'accès à l'information par tous les moyens informels est rendu impossible par l'organisation, il faut rapidement identifier les sachants et organiser la coopération, en créant des routines. L'appartenance à l'entreprise est - ponctuellement - à mettre entre parenthèse par l'absence de participation aux rituels existants et méconnaissance des codes. Cependant pratiquer l'art de la maïeutique est un must qui permettra de préparer l'après confinement.

Il faut s'assurer de manière très fréquente de l'alignement avec le management et ne pas hésiter à « raconter » son activité. La fréquence des échanges est un substitut à la

difficulté de décoder les signaux faibles.

La prise en main des équipes est aussi plus risquée. Beaucoup utilisent les outils de vidéo conférence en mode audio « en raison de la bande passante du réseau » trop faible ! Multiplier le contact avec l'équipe, avec chaque individu est clef. Les équipes découvrent un nouveau mode de travail, un nouveau manager. Ces changements sont générateurs de stress et d'inconfort pour tous. Le retour permanent des équipes permet d'ailleurs aussi d'apprécier le contexte. La prise de poste ne fait donc qu'amplifier les difficultés du télétravail. La réussite demande simplement plus d'énergie. ●



TRUCS ET ASTUCES



QUAND PUBLIER ?

LUNDI

MARDI

MERCREDI

JEUDI

VENDREDI

SAMEDI

DIMANCHE

Viser les heures de pause.

8h-10h

12h-13h

16h-17h

CONSEILS

UTILISEZ LES CONTENUS VISUELS



Identifiez les personnes impliquées dans votre publication.



Incitez les utilisateurs à **commenter et/ou partager** vos publications.



Misez sur **la qualité de vos publications** et pas sur la quantité.



Utilisez les hashtags.

LES WEBINARS DU RÉSEAU OUDINOT



RETOUR SUR LE WEBINAR

« **TRANSFORMATION ET INNOVATION : EMPREINTE DE LA CULTURE DANS UN CONTEXTE INCERTAIN** »

25 mai 2020 - Intervention de **Jérôme Bouquet**.

Conseiller transformation digitale / Lab d'innovation au Ministère de la Défense, sur la situation actuelle et les moyens d'être acteur au sein de l'entreprise.

Ce qu'il fallait retenir :

- 3 types de blocages : 1) Simplification collective, 2) Enfermement dans des projections 3) Marchandage vers une nouvelle solution.
- Comment en sortir ? 1) Créer les conditions pour sortir de la boîte 2) Trouver un sens aux choses 3) Abandonner nos utopies.



PROCHAIN WEBINAR

« **TÉLÉTRAVAIL ET PILOTAGE DE L'ENTREPRISE EN ZONE DE TURBULENCE** »

Communiquer en interne, rassurer, être près des équipes... - **7 juillet 2020** - Témoignage de **Robert Dambo, Président de Grant Thornton**, sur la mise en place du télétravail au sein de son entreprise.

Au programme :

- Comment réussir à organiser le travail à distance pour deux mille personnes, en un temps record ?
- Comment fédérer l'ensemble des salariés et dirigeants tout en levant les freins existants et les réticences

Inscription : <https://www.reseau-oudinot.com/fr/evenements/detail/-webinar-teletravail-grant-thornton/14560>

