



Enseignement supérieur de type long de niveau universitaire

Optimisation de la stratégie digitale, la gestion et la
diffusion d'informations des entreprises par
l'amélioration des applications d'un ERP.
Etude de cas : Idealis Consulting et l'ERP Odoo

Mémoire présenté par
Yveline CASIER

Pour l'obtention du diplôme de
Master en alternance en Business Analyst

Année académique 2020 - 2021

Promoteur :
Madame Thanh-Diane NGUYEN

« Ce métier est une quête infinie, qui nous rend parfois « schizophrène » à force de faire et de défaire tout ce qu'on met en place, est aussi la plus intéressante. » - Sarah Alem

Remerciements

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont accompagné lors de la rédaction de ce mémoire et la réussite de mon stage.

Un tout grand merci à ma promotrice **Madame Nguyen**, qui m'épaulé et me guide depuis le début de mon stage mais également depuis le début de la rédaction de mon mémoire. J'ai toujours pu compter sur elle.

André Bake, mon maître de stage et **Laura Groulus**, ma collègue de travail, ont tous deux su m'aider lorsque j'en avais besoin. Merci à eux.

Samantha Keroulis, ma collègue de stage mais également collègue de classe, merci à elle pour les sessions de mémoire qu'on a pu se faire afin de se motiver afin de continuer à persévérer.

Gilles Ernoux, qui a été mon promoteur lors de la rédaction de mon travail de fin d'étude en bachelier. Merci à lui, car il a pris le temps de relire mon mémoire et apporter un regard neuf à l'écrit.

Pour terminer, je tiens particulièrement à remercier **Jérémie Cornet d'Elzius** et **Florence Godin** qui ont relu mon mémoire et soutenu tout le long de cette rédaction intense.

Table des matières

Remerciements.....	i
Table des matières.....	ii
Table des figures.....	v
Table des tableaux.....	vii
1. Introduction.....	1
1.1. Contexte du problème.....	1
1.2. Présentation synthétique de l'étude de cas : Idealis Consulting	2
1.2.1. L'évolution d'Idealis Consulting.....	2
1.2.2. Ses valeurs.....	2
1.2.3. Politique d'organisation	2
1.2.4. Constitution des équipes.....	4
1.2.5. La concurrence	5
1.3. Présentation de la question de recherche	6
1.4. Méthodologie.....	6
2. Etat de l'art	10
2.1. Définitions.....	10
2.1.1. Stratégie digitale.....	10
2.1.2. Stratégie digitale dans le domaine de la communication	11
2.1.3. Outil de communication.....	11
2.1.4. La stratégie digitale impliquée dans la gestion d'entreprise.....	13
2.1.5. Positionnement des logiciels ERP	14
2.2. Description des outils	15
2.2.1. Outils utilisé au sein d'Idealis Consulting	15
2.2.2. Les ERP	17
2.2.3. Logiciels de gestion/planification	19
2.2.4. Logiciels de création de site internet.....	21
2.2.5. Logiciels de communication interne à l'entreprise.....	23
2.2.6. Logiciels de communication externe à l'entreprise : Réseaux sociaux.....	26
2.2.7. Logiciels de communication externe à l'entreprise : E-mailing.....	29
2.3. Comparaison des outils.....	32
2.3.1. Comparaison des ERP.....	32
2.3.2. Comparaison des logiciels de gestion/planification	33

2.3.3.	Comparaison des logiciels de création de sites internet	34
2.3.4.	Comparaison des logiciels de communication interne	35
2.3.5.	Comparaison des logiciels de communication externe : Réseaux sociaux	36
2.3.6.	Comparaison des logiciels de communication externe : E-mailing	36
2.4.	Etat de la question de recherche dans l'entreprise.....	37
2.4.1.	Le modèle RACI.....	37
2.4.2.	Personas	38
2.4.3.	Modélisation des flux.....	40
2.4.4.	Problématique d'Idealis Consulting	42
2.4.5.	Elicitation des besoins.....	43
2.5.	Analyse critique.....	44
3.	Proposition de solutions.....	46
3.1.	Présentation des pistes de solutions	46
3.1.1.	Piste de solution n°1 : amélioration de l'ERP Odoo.....	46
3.1.2.	Piste de solution n°2 : boîte à outil.....	48
3.2.	Comparaison des pistes de solutions	49
3.2.1.	Avantages et inconvénients	49
3.2.2.	Tableau comparatif.....	49
3.3.	Recommandation d'une solution	50
4.	Description du projet	52
4.1.	Présentation du projet.....	52
4.1.1.	Objectifs	52
4.1.2.	Cadre.....	52
4.1.3.	Limites.....	53
4.2.	Approche méthodologique	53
4.3.	Contributions au projet	54
4.3.1.	Application « Site web ».....	55
4.3.2.	Application « Email Marketing ».....	57
4.3.3.	Application « Social Marketing »	58
4.3.4.	Application « Discutez »	59
5.	Analyse des résultats.....	62
5.1.	Analyse critique des résultats	62
5.2.	Perspectives futures du projet	63
5.3.	Prise de recul sur le master en Business Analyst et les compétences acquises.....	63

6. Conclusion	65
Bibliographie	67
Glossaire.....	73

Table des figures

Figure 1 : The Strategic Impact Grid (Nolan et McFarlan, 2005)	3
Figure 2 : Gouvernance de l'entreprise Idealis Consulting.....	4
Figure 3 : Business Model Canvas d'Idealis Consulting	5
Figure 4 : Research Method Cycle (Negrea) adaptée à ce mémoire	9
Figure 5 : Domaine d'action de l'ERP (Cogitime)	12
Figure 6 : Magic Gartner Quadrant.....	14
Figure 7 : Magic Gartner Quadrant – Odoo (Gartner Methodology, octobre 2017)	15
Figure 8 : Discord d'Idealis Consulting	16
Figure 9 : Mails d'Idealis Consulting	16
Figure 10 : Page Facebook d'Idealis et Profil Instagram d'Idealis.....	16
Figure 11 : Page LinkedIn d'Idealis.....	17
Figure 12 : Site internet d'Idealis Consulting.....	17
Figure 13 : Odoo	18
Figure 14 : SAP Business One (SAP Business One).....	18
Figure 15 : Epicor ERP (Epicor ERP).....	18
Figure 16 : NetSuite (ABJ Cloud Solutions).....	19
Figure 17 : Deltek Vision Software (Software Advice)	19
Figure 18 : Application "Projet" d'Odoo.....	20
Figure 19 : Microsoft Project (Barbera A., octobre 2019)	20
Figure 20 : Atlassian JIRA (Think&do)	20
Figure 21 : Basecamp (Blog du Modérateur)	21
Figure 22 : Favro (Corthésy M., février 2021)	21
Figure 23 : Application "Site Web" d'Odoo	22
Figure 24 : Wix.com (Wix.com)	22
Figure 25 : Jimdo (Jimdo)	22
Figure 26 : Weebly (Make a Website Hub)	23
Figure 27 : Webnode (Ecommerce Website)	23
Figure 28 : Application "Discutez" d'Odoo	24
Figure 29 : Discord d'Idealis Consulting	24
Figure 30 : GoToMeeting (Capterra).....	24
Figure 31 : Workplace from Facebook (Thielman S., octobre 2016)	25
Figure 32 : Samepage (Beauford M., mai 2019)	25
Figure 33 : Teams (Microsoft)	25
Figure 34 : Zoom (Zoom).....	26
Figure 35 : Google Meet (Google)	26
Figure 36 : Application "Social Marketing" d'Odoo	27
Figure 37 : Hootsuite (Hootsuite)	27
Figure 38 : Buffer (Capterra)	28
Figure 39 : Seismic (Seismic)	28
Figure 40 : Zoho Social (Soft Central).....	29
Figure 41 : Application «Emailing» d'Odoo	29
Figure 42 : Sendinblue (Sendinblue).....	30

Figure 43 : Mailchimp (Meuleman Y.).....	30
Figure 44 : Active Trail (Top Ten Marketing Tools).....	31
Figure 45 : Benchmark (Benchmark).....	31
Figure 46 : Persona «Business Analyst»	39
Figure 47 : Persona «Team Leader»	39
Figure 48 : Persona «Responsable marketing et communication»	40
Figure 49 : BPMN - emailing	41
Figure 50 : BPMN - réseaux sociaux.....	42
Figure 51 : Logo «Discutez» d'Odoo -AVANT	47
Figure 52 : Logo «Discutez» d'Odoo - APRES.....	47
Figure 53 : Méthode Scrum de la méthodologie Agile (Tuleap).....	54
Figure 54 : Arborescence actuelle	56
Figure 55 : Arborescence proposée	56
Figure 56 : Site internet d'Idealis Consulting - page de garde AVANT.....	57
Figure 57 : Site internet d'Idealis Consulting - page de garde APRES.....	57
Figure 58 : Implémentation de l'application «Social Marketing» chez Idealis Consulting.....	59
Figure 59 : Maquette "Discutez" 1.....	60
Figure 60 : Maquette "Discutez" 2.....	60
Figure 61 : Maquette "Discutez" 3.....	61
Figure 62 : Maquette "Discutez" 4.....	61

Table des tableaux

Tableau 1 : Comparaison des ERP.....	33
Tableau 2 : Comparaison des logiciels de gestion / planification.....	33
Tableau 3 : Comparaison des logiciels de création de sites internet.....	34
Tableau 4 : Comparaison des logiciels de communication interne	35
Tableau 5 : Comparaison des logiciels de communication externe - réseaux sociaux	36
Tableau 6 : Comparaison des logiciels de communication externe - emailing	37
Tableau 7 : Modèle RACI.....	38
Tableau 8 : Product Backlog	44
Tableau 9 : Planning des newsletters interne	58
Tableau 10 : Product Backlog - suite.....	60

1. Introduction

1.1. Contexte du problème

Actuellement, dans le monde digital, les logiciels de gestion s'intensifient. Il existe une multitude de logiciels de gestion comme SAP et Salesforce. Ils ont pour but d'optimiser la gestion des flux, la cohérence et l'homogénéité des informations au sein même des entreprises. Cela permet de faciliter la gestion et la diffusion d'informations des sociétés.

Odoo est un logiciel de gestion intégré, plus communément appelé ERP, qui est à destination des petites et moyennes entreprises. Son interface est définie selon des contours ergonomiques et « user friendly ». Le logiciel est aussi constitué d'un Dashboard et d'un Store proposant une multitude d'applications qui sont interconnectées. Chaque application ayant une fonctionnalité bien particulière, tout comme « Factures », « Ventes », « CRM » et « TimeSheet ». Odoo a plus d'une cinquantaine de partenaires qui proposent leurs services à d'autres sociétés qui n'ont pas de temps ou suffisamment d'expérience à allouer dans l'implémentation d'un ERP ou à sa mise à jour. Parmi ces entreprises partenaires se trouve Idealis Consulting. C'est une société de consultance Odoo et SAP. Elle se compose de plusieurs équipes dont deux équipes spécialisées dans deux domaines importants qui sont d'une part la biotechnologie et d'autre part la restauration. Toutefois Idealis souhaite développer un service concernant la stratégie digitale, la gestion et la diffusion d'informations.

Afin de proposer régulièrement de la nouveauté à ses clients, Odoo sort une nouvelle version de son progiciel chaque année au mois d'octobre. Le lancement de la version 14 a été effectué entièrement en ligne début octobre 2020. Depuis quelques années déjà, Odoo sort des applications concernant la stratégie digitale, comme par exemple « Site Web », « Email Marketing », « Marketing Automation », « E-commerce », etc. Ces modules sont là pour accompagner les entreprises dans leur processus de mise en place de leur stratégie digitale.

Mais qu'est-ce qu'une stratégie digitale ? « Une stratégie digitale est un plan d'action sur les supports digitaux, c'est-à-dire internet (site, webmarketing, réseaux sociaux...) et mobiles pour arriver à des objectifs globaux sur la marque / l'entreprise. La stratégie digitale s'inscrit dans le plan de communication d'une entreprise. » (Fournet-Fayard, Février 2020)

Ce qui a pu être constaté chez de nombreux clients d'Idealis Consulting utilisant Odoo comme ERP, c'est qu'ils n'utilisent pas les outils présents dans leur logiciel de gestion intégré pour implémenter leur stratégie digitale. Ces sociétés passent par des méthodes manuelles, c'est-à-dire faire les mêmes actions répétées au lieu de les automatiser. Ces méthodes manuelles ne permettent pas d'optimiser le temps et les efforts fournis.

Actuellement, on remarque que la stratégie digitale est omniprésente dans plusieurs entreprises selon leur alignement business. De plus, avec la pandémie actuelle, les sociétés font de plus en plus de démarches orientées vers le digital.

Ces sociétés n'utilisent pas d'outils centralisés afin de savoir si la stratégie digitale mise en place fonctionne comme prévu. Si elle fonctionne, peut-elle être plus efficace ? L'entreprise ne connaît pas les éléments de sa stratégie digitale qui ont fonctionné. La place du digital devient de plus en plus importante.

L'objectif de ce mémoire de recherche est de trouver des outils permettant de mesurer l'efficacité d'une stratégie digitale, de la communication et de faire des recommandations. Avant de tirer des conclusions générales, nous allons nous pencher sur le cas d'Idealis Consulting, une entreprise dans le monde de la consultance. Elle implémente des ERP tels Odoo dans des entreprises désirant améliorer leur stratégie digitale, mais la question qui se pose est la suivante : Le cordonnier est-il bien chaussé ? Idealis Consulting pourrait-elle optimiser sa propre stratégie digitale, sa gestion et sa diffusion des informations ? Est-il possible d'améliorer son utilisation des applications de management existantes ou bien est-elle un maître en la matière ?

1.2. Présentation synthétique de l'étude de cas : Idealis Consulting

Nous allons tout d'abord présenter l'entreprise Idealis Consulting à travers différents éléments tel que son évolution, ses valeurs, sa politique d'organisation, la constitution des équipes et la concurrence. Les modèles de présentation ont été réalisés et adaptés par moi, ils sont synthétiques et visuels.

1.2.1. L'évolution d'Idealis Consulting

Idealis Consulting a été créée par André Bake en 2007. Tout d'abord elle s'est focalisée sur la solution SAP dans le domaine du Supply Chain Management et des Ressources Humaines.

En 2009, Idealis Consulting décide de se diversifier en s'attaquant au marché des plus petites entreprises par le biais d'un ERP qui leur est plus adapté. Open ERP fait alors son entrée chez Idealis. Petit à petit l'entreprise grandit grâce à cet ERP entre-temps rebaptisé Odoo. L'équipe dévouée à ce logiciel n'a cessé de croître jusqu'à inverser la dynamique principale de l'entreprise. Le département Odoo est ainsi devenu plus important en termes d'employés et de consultants que le département SAP.

1.2.2. Ses valeurs

Idealis veut et a réussi à rester une entreprise familiale et conviviale, à contre-courant de l'évolution impersonnelle que subissent les sociétés grandissantes tant en taille qu'en chiffre d'affaires. Elle se soucie énormément des besoins de ses clients en adoptant une politique d'accompagnement personnalisée et en mettant l'accent sur la mise en place d'une relation de confiance pérenne.

Afin de mieux illustrer les valeurs de l'entreprise, la marguerite socio-culturelle est utilisée à ces fins. Elle se trouve dans l'Annexe 1.

1.2.3. Politique d'organisation

La politique d'organisation d'Idealis se définit en trois phases :

- **Phase 1** : Idealis Consulting cherche à bien comprendre **les besoins du client**. Par la suite, une démo personnalisée lui est exposée pour approbation. Enfin, Idealis Consulting et le client valident un planning, un budget et un scope d'actions pour le projet.
- **Phase 2** : Idealis Consulting applique **la méthode Agile** qui est une méthode basée sur des cycles de travail courts qui durent deux semaines, aussi appelés sprint. Elle permet un

développement continu et maîtrisé avec une approbation régulière du client sur base de démonstrations fréquentes de l'avancement des travaux.

- **Phase 3** : Le Business Analyst de chez Idealis Consulting va **challenge** les processus du client afin de trouver le meilleur équilibre possible. Il permet ainsi de cibler correctement son besoin et de fournir in fine un produit de qualité optimisée.

1.2.3.1. Position stratégique de l'entreprise

Il est intéressant de mesurer l'impact de la stratégie de l'entreprise pour mieux comprendre sa place sur le marché et celle de ses concurrents surtout au niveau des systèmes d'information.

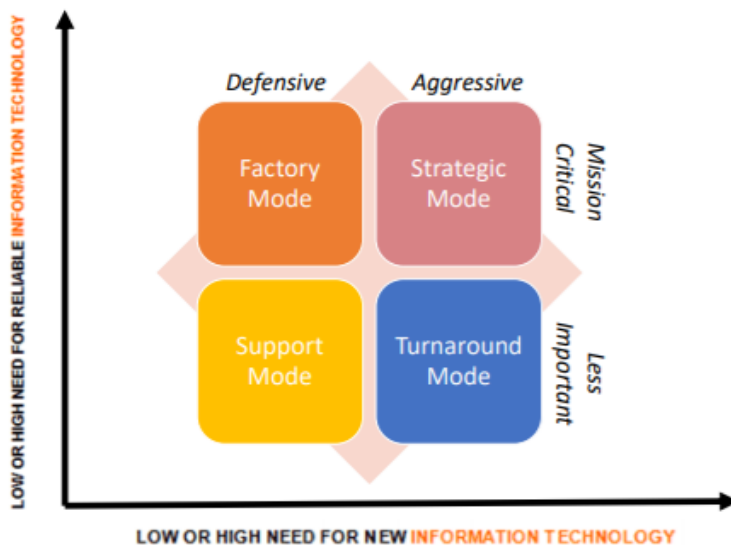


Figure 1 : The Strategic Impact Grid (Nolan et McFarlan, 2005)

La grille stratégique informatique de Nolan et McFarlan a été créée en 2005. Cette grille affiche les quatre grands environnements IT tout en suggérant que chaque environnement nécessite une approche de gestion différente.

Une entreprise se situant dans le « **Support Mode** » n'a pas un grand besoin de nouvelles technologies et n'a également pas besoin d'une grande fiabilité de son système informatique.

Le « **Turnaround Mode** » suggère que la société a un grand besoin de nouvelles technologies, mais que la fiabilité du système informatique n'est pas si importante.

Le « **Factory Mode** » est l'inverse du « Turnaround Mode », car l'entreprise a besoin d'une grande fiabilité de son système informatique, mais n'est pas dans un besoin de nouvelles technologies.

Pour finir les entreprises se situant dans le « **Strategic Mode** » ont un grand besoin de nouvelles technologies et d'un système informatique fiable.

Idealis Consulting se situe dans le « **Factory Mode** » : Comme elle est une entreprise de consultance informatique, elle ne peut pas se permettre d'avoir un système informatique non fiable, mais comme

elle travaille avec l’outil Odoo, ce n’est pas elle qui est responsable de l’avancement de cet outil de manière plus globale. Idealis peut effectivement devoir faire des améliorations d’Odoo de son côté, afin de satisfaire les demandes de ses clients. Pour conclure, Idealis Consulting se doit d’avoir un système informatique fiable, mais ne doit pas être constamment au courant des nouveautés technologiques et les appliquer.

1.2.4. Constitution des équipes

La société est dirigée par le **C.E.O. (=Chief Executive Officer)**, qui s’assure du bon fonctionnement de l’entreprise.

La **RH (=Ressources Humaines)**, gère le payroll, la flotte ainsi que le recrutement end to end.

Parmi les Sales, il y a le Head of Sales et la sales, qui s’occupent de la prospection des clients, de la bonne relation entre les équipes et les clients et émettent les offres.

Dans le département marketing, se trouve la responsable marketing et communication externe de l’entreprise. Elle se charge de créer et d’améliorer la stratégie digitale et la communication externe d’Idealis.

Comme précisé plus haut, Idealis Consulting est une entreprise qui est divisée en deux départements : SAP et Odoo.

Le département SAP est dirigé par le **B.U.M. (=Business Unit Manager)**, qui lui s’assure qu’il y ait une adéquation entre les projets et les ressources humaines disponibles et nécessaires. Les consultants SAP, sont envoyés chez leurs clients et n’ont aucune interaction professionnelle avec le département Odoo.

Le département Odoo est également dirigé par le B.U.M. (=Business Unit Manager), qui lui s’assure qu’il y ait une adéquation entre les projets et les ressources humaines disponibles et nécessaires. Quatre équipes se retrouvent au sein de ce département. Elles sont toutes composées d’un TL (=Team Leader), de plusieurs **BA/PM (=Business Analyst/ Project Manager)** et de plusieurs **Dev (=Développeurs)**. Les BA/PM ont un référent qui est le BA Lead (=Business Analyst Lead) et les devs ont comme référent le technical lead.

Ce qu’il faut tout de même garder en tête, c’est qu’Idealis a de très hauts objectifs de recrutement et que la Figure 2 (ci-dessous) peut être amenée à évoluer au fil du temps.

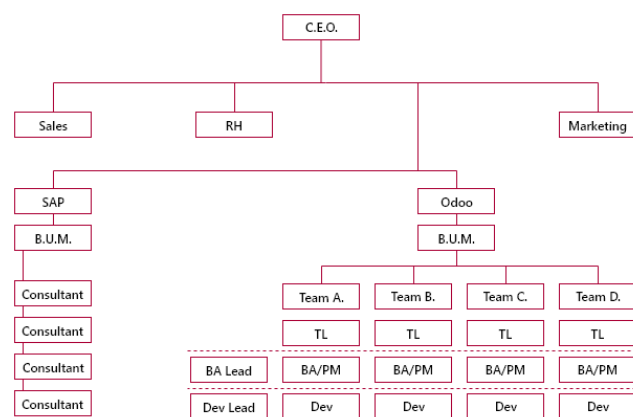


Figure 2 : Gouvernance de l'entreprise Idealis Consulting

1.2.5. La concurrence

Idealis Consulting a de la concurrence, notamment avec des entreprises proposant des solutions Odoo, SAP HR et Supply Chain Management.

L'analyse de la concurrence d'Idealis Consulting est une étape clé de la compréhension de son positionnement vis-à-vis de ces autres entreprises. Dans le cadre de ce travail, l'analyse de la concurrence se fera principalement au niveau d'Odoo.

Tout d'abord voici une liste non-exhaustive des concurrents d'Idealis :

- Accomodata
- DynApps
- Eezee
- Callista
- Somoko
- Logicasoft
- Niboo

Ces concurrents se placent dans le top 10 des Gold Partners¹ d'Odoo.

Afin de mieux comprendre où se situe Idealis Consulting par rapport à sa concurrence, il faut analyser ses points faibles et points forts en interne et ses opportunités et menaces du point de vue externe. C'est pour cela qu'une analyse **SWOT (= Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats)** est vivement conseillée. Elle permet d'identifier des points cruciaux à la compréhension de la position d'Idealis Consulting en interne comme en externe.

L'analyse SWOT a été réalisée par la responsable marketing et communication d'Idealis Consulting. Elle se trouve dans l'Annexe 2.

Nous allons dans le présent texte synthétiser le business modèle d'Idealis Consulting (Figure 3) à travers le Business Model Canvas d'Alexandre Osterwalder et Yves Pigneur (2008). Il existe plusieurs variantes de ce business model et nous avons choisi d'utiliser la version originale car elle permet d'être plus synthétique, plus abordable et de comprendre facilement la structure Business de l'entreprise.

Partenaires clés <ul style="list-style-type: none">- Odoo- SAP- Clients d'Idealis- Collaborateurs d'Idealis	Activités clés <ul style="list-style-type: none">- Adapter l'ERP Odoo aux exigences des clients.- Envoyer des consultants SAP dans des entreprises.	Proposition de valeur <ul style="list-style-type: none">- Expertise dans la transformation digitale.- Expertise dans l'ERP Odoo et SAP HR et SCM.- Adaptation sur mesure de l'ERP Odoo.	Relation client <ul style="list-style-type: none">- Emails- Téléphone- Site internet d'Idealis- LinkedIn	Segmentation des clients <ul style="list-style-type: none">- PME et SA.- Entreprises en pleine transformation digitale.- Entreprise voulant être conseillées par des experts.
	Ressources clés <ul style="list-style-type: none">- Développeurs- Business Analyst- Team Leader- Ressources humaines- Business Unit Manager- Odoo		Canaux <ul style="list-style-type: none">- Site internet d'Idealis- Site internet d'Odoo- Réseaux sociaux	
Structure de coûts <ul style="list-style-type: none">- Coûts fixes :- Salaire des collaborateurs- Relatifs au bureau (charges, loyer, etc.)		Flux de revenus <ul style="list-style-type: none">- Projet de digitalisation Odoo.- Maintenance de l'ERP.- Consultants SAP.- Abonnement d'un produit (ex.: Smart Biotech)		

Figure 3 : Business Model Canvas d'Idealis Consulting

¹ Voir glossaire

1.3. Présentation de la question de recherche

Comme évoqué dans la section « **1.1. Contexte du problème** », l'évolution sociale et sanitaire actuelle requiert une orientation de plus en plus digitale pour renforcer la qualité des entreprises et leurs profits. Or, ces dernières ne sont pas toujours conscientes de toutes les potentialités des outils déjà mis en place ce qui induit un gaspillage des moyens humains et financiers.

La présente étude se définit à travers la question de recherche suivante :

Quels sont les moyens d'optimiser la stratégie digitale, la gestion et la diffusion des informations des entreprises avec l'amélioration tant des applications de management que leur utilisation ?

L'objectif de cette étude est de répondre à la question en étudiant la stratégie digitale d'une entreprise tant du point de vue interne qu'externe.

Notre travail est de comprendre les moyens de communication digitaux qui sont actuellement mis en place, et de rechercher les moyens de les améliorer avec les innovations actuellement disponibles, d'autant plus qu'en période de pandémie, de plus en plus d'entreprises renforcent leur stratégie digitale sans comprendre toutes les possibilités et le haut potentiel de leur logiciel de gestion.

La contribution de ce mémoire se voit comme un renforcement de la stratégie digitale en parcourant la littérature scientifique et les différents outils sur le marché. Ce renforcement se traduit à travers des recommandations et de maquettes proposant des solutions adaptées à l'ERP mis en place.

Le choix d'inclure l'ERP Odoo dans ce travail, permet d'élargir son champ des possibilités. Utiliser des outils de gestion au niveau de la stratégie digitale peut être courant, toutefois l'ERP est moins, voir pas utilisé à l'intégration de la stratégie digitale. Cela a pu être constaté chez les clients d'Idealis Consulting et chez Idealis Consulting même. L'ERP est un outil puissant et surtout ayant de grandes possibilités au niveau de la gestion des processus d'entreprise. Y inclure sa stratégie digitale permet une réduction des logiciels utilisés et d'exploiter au maximum les capacités d'Odoo. Dans ce mémoire, Odoo sera analysé et appliqué dans le « **2. Etat de l'art** » et dans le « **3. Propositions de solutions** ».

Les différentes étapes de ce mémoire sont intégrées dans une méthodologie spécifique qui entoure les différents éléments nécessaire d'un mémoire et sa contribution. La section suivante explique en détail cette méthodologie et son essence.

1.4. Méthodologie

La « Research Design » (Voir Figure 4) est la méthodologie utilisée pour construire ce mémoire de recherche et répondre du mieux possible à la question de recherche. C'est donc une stratégie pour implémenter et structurer le plan de recherche de ce mémoire.

Dans ce mémoire, des méthodologies qualitatives et quantitatives vont être mêlées dans la récolte de données à travers de l'observation sur le terrain, des questionnaires directifs, des interviews semi-

directives et des expériences. Les données vont être analysées sous forme de modèles avec des recommandations.

En appliquant la méthode du « Research Method Cycle » (voir Figure 4) nous allons diviser le problème en plusieurs hypothèses de solutions après avoir mis en place le contexte du problème (étape 1) et l'objectif du mémoire (étape 2). En effet, pour rappel, la question de recherche est : « **Quels sont les moyens d'optimiser la stratégie digitale, la gestion et la diffusion des informations des entreprises avec l'amélioration tant des applications de management que leur utilisation ?** »

Premièrement, dans cette section, nous décrivons l'entreprise Idealis Consulting qui a été prise comme étude de cas. Cette description mène à la compréhension de cette entreprise dans le domaine Business et alignement stratégique. L'entreprise est décrite par l'intermédiaire de modèles synthétiques comme le Business Model Canvas de Yves Pigneur et un organigramme hiérarchique. Le modèle de Nolan et McFarlan (2005) permet de comprendre leur position stratégique digitale.

Deuxièmement des recherches seront menées dans la section 2 sur base de la littérature scientifique pour répondre aux différents domaines associés à la question de recherche, qui est en l'occurrence la stratégie digitale, la gestion et la diffusion d'information au sein des entreprises. Cela a pour but d'observer la manière de travailler et la façon d'utiliser les différents outils de communication interne et externe en plus de l'application de leur stratégie digitale. C'est une bonne façon de déterminer si l'utilisation est faite de manière optimale ou non.

Dans cette recherche, différents outils de ces domaines seront donc soulevés, décrits et comparés pour comprendre ce qu'il existe actuellement sur le marché. Actuellement, nous pouvons retrouver des listes existantes de ces différents outils mais ils n'ont pas été analysés en profondeur sur différents critères. Dans ce travail, je mets en lien ces différents outils avec la stratégie digitale actuelle de notre étude de cas Idealis Consulting pour voir les différentes possibilités d'amélioration de son environnement. La comparaison et son analyse va donc me permettre de faire des propositions de solutions avec des recommandations à l'entreprise pour optimiser sa stratégie digitale, sa gestion et sa diffusion d'information.

Pour renforcer notre démarche de compréhension des besoins de l'entreprise en vue de l'optimiser, la section deux propose aussi plusieurs modélisations alignées à l'ingénierie des exigences. En effet, Cette phase d'éllicitation des besoins comporte plusieurs modélisations, utilisant des langages standards connus et consistant à identifier les besoins de l'entreprise, les analyser, les hiérarchiser et les exprimer. La finesse de cette compréhension met en lumière la compétence du Business Analyste d'être conscient de son environnement de travail et de rester innovant dans ses outils de gestion et de communication

Dans cette phase d'éllicitation, je veux entrer en empathie avec l'utilisateur en me mettant à la place de ce dernier pour comprendre sa culture, ses motivations, ses usages et ses problématiques au quotidien. J'utilise une approche qualitative qui s'appuie sur un échantillon restreint et s'approchant davantage à l'ethnographie. En effet, j'observe et questionne les utilisateurs dans leur environnement.

Ces questionnaires en ligne visent les team leaders. Ces questionnaires sont courts et directifs pour que cela ne prenne pas trop de temps à répondre. De plus, avec le contexte actuel de la crise sanitaire, cette méthode permet d'éviter le contact rapproché. Les questionnaires permettent de se rendre compte que la perception de chacun des team leaders pour un seul aspect de la stratégie digitale, peut être très différente.

Pour compléter cette méthode qualitative, des interviews semi-directifs seront menées au sein d'Idealis Consulting en questionnant des employés choisis, afin de pouvoir avoir des données qualitatives et mieux comprendre les points à optimiser. Cette méthode vient compléter la méthode des questionnaires. En effet, je vais combiner mon analyse des réponses des questionnaires et comparaison des différents outils disponibles et les soumettre aux acteurs ciblés.

La recherche se poursuit dans la compréhension des rôles et attentes des acteurs de l'entreprise. Plusieurs modèles sont alors mis en avant comme par exemple, le modèle RACI (matrice mettant en lumière la responsabilité de chaque membre d'une équipe au sein même d'un projet) vont être appliqués dans ce travail, afin de mieux illustrer un cas.

Un autre modèle utilisé se base sur la personnification de chaque segment dans un projet dans une représentation crédible : les Personas. Ma recherche se poursuit en formalisant les processus dans des modèles de flux d'interactions. Ce modèle est une sorte de photographie de la situation actuelle, un état des lieux qui permet de mieux comprendre le but à atteindre en termes de design d'expérience utilisateur. On peut associer ce modèle aux Personas pour comprendre la problématique. Je structure ensuite les problématiques et les besoins dans un langage structuré standardisé comme les « User Stories ».

Ces différentes étapes font partie de l'ingénierie des exigences et de l'état de l'art de l'entreprise. Cela permet de mieux comprendre comment l'entreprise fonctionne tant du point de vue de sa gestion interne, de ses valeurs, de ses projets, de sa stratégie d'entreprise et de sa Corporate Governance. L'idée est donc d'en retirer des hypothèses d'amélioration de la performance de l'entreprise par sa stratégie digitale.

Dans la section 3, des hypothèses de pistes de solutions seront explicitement formulées. L'élaboration de ces hypothèses se basent sur les données recueillies dans l'état de l'art. Une collecte de données, sa méthodologie et une analyse en profondeur sera mise en place afin de pouvoir vérifier si les hypothèses formulées sont correctes et peuvent être mises en application. Une série de recommandations sera alors mise en avant.

Ces dernières étapes du « Research Design » font partie du « modèle TO-BE » qui reprend les recommandations découlant de l'analyse, afin de définir quelles sont les applications de management à améliorer et quelles fonctionnalités mettre en avant. La compétence d'ingénierie des exigences d'un Business Analyste sera principalement mise en avant.

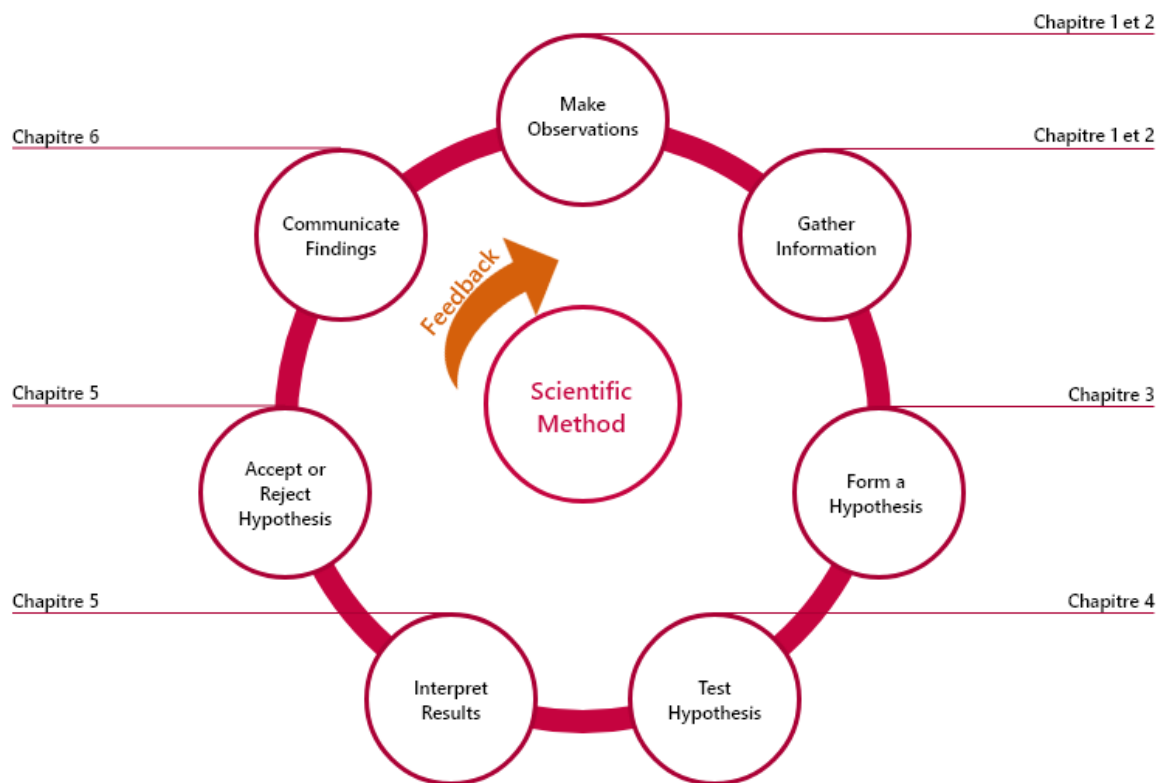


Figure 4 : Research Method Cycle (Negrea) adaptée à ce mémoire

2. Etat de l'art

Dans la section précédente, les contours du contexte du problème ont été brièvement définis. Dans cette section, nous allons détailler les différentes notions et valeurs scientifiques autour de la question de recherche :

« Quels sont les moyens d'optimiser la stratégie digitale, la gestion et la diffusion des informations des entreprises avec l'amélioration tant des applications de management que leur utilisation ? »

La question de recherche se définit à travers une volonté de comprendre les stratégies digitales, orientées sur la communication, mises en place dans les entreprises avec une étude de cas. Nous allons aborder l'évolution de la notion de stratégie digitale de ces dernières années sur l'axe de la communication. Cette évolution est nécessaire pour comprendre la nécessité d'une stratégie digitale et mesurer son efficacité, d'autant plus que nous remarquons que plusieurs personnes utilisent différents outils sans qu'il y ait une certaine homogénéité derrière.

La section montre aussi la place de la stratégie digitale dans des projets de gestion et ses outils. Il est donc essentiel de comprendre ce qu'est un projet de gestion IT et ses différents outils. La place de l'ERP se joindra à cette explication. Avec les innovations, le directeur du service informatique doit s'en informer et s'adapter. Notre rôle est de le soutenir en fournissant une étude sur la stratégie digitale actuelle et en lui donnant la possibilité de se projeter dans le futur.

Notre recherche sur la littérature se compose alors d'analyses des tendances actuelles et les nouvelles innovations, comparaisons d'outils et opportunités dans la stratégie digitale axée sur la communication que ce soit en interne ou externe.

2.1. Définitions

Afin de mettre tout le monde d'accord sur les termes utilisés, il est important de donner des définitions précises. Tout d'abord les termes concernant la communication et la stratégie digitale seront abordés, pour que, par la suite les termes concernant l'ERP et la gestion de projet viennent conclure cette sous-section des définitions.

2.1.1. Stratégie digitale

Le terme **stratégie digitale**, qui est une grande partie de ce travail, est défini selon les termes suivants : *« La stratégie digitale définit **des objectifs en termes de public cible** et d'audience. Le plan d'action prend en compte **une ou plusieurs plates-formes et précise les choix éditoriaux**. L'interaction avec d'autres outils de communication digitale, sites web et applications mobiles permettent d'optimiser le travail sur chaque média. En raison de l'évolution rapide de ces outils, il faut prévoir une actualisation régulière des objectifs et des moyens. Les principaux indicateurs, que constituent le nombre d'abonnés et l'audience de chaque média social, doivent être régulièrement relevés et analysés. »* (Schneider F., juillet 2015). Une stratégie digitale prend donc en compte le contexte du problème sur 3 paramètres : l'environnement, les types utilisateurs et les types de plateformes. Dans l'environnement, cela concerne aussi les différentes tâches cognitives de l'utilisateur.

2.1.2. Stratégie digitale dans le domaine de la communication

Maintenant que la stratégie digitale a été définie, il est important de connaître les caractéristiques de ce qui est entendu par communication : « *Action de communiquer avec quelqu'un, d'être en rapport avec autrui, en général par le langage ; échange verbal entre un locuteur et un interlocuteur dont il sollicite une réponse.* » (Larousse, 2021)

Suite à cette description de ce qu'est la communication, il est important de préciser qu'il existe une communication interne et externe à un organisme ou une entreprise. Dans le cas de ce mémoire, la communication externe d'une entreprise prend cette définition-ci : « *La communication externe regroupe au sein du service de communication l'ensemble des formes et processus de communication d'une organisation envers le monde extérieur et les groupes cibles. Quelle que soit la taille de l'entreprise, la communication externe joue un rôle fondamental pour son image et sa notoriété.* » (Stratégies)

Passons à la communication interne d'une entreprise, qui se définit par les termes suivants : « *La communication interne désigne la communication au sein de l'entreprise, dans le but de transmettre des informations sociales aux employés et directeurs.* » (Journal du net, Février 2019)

Après avoir défini ce qu'était la communication de manière plus globale, la communication externe et interne à une entreprise, il est intéressant de prendre en compte la définition de la communication digitale. Celle-ci fait le lien entre la stratégie digitale et la communication.

Deux définitions expliquant ce qu'est la communication digitale sont intéressantes à prendre en compte. Tout d'abord, « *La communication digitale est composée de tous les supports par lesquels on peut transmettre de l'information. Ça implique une très grande diversité de canaux. Cette numérisation est apparue avec Internet. Aujourd'hui, de nouveaux canaux apparaissent : réalité virtuelle, chatbots, enceintes connectées.* » (d'Aspremont Lynden T., mai 2020) Et pour finir, cette autre définition qui complète bien la première : « *Dans le domaine professionnel, la communication digitale définit alors les stratégies et actions de communication qui sont menées sur le web dans le but de transmettre des messages, des valeurs ou encore des résultats qui vont attirer l'attention des internautes cibles et améliorer la visibilité d'une entreprise.* » (Essique H., mars 2018)

2.1.3. Outil de communication

Suite à toutes ces définitions concernant la communication, il est important de prendre en compte la définition de ce qu'est un outil de communication en tant que tel. « *Un outil de communication est un support qui permet de diffuser des informations et de véhiculer des messages à des publics cibles. Dans le monde de l'entreprise, elle comprend la communication interne ainsi que la communication externe. La communication interne désigne les actions de communication mises en œuvre par le directeur de la communication ou le directeur des ressources humaines à destination des salariés. Quant à la communication externe, il s'agit des actes de communications destinés aux publics externes (consommateurs, partenaires, investisseurs...).* » (Kokoroe)

Pour finir, abordons la dernière partie des définitions concernant les termes tels que ERP, logiciel, progiciel et gestion de projet.

2.1.3.1. Outil de communication à travers les ERP

« L'ERP vient de l'anglais « *Enterprise Resource Planning* ». Le terme français est *Progiciel de gestion intégré* mais dans le monde de l'entreprise, ERP est souvent la dénomination la plus utilisée. » (Vest C.) Afin de mieux comprendre d'où vient l'ERP, un petit brin d'histoire pour mieux comprendre son origine. « Le logiciel ERP trouve son origine dans les années 1960 lorsqu'est créé le concept de la **MRP (Material Requirements Planning)** par Joseph Orlicky, un ingénieur américain. Il s'agit de la toute première méthode répondant à un besoin de planification. À l'époque, la firme Toyota avait besoin d'évaluer le nombre de composants nécessaires dans le cadre de son programme de fabrication. Joseph Orlicky a donc développé le concept de la MRP pour répondre à ce besoin. Contrairement au logiciel ERP tel que nous le connaissons aujourd'hui, la MRP comporte plusieurs inconvénients : sa fonctionnalité est purement limitée à l'unité de production, les coûts liés sont extrêmement importants, le niveau d'expertise requis pour son utilisation est particulièrement élevé et sa gestion exige une importante main d'œuvre du fait de sa complexité.

Progressivement, la logique de cette méthode s'étend à toutes les fonctions de l'entreprise et c'est en 1990 qu'apparaît le terme d' « ERP » qui intègre la notion d' « entreprise ».

Le déploiement de l'ERP s'accélère considérablement avec Internet, à partir des années 2000. » (Fleury B., juin 2018)

Charles Vest continue son explication de l'ERP : « La vocation d'un ERP est d'homogénéiser le Système d'Information de l'entreprise avec un outil unique qui est capable de couvrir un large périmètre de gestion, c'est-à-dire la gestion des achats, la gestion des ventes, la comptabilité (client, fournisseur, etc.), le contrôle de gestion de la production (planification et logistique), la gestion des stocks, etc. Un ERP est divisé en modules qui répondent chacun à un des domaines de gestion listés ci-dessus. L'ERP est donc constitué de modules fonctionnels, chacun couvrant un périmètre précis de gestion de l'entreprise. » (Vest C.)

Afin de mieux visualiser les domaines d'action d'un ERP, voici un schéma (Figure 5) reprenant ceux-ci.



Figure 5 : Domaine d'action de l'ERP (Cogitime)

Après avoir vu ce qu'était un ERP et son origine, concentrons-nous sur les définitions d'un logiciel et d'un progiciel à travers ce tableau comparatif.

Logiciel	Progiciel
« Ensemble de programmes, qui permet à un ordinateur ou à un système informatique d'assurer une tâche ou une fonction en particulier. » (Techno-Science)	« Ensemble complet et documenté de programmes conçu pour être fourni à plusieurs utilisateurs en vue d'une même application ou d'une même fonction. » (Alexis Baumann)

Pour terminer, la gestion de projet joue un rôle important dans l'utilisation de l'ERP et la stratégie digitale. La définition, selon AFNOR, de ces termes est la suivante : « La gestion de projet couvre l'ensemble des outils, techniques et méthodes qui permettent au chef de projet et à l'équipe plus ou moins nombreuse, qui lui est directement associée, de conduire, coordonner et harmoniser les diverses tâches exécutées dans le cadre du projet, afin qu'il satisfasse aux besoins explicites et implicites pour lesquels il a été entrepris. » (Prium Formation)

2.1.4. La stratégie digitale impliquée dans la gestion d'entreprise

2.1.4.1. La stratégie digitale et la communication

L'addition de la stratégie digitale et la communication forme la communication digitale. Pour rappel, la définition de la communication digitale est la suivante : « Dans le domaine professionnel, la communication digitale définit alors les stratégies et actions de communication qui sont menées sur le web dans le but de transmettre des messages, des valeurs ou encore des résultats qui vont attirer l'attention des internautes cibles et améliorer la visibilité d'une entreprise. » (Essiqa H., mars 2018)

La stratégie et la communication digitale sont liées l'une dans l'autre, car l'une ne peut fonctionner sans l'autre.

Il est impératif de mettre en place une stratégie et une communication digitale en place au sein des entreprises, afin qu'elles soient en alignement avec leur stratégie d'entreprise déjà établie.²

2.1.4.2. Stratégie digitale et ERP

Afin d'avoir une vue globale de sa stratégie digitale, il est conseillé de l'intégrer dans son ERP. Il y a plusieurs avantages non-exhaustifs qui en découlent.

Tout d'abord, une optimisation et automatisation des processus pour gagner en productivité. Ensuite, la simplification de l'intégration des technologies les plus innovantes. Pour finir, cela permet de toujours rester en conformité avec la réglementation.³

² Maud. (s. d.). Stratégie de communication digitale : comment l'élaborer ? Agence Inbound Marketing à Lyon. Consulté le 18 février 2021, à l'adresse <https://www.webconversion.fr/strategie-digitale/>

³ Cegid. (2020, 20 janvier). Comment exécuter votre stratégie digitale avec un ERP ? Les 10 preuves qu'il vous manquait... . Consulté le 21 octobre 2020, à l'adresse <https://www.cegid.com/fr/blog/comment-executer-votre-strategie-digitale-avec-un-erp/>

2.1.5. Positionnement des logiciels ERP

Le Magic Gartner Quadrant est une grille permettant de montrer un aperçu, à un moment donné dans le temps, des acteurs technologiques dans un marché spécifique et de classer les entreprises dans quatre catégories différentes, basée sur deux critères.

La première catégorie est « Niche Players », cela indique que les entreprises se situant dans cette catégorie-ci, sont souvent étroitement centrées sur des segments de marché avec réussite.

La deuxième catégorie est « Challengers », cela indique que les entreprises se situant dans cette catégorie-ci, sont bonnes dans l'exécution, même dans un grand segment. Toutefois, elles ne montrent pas une compréhension sur l'orientation que va prendre le marché.

La troisième catégorie est « Visionaries ». Les entreprises se situant dans cette catégorie, savent où se situe l'avenir du marché et envisagent de modifier ses règles. Toutefois, elles ne concrétisent pas encore cela.

Et pour finir, la quatrième catégorie est « Leaders ». Ces entreprises-là, ont une bonne exécution de leur vision actuelle et sont donc bien positionnées pour l'avenir.⁴

Les deux critères sur lesquels ce quadrant se base, c'est l'exhaustivité de la vision et la capacité d'exécution.

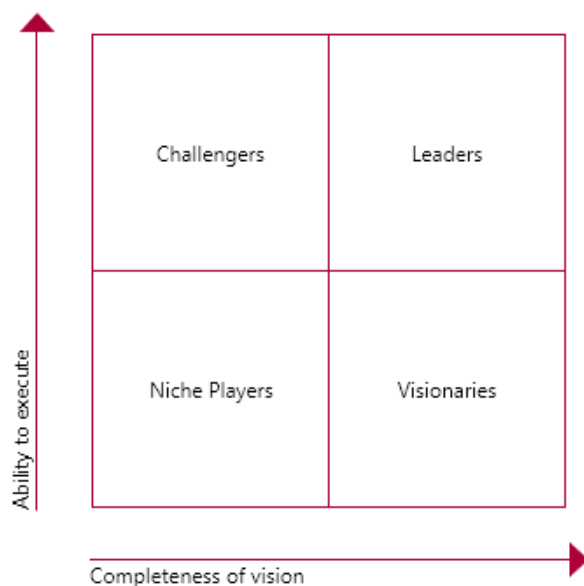


Figure 6 : Magic Gartner Quadrant

2.1.5.1. Magic Gartner Quadrant – Odoo

En 2017, la méthodologie de Gartner publie son « Magic Gartner Quadrant » sur les pionniers de l'ERP. Nous pouvons constater qu'Odoo se situe dans le quadrant de la niche. Parmi ses concurrents, plusieurs s'y retrouvent, comme par exemple : Epicor ERP. Ils seront plus détaillés dans la section suivante.

⁴ Nguyen, T-D, "Stratégie et gouvernance IT", séance 3, 2020 (Gartner, 2021) (Nguyen, 2020)



Figure 7 : Magic Gartner Quadrant – Odoo (Gartner Methodology, octobre 2017)

2.2. Description des outils

2.2.1. Outils utilisé au sein d'Idealis Consulting

Dans l'entreprise de consultance informatique, Idealis Consulting, une multitude d'outils de communication interne et externe sont utilisés afin de mettre en avant leur stratégie digitale.

2.2.1.1. Odoo

Tout d'abord, le premier outil est évidemment Odoo. Étant un ERP, Odoo propose de multiples applications dans des domaines très différents de la gestion globale d'une entreprise. Cela va de la comptabilité à la manufacture en passant par le marketing automation. Dans le cadre de ce travail, les applications concernant la stratégie digitale, la communication interne et externe seront abordées. Il y a en effet trois applications importantes dans ce domaine-là :

- Site internet : Un système de **CMS (=Content Management System)**, permettant de construire des sites internet rapidement et de façon simplifiée, sans avoir nécessairement besoin d'un développeur.
- Email marketing : Une application permettant de créer des newsletters en interne et externe à l'entreprise, tout en leur apportant un design propre à l'entreprise grâce au système CMS.
- Social marketing : L'application concernant les réseaux sociaux, permet d'avoir une vue globale de ceux-ci, tout en pouvant programmer des postes.

2.2.1.2. Discord

Le deuxième outil est « Discord ». À l'origine, c'est une plateforme destinée aux gamers, toutefois Idealis Consulting a décidé de se l'approprier pour sa communication interne, car elle permet de créer différents canaux, concernant les différents projets de la société. C'est un moyen pour permettre aux collaborateurs d'être informés de ce qu'il se passe au sein de l'entreprise et des différents projets.

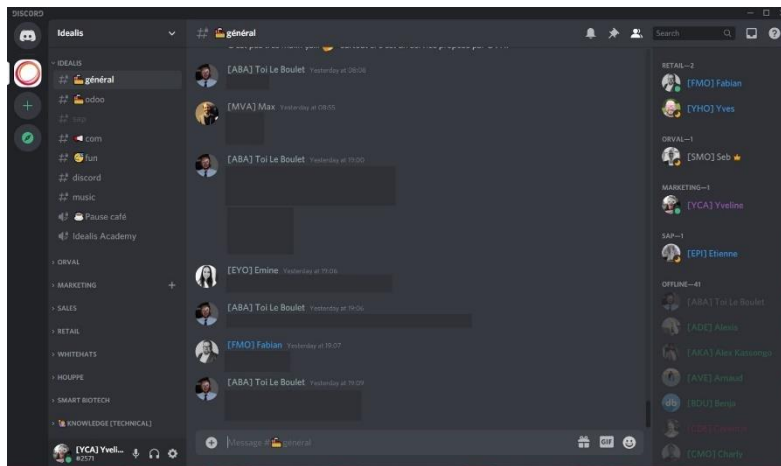


Figure 8 : Discord d'Idealis Consulting

2.2.1.3. Mails

Le troisième outil, ce sont les mails. Bien évidemment Idealis Consulting utilise les mails pour communiquer avec ses clients, les prospects, les candidats, mais également avec ses collaborateurs.

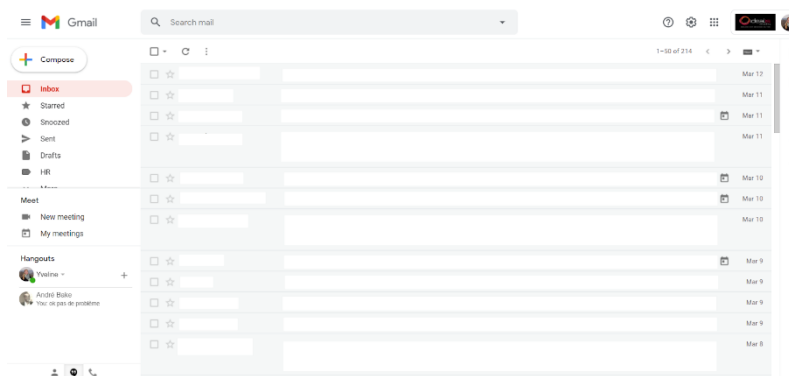


Figure 9 : Mails d'Idealis Consulting

2.2.1.4. Réseaux sociaux

Le quatrième outil, ce sont les réseaux sociaux. Facebook, Instagram, LinkedIn et WhatsApp sont les réseaux de prédilection d'Idealis Consulting. Chacun d'entre eux a sa propre utilité. Facebook et Instagram sont plus axés sur le partage de la vie en entreprise, tout en incluant les moments forts du côté professionnel. Comme par exemple un Go Live.

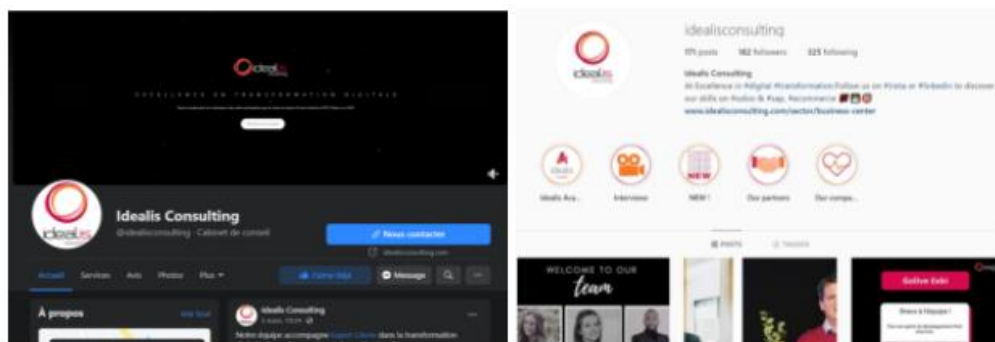


Figure 10 : Page Facebook d'Idealis et Profil Instagram d'Idealis

Il a déjà été dit plus haut qu'Idealis utilise Discord concernant la communication interne de l'entreprise. WhatsApp fait également partie de la communication interne, mais possède un côté plus léger : il s'utilise plus dans le quotidien des collaborateurs et permet par exemple d'évoquer les anniversaires des collaborateurs.

LinkedIn est très fortement axé sur le professionnel et sur le public, tel que des prospects, clients et candidats. Les trois réseaux sociaux évoqués précédemment sont en lien direct avec la communication externe de l'entreprise.

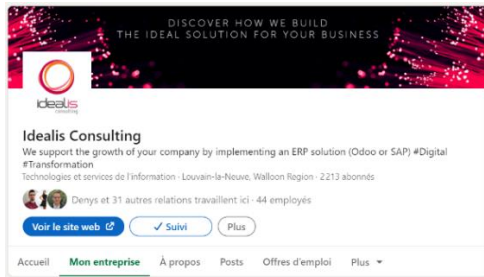


Figure 11 : Page LinkedIn d'Idealis

2.2.1.5. Site web

Pour finir, le dernier outil qu'Idealis utilise c'est son site internet. Effectivement, comme évoqué précédemment, le site internet d'Idealis est un moyen de communication externe réalisé à l'aide d'Odoo.

Dans les sous-sections suivantes, il sera question de présenter différents outils dans plusieurs domaines de la communication interne et externe.

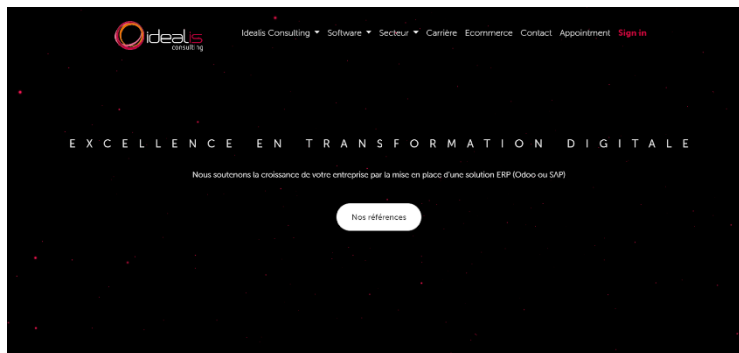


Figure 12 : Site internet d'Idealis Consulting

2.2.2. Les ERP

2.2.2.1. Odoo

Odoo est un progiciel qui a vu le jour en février 2005 en Belgique. Depuis lors, il y a une nouvelle mise à jour annuelle en septembre/octobre. Cet ERP est principalement dédié au PME et est composé de plusieurs applications. Odoo recouvre un certain nombre de domaines : la finance, les ventes, les ressources humaines, le marketing, les sites web, les services, inventaires & MRP et la productivité.

Il est tout à fait possible d'uniquement sélectionner les applications Odoo dont on a besoin, sans s'encombrer d'apps qui n'ont aucune utilité. Les tarifs d'Odoo sont calculés en fonction du nombre d'utilisateurs et du nombre d'applications sélectionnées.



Figure 13 : Odoo

2.2.2.2. SAP Business One

SAP Business One est un progiciel fourni par SAP SE à destination des PME. Sa première version a vu le jour en 1996 et portait le nom de « TopManage », en 2004 le nom de SAP Business One fut associé au programme. Ce progiciel se lie aux secteurs suivants : les industries de la fabrication, du commerce de détail et de la distribution.

Il existe plusieurs modèles de prix. Tout d'abord il y a la possibilité d'avoir accès à SAP Business One grâce à un achat unique par utilisateur. Les prix débutent à 1357\$ pour une personne, ce qui comprend la possibilité d'acheter ce pack pour maximum cinq utilisateurs. Ce pack est destiné au Start-ups. Ensuite, il y a la possibilité de prendre un abonnement mensuel qui débute à 110\$/mois/utilisateur pour un maximum de cinq utilisateurs.



Figure 14 : SAP Business One (SAP Business One)

2.2.2.3. Epicor ERP

Epicor ERP est un progiciel qui a vu le jour en 1972 aux Etats-Unis. Ce progiciel est dédié aux entreprises de toute taille, il propose différentes solutions adaptées à la taille de l'entreprise. Epicor est actif dans ces différents secteurs : automobile, matériaux de construction, distribution, fabrication et vente au détail.

La tarification commence à 175\$/mois/utilisateur. Il est toutefois possible d'utiliser uniquement les fonctionnalités dont l'entreprise a besoin. Pour ce faire, un contact avec l'un des commerciaux d'Epicor ERP est nécessaire.



Figure 15 : Epicor ERP (Epicor ERP)

2.2.2.4. NetSuite

NetSuite est un progiciel faisant partie de la société Oracle depuis 2016. Il a été cependant créé en 1998 par Evan Goldberg. Cet ERP est présent dans une multitude de secteurs avec des solutions adaptées à ceux-ci. Les secteurs sont les suivants : agences de publicité et de marketing numérique ; vêtements, chaussures et accessoires ; campus stores ; conseil ; éducation ; énergie ; services financiers ; alimentation et boissons ; santé et beauté ; soins de santé et sciences de la vie ; services informatiques ; fabrication ; médias et édition ; organismes à but non lucratif ; services professionnels ; restaurants et hôtellerie ; vente au détail ; logiciels et technologies ; transport et logistique et distribution en gros.

La tarification débute à 499\$/mois. Le prix est disponible uniquement sur devis.

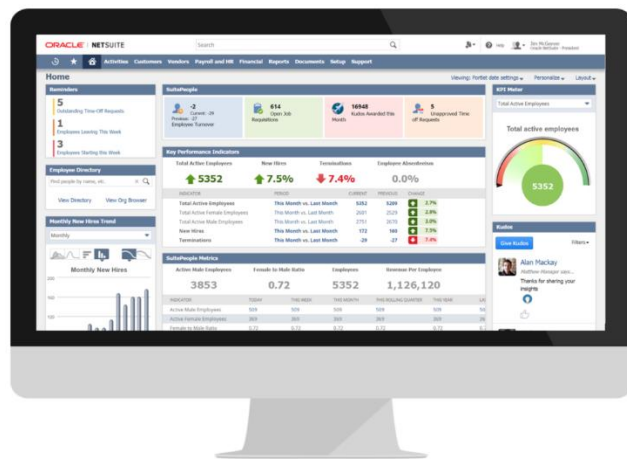


Figure 16 : NetSuite (ABJ Cloud Solutions)

2.2.2.5. Deltek Vision Software

Ce progiciel est divisé en cinq solutions, qui sont les suivantes : CRM, planification des ressources, gestion des performances, solutions de connectivité pour les logiciels Microsoft et outils de navigation. Deltek Vision opère dans différents secteurs : architecture, ingénierie et construction ; aérospatial et défense ; CPA et comptabilité ; énergie, pétrole et gaz ; ingénierie, approvisionnement et construction ; marchés publics ; gestion et conseil informatique ; agences de marketing et publicité et organismes sans but lucratif.

La tarification de cet ERP n'est pas communiquée et il n'y a pas de version gratuite, ni d'un essai gratuit.

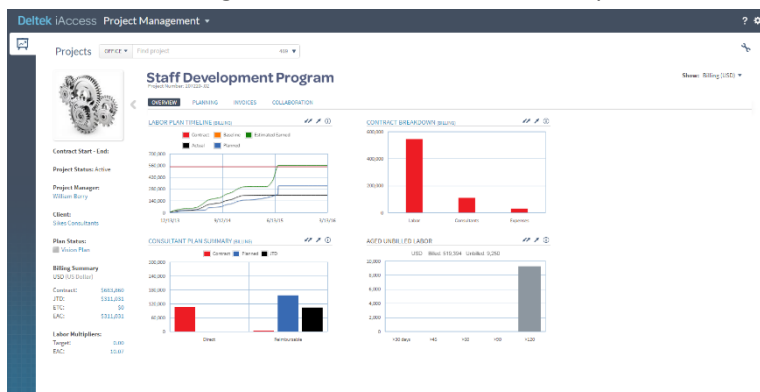


Figure 17 : Deltek Vision Software (Software Advice)

2.2.3. Logiciels de gestion/planification

L'ERP étant un logiciel de gestion intégrée, cela signifie qu'il s'occupe de plusieurs processus d'une entreprise. Les logiciels de gestion se focalisent uniquement sur les processus de gestion. Il est important d'aborder le sujet, car en voulant utiliser le progiciel Odoo, il faut pouvoir démontrer pourquoi il est intéressant de l'utiliser plutôt qu'un logiciel de gestion.

Ici, cinq logiciels sont présentés, pour que, par la suite, ils soient comparés entre eux.

2.2.3.1. Odoo

L'application « Projet » d'Odoo fait partie de l'ERP Odoo. Elle permet d'organiser, de programmer, de planifier et d'analyser les projets au sein d'une entreprise.

Les plans tarifaires commencent à partir de 16€/mois, sans compter le prix de 22€/mois/utilisateur. Sauf, si c'est la seule application qui est prise et qu'il n'y a qu'un seul utilisateur, dans ce cas c'est gratuit.

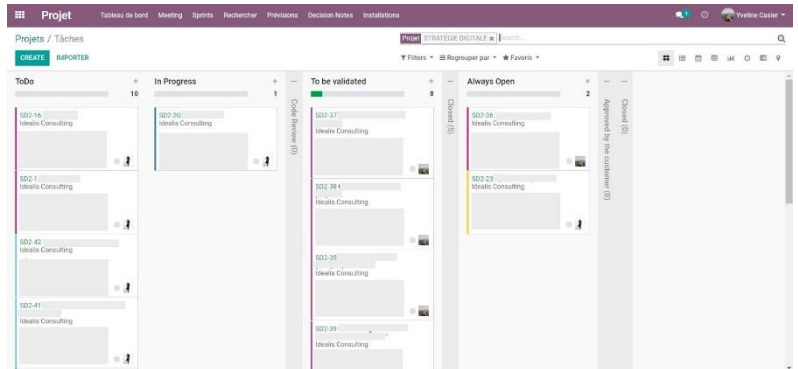


Figure 18 : Application "Projet" d'Odoo

2.2.3.2. Microsoft Project

Aussi appelé MS Project, est un logiciel de gestion de projets fourni par Microsoft. Il aide les entreprises à planifier leurs projets et les gérer en passant par la vue d'ensemble des données des projets et du budget.

La tarification de MS Project se divise tout d'abord en deux parties. Il y a la partie cloud, qui elle permet un plan tarifaire à partir de 8,40€/mois/utilisateur. Et il y a également l'option en local qui est disponible à partir de 849€.

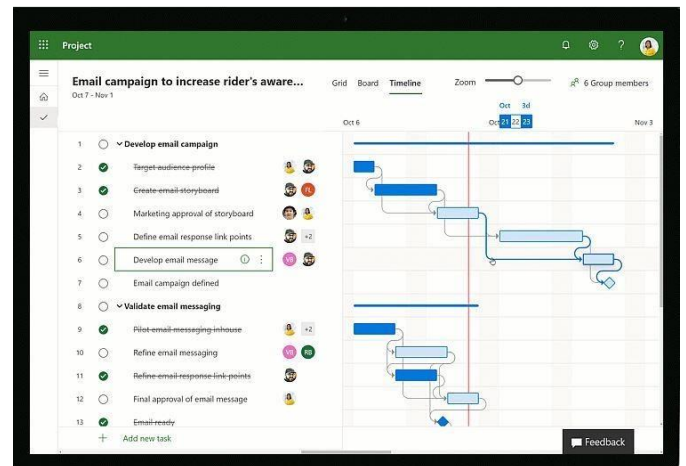


Figure 19 : Microsoft Project (Barbera A., octobre 2019)

2.2.3.3. Atlassian JIRA

Atlassian JIRA est un logiciel de gestion de projets permettant d'avoir du reporting agile, roadmaps, backlog, etc.

Les plans tarifaires vont d'une version gratuite à une version payante allant jusqu'à 14\$/mois/utilisateur. Toutefois, un essai gratuit est possible. La version gratuite comprend certaines fonctionnalités telles que : un tableau Scrum et Kanban, un backlog, roadmaps basiques, etc. Cette version gratuite permet d'être utilisée par maximum 10 utilisateurs.

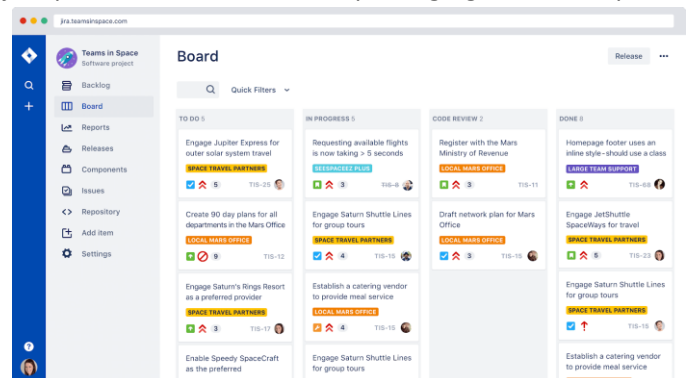


Figure 20 : Atlassian JIRA (Think&do)

2.2.3.4. Basecamp

Basecamp est un logiciel de gestion de projets qui permet de faire des to-do-listes, des calendriers, de partager des documents, etc. Ce logiciel permet également de garder contact, en temps réel, avec ses collègues.

La tarification se fait à partir de 99€/mois sans limite d'utilisateurs et aucune limite de projet. Il y a également un essai gratuit d'une durée de 30 jours.

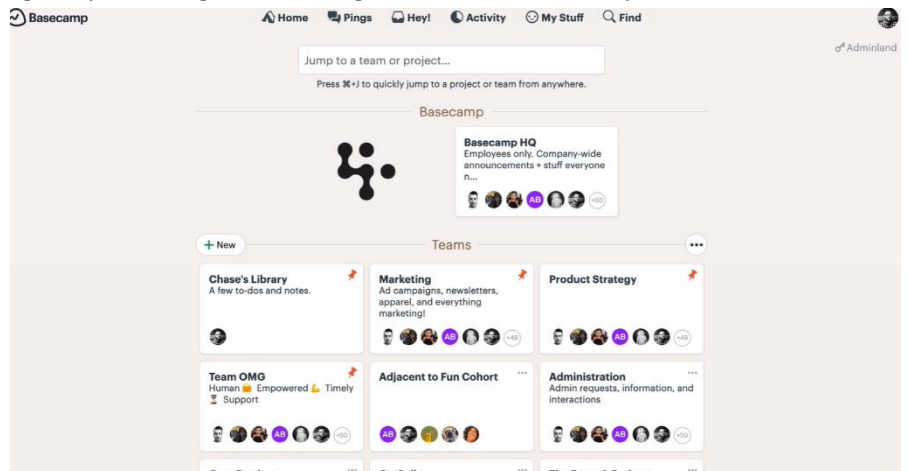


Figure 21 : Basecamp (Blog du Modérateur)

2.2.3.5. Favro

Favro est un logiciel de gestion de projet qui permet de faire des tableaux d'équipes et des plannings, des feuilles d'Excel et des bases de données, roadmaps et programmation d'horaires, etc.

La tarification est à partir de 12\$/mois pour deux utilisateurs et il y a à chaque fois un essai gratuit de 14 jours.

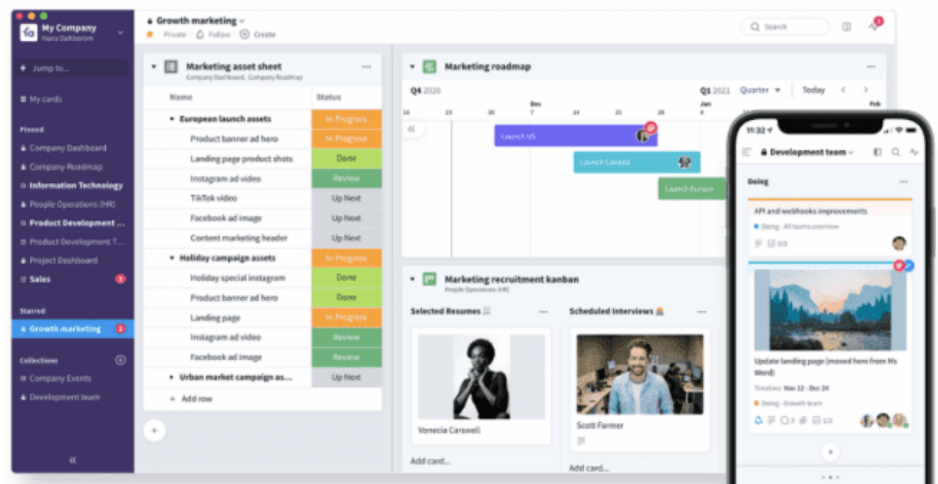


Figure 22 : Favro (Corthésy M., février 2021)

2.2.4. Logiciels de création de site internet

La stratégie digitale d'une entreprise, mais surtout sa communication externe passe par la mise en place d'un site internet. Un site internet est un outil infaillible, s'il est bien construit, pour promouvoir son activité. Il est important que le site internet soit revu au minimum chaque année, car il doit à tout instant refléter l'état réel de l'entreprise.

Un travail ergonomique et des expériences utilisateurs sont à réaliser, afin de déterminer si le message que l'entreprise veut faire passer est bien celui qui est reçu par l'utilisateur.

Les différents outils de création de site internet qui sont illustrés dans les sous-sections suivantes, se basent sur du CMS. Aucun designer ou développeur n'est nécessaire pour utiliser ces outils. Toutefois, un UX Designer peut être utile pour faire le travail ergonomique.

2.2.4.1. Odoo

Comme il a été déjà évoqué plus haut, Odoo est un ERP qui propose diverses applications en rapport avec les processus des entreprises. Odoo est également un outil de création de site internet. Il permet de créer un site en CMS avec des templates gratuits et/ou payants.



Figure 23 : Application "Site Web" d'Odoo

2.2.4.2. Wix.com

Wix.com est un logiciel de création de site internet qui permet d'adapter des templates déjà présents sur le site. Il s'agit de la création de site en CMS.

L'utilisation de Wix.com est gratuite, toutefois il est important de notifier que si l'on veut avoir un nom de domaine personnalisé, il faut payer 5\$. Il y a également une possibilité de payer un abonnement de 14\$/mois, afin d'avoir accès à d'autres fonctionnalités.

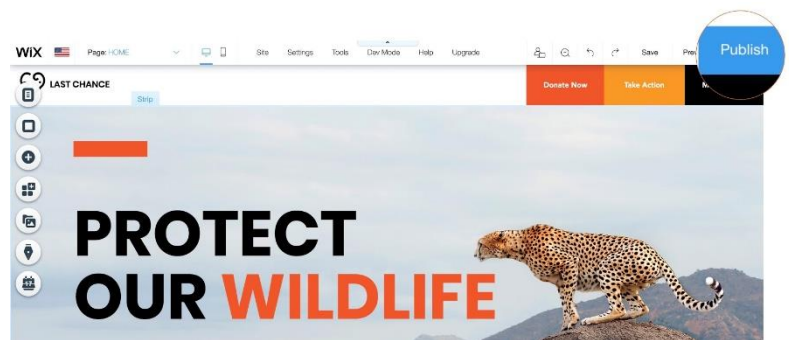


Figure 24 : Wix.com (Wix.com)

2.2.4.3. Jimdo

Jimdo est un logiciel de création de site internet qui permet la création d'un site internet de manière simplifiée tout en jouant avec le **SEO (=Search Engine Optimization)**. Toutefois il y a certains points négatifs, par exemple il y a un manque de flexibilité dans l'adaptation des templates.

La tarification permet une version gratuite et les abonnements commencent à 10\$/mois. La version gratuite comprend les fonctionnalités de base, qui sont entre autres la sécurité https, cinq pages web, un formulaire de contact, une galerie d'image, etc.

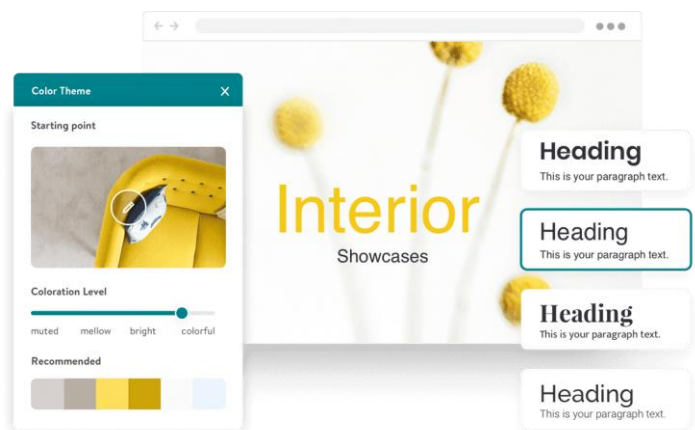


Figure 25 : Jimdo (Jimdo)

2.2.4.4. Weebly

Weebly est un logiciel de création de site internet qui permet une facilité d'utilisation et une flexibilité des templates. Toutefois, le nom de domaine n'est qu'inclus que pendant un an et il n'y a aucune assistance en français. La tarification est à partir de 6\$/mois, mais il y a également une version gratuite.

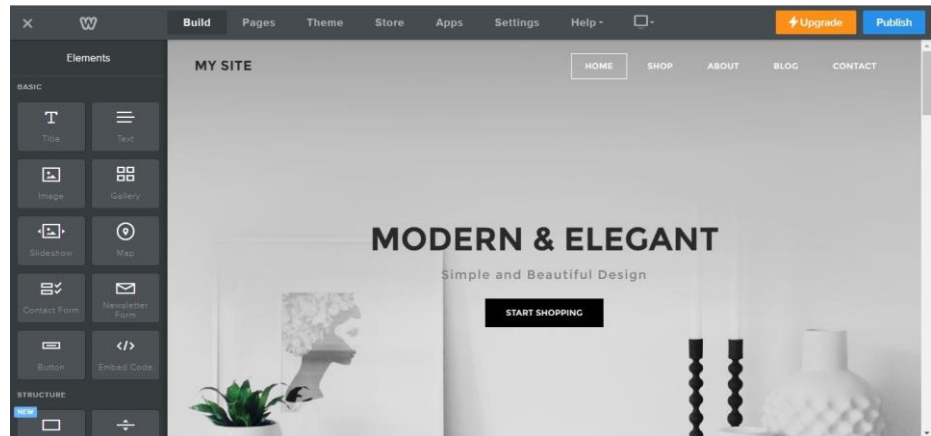


Figure 26 : Weebly (Make a Website Hub)

2.2.4.5. Webnode

Webnode est un logiciel de création de site internet qui convient parfaitement aux grands sites pour de grosses entreprises. Il y a une facilité d'y inclure plusieurs langues. Toutefois, il n'y a pas une grande diversité au niveau des templates et les fonctions e-commerce sont fortement limitées. La tarification est à partir de 3,95\$/mois, il existe tout de même une version gratuite.

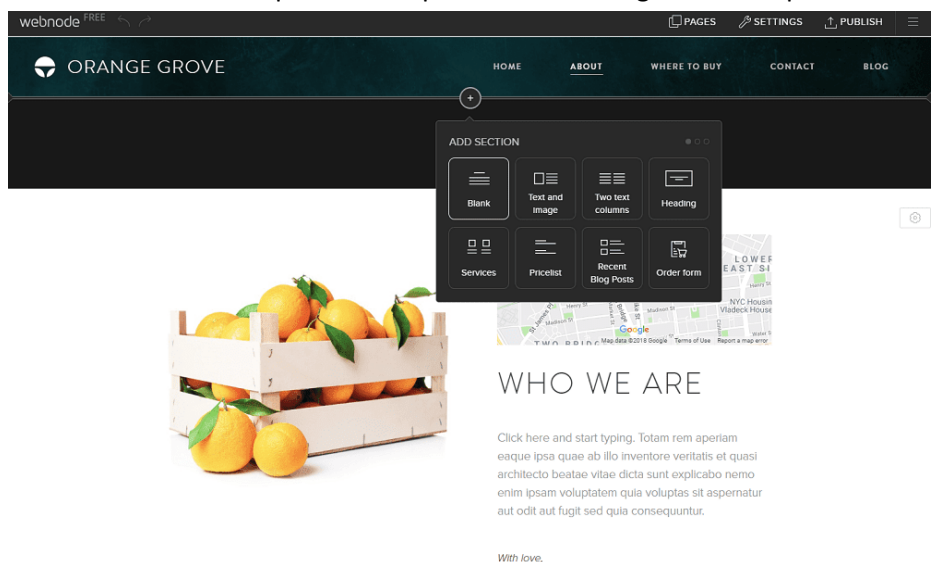


Figure 27 : Webnode (Ecommerce Website)

2.2.5. Logiciels de communication interne à l'entreprise

Concernant les logiciels de communication, il sera question des logiciels aidant à la communication interne des entreprises. Cela implique des outils tel que Odoo, Discord, GoToMeeting, etc.

2.2.5.1. Odoo

L'application « Discutez » d'Odoo permet de discuter via l'ERP avec ses collègues. Il fonctionne un peu comme Discord avec différents canaux pouvant abriter des sujets différents.

Messages

#Inbox

TOUT MARQUER COMME LU

Search...

Filters
 Favoris

Boîte de réception

Favoris

Histoire

CANAUX

MESSAGES DIRECTS

[illegible]

2.2.5.4. Workplace from Facebook

Workplace from Facebook est un logiciel de communication interne des entreprises qui permet une gestion des tâches, la gestion de la communication et chat en temps réel. Comme son nom l'indique, ce logiciel a été créé par Facebook.

La tarification est à partir de 4\$/mois/utilisateur.

Cette tarification de base comprend une multitude de fonctionnalités, telles que 1To de stockage de fichiers, la traduction automatique et les appels vidéo de groupes.



Figure 31 : Workplace from Facebook (Thielman S., octobre 2016)

2.2.5.5. Samepage

Samepage est un logiciel de communication interne qui permet une gestion des tâches, gestion des ressources, gestion des calendriers et la gestion de la communication.

La tarification est à partir de 7,50\$/mois/licence,

toutefois Samepage propose une version gratuite. Celle-ci comprend entre autres les fonctionnalités suivantes : gestion des tâches et des événements, communication et un stockage de 2Go.



Figure 32 : Samepage (Beauford M., mai 2019)

2.2.5.6. Teams

Le logiciel Teams fait partie de la suite Microsoft. Pour y avoir accès il faut se créer une adresse mails via Outlook, un autre produit Microsoft. Grâce à Teams il y a la possibilité de faire des appels vidéo, des appels audio, du partage d'écran, etc.

Il y a un plan gratuit, permettant de se créer une adresse mail et avoir accès à Teams.

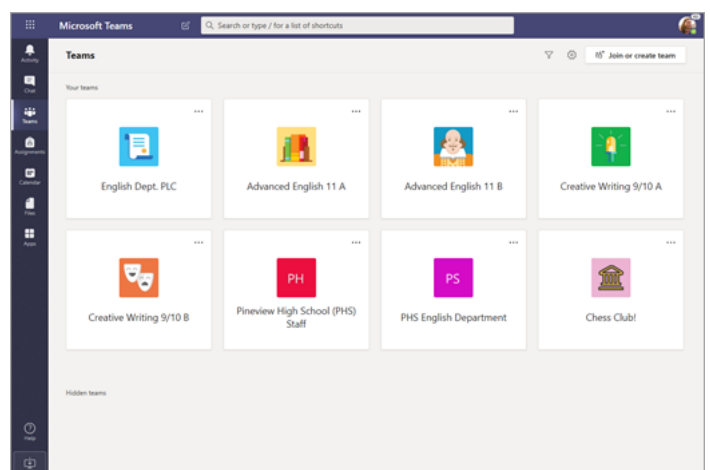


Figure 33 : Teams (Microsoft)

2.2.5.7. Zoom

Zoom est un logiciel de communication interne pour les entreprises. Le logiciel permet de faire entre autres des vidéoconférences, des appels audio et de discuter instantanément avec des collègues.

Zoom a un plan tarifaire gratuit qui peut accueillir jusqu'à 100 participants à une même réunion, la réunion dure maximum 40 minutes et permet de faire des réunions en tête à tête illimitée.



Figure 34 : Zoom (Zoom)

2.2.5.8. Google Meet

Google Meet est un logiciel de communication interne faisant partie de la suite Google. Tout comme Teams, pour avoir accès à Google Meet il faut se créer un compte.

La création d'un compte Google est entièrement gratuit, ce logiciel permet de faire des vidéos conférences en partageant ou non son écran.

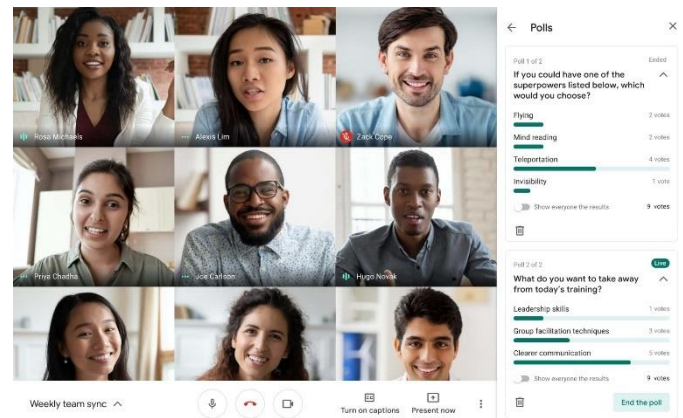


Figure 35 : Google Meet (Google)

2.2.6. Logiciels de communication externe à l'entreprise : Réseaux sociaux

La communication externe d'une entreprise ne se limite pas à envoyer des mails, à publier sur ses réseaux sociaux et à posséder un site internet. Il s'agit également d'avoir une charte graphique cohérente avec l'entreprise. La charte graphique inclut le logo de l'entreprise, ses couleurs, sa police d'écriture. La charte graphique d'Idealis Consulting se trouve en Annexe 3.

Concernant les logiciels de communication externe à l'entreprise, il sera question de logiciels spécialisés dans la publication de contenus sur les réseaux sociaux.

2.2.6.1. Odoo

Les applications d'Odoo se spécialisent individuellement sur différents aspects des processus d'entreprise. Dans ce cas-ci, il va être question d'aborder l'application « Social Marketing », qui englobe la gestion des processus des réseaux sociaux. Ce module permet de programmer des postes sur Twitter, Facebook et LinkedIn et avoir une vue globale des mentions qui se font sur Facebook et Twitter.

Le plan tarifaire commence à 24€/mois uniquement pour le module, les frais d'utilisateurs s'élèvent à 22€/mois/utilisateur.

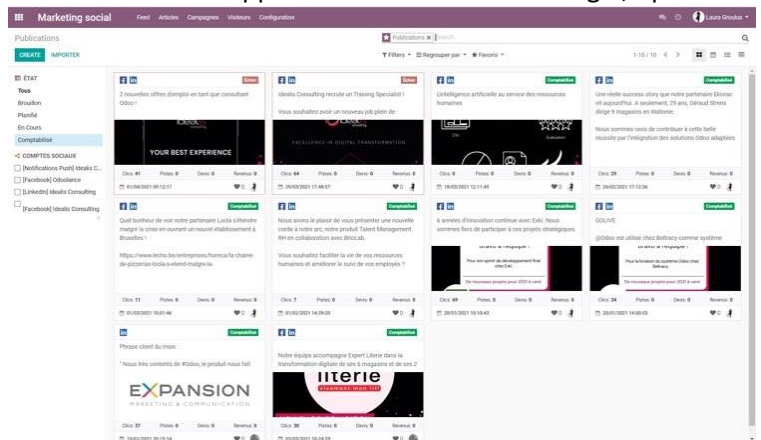


Figure 36 : Application "Social Marketing" d'Odoo

2.2.6.2. Hootsuite

Hootsuite est un logiciel de communication externe qui se focalise uniquement sur les réseaux sociaux. Ce logiciel inclut notamment Twitter, Instagram, Facebook et LinkedIn. Les plans tarifaires débutent à 39€/mois HTVA, ce qui inclut un utilisateur, 10 comptes sur les réseaux sociaux, la planification illimitée de postes et l'accès aux messages dans une seule boîte de réception.

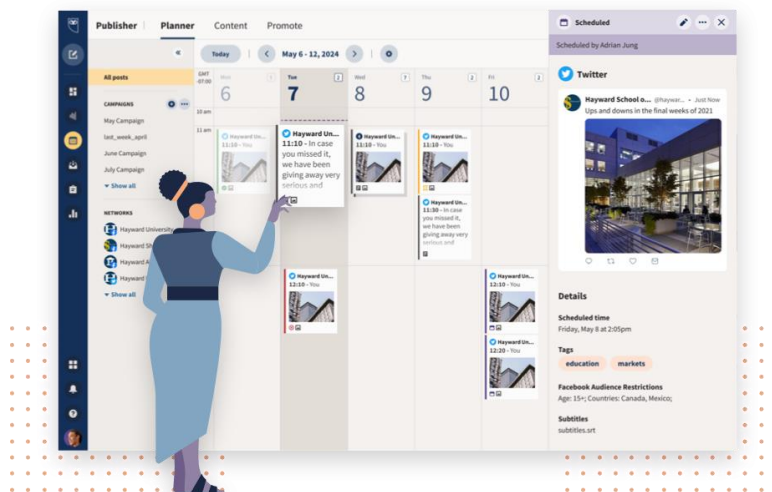


Figure 37 : Hootsuite (Hootsuite)

2.2.6.3. Buffer

Buffer est un logiciel de communication externe se focalisant exclusivement sur les réseaux sociaux. Ce logiciel permet la gestion multicomptes, la planification de publications et est également un outil de collaboration.

Les plans tarifaires débutent à 15\$/mois. Ce qui comprend 8 canaux sociaux, 100 postes programmés et 1 utilisateur. Toutefois une version gratuite existe, elle comprend 5 canaux sociaux, 10 postes programmés et 1 utilisateur.

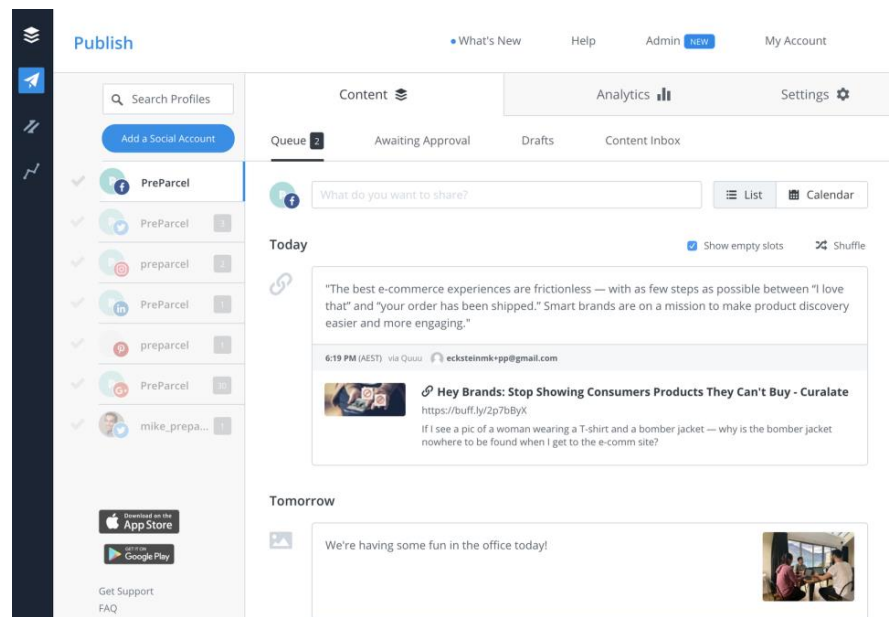


Figure 38 : Buffer (Capterra)

2.2.6.4. Seismic

Seismic est un logiciel de communication externe focalisé sur les réseaux sociaux. Ce logiciel comprend la planification à travers les équipes et les canaux, la création de campagnes impactantes et l'optimisation avec les performances analytiques.

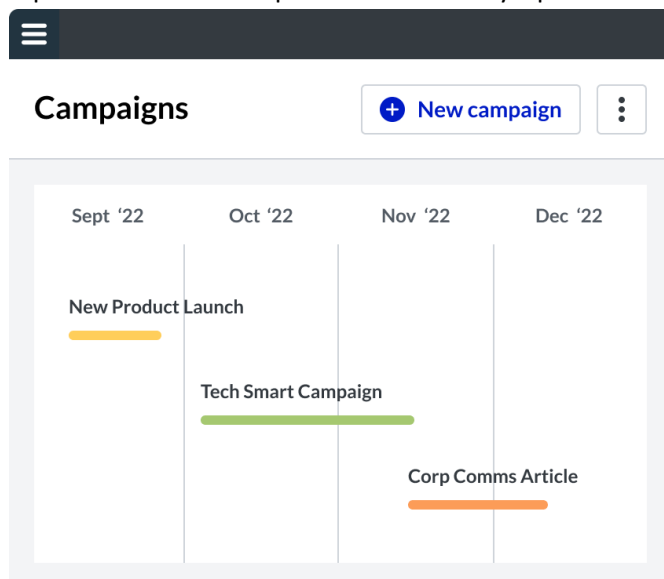


Figure 39 : Seismic (Seismic)

2.2.6.5. Zoho Social

Zoho Social est un logiciel de communication externe qui se focalise sur les réseaux sociaux. Il va permettre de planifier des postes sur les différents réseaux sociaux, de surveiller ce qui compte sur les différentes plateformes et de pouvoir collaborer directement avec les membres de sa communauté.

La tarification débute à 15€/mois ce qui comprend entre autres un Dashboard, des publications multicanales et un calendrier de publications.

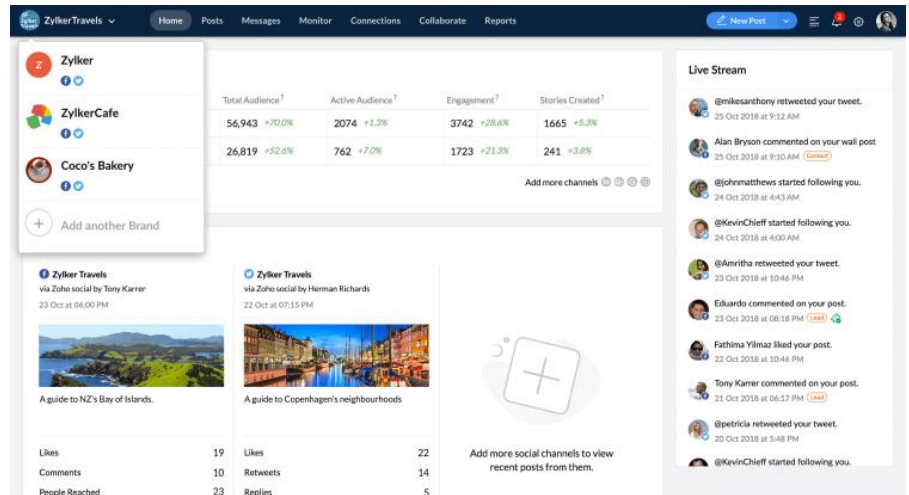


Figure 40 : Zoho Social (Soft Central)

2.2.7. Logiciels de communication externe à l'entreprise : E-mailing

Comme il a été expliqué dans la sous-section précédente, une charte graphique est extrêmement importante à la bonne communication externe.

Dans cette sous-section-ci, trois logiciels d'e-mailing y seront présentés. Ceux-ci permettent de programmer les e-mails et de les structurer comme bon vous semble.

2.2.7.1. Odoo

Odoo est un ERP englobant une multitude d'applications. Dans ce cas-ci, il est question de l'application e-mail marketing. Cette application permet de créer des campagnes emails à travers une interface utilisant le glisser-déposer et il est également possible de sélectionner des groupes de contacts. La tarification débute à 8€/mois, il faut également savoir qu'il faut payer un abonnement par utilisateur qui s'élève à 22€/mois.

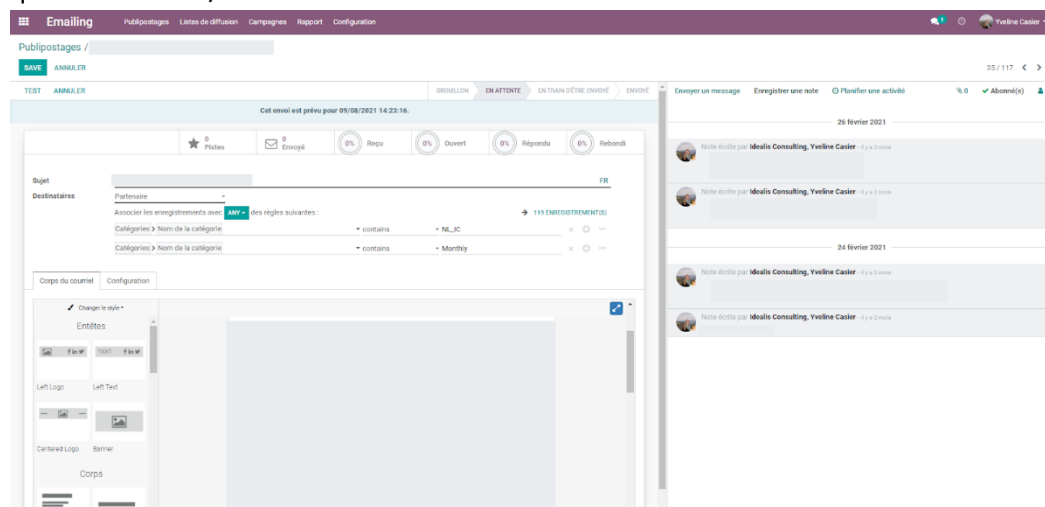


Figure 41 : Application «Emailing» d'Odoo

2.2.7.2. Sendinblue

Sendinblue est un logiciel de gestion de campagne d'e-mailing proposant plusieurs fonctionnalités, tel qu'un éditeur d'email, un chat, du SMS marketing et une optimisation de l'heure d'envoi.

Les plans tarifaires débutent à 0€/mois et vont jusqu'à une personnalisation totale de l'offre pour s'adapter au mieux aux entreprises.

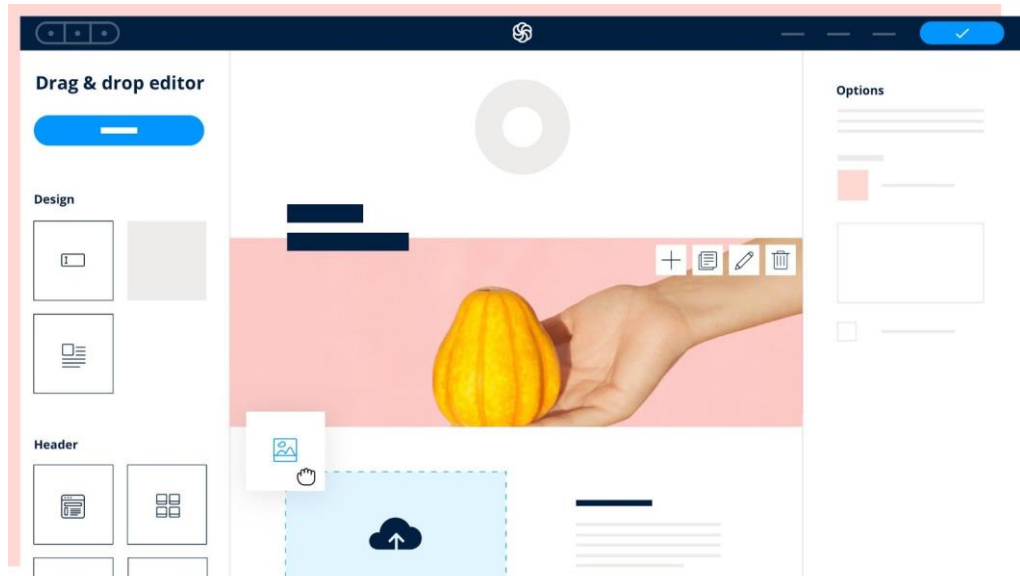


Figure 42 : Sendinblue (Sendinblue)

2.2.7.3. Mailchimp

Mailchimp est un logiciel de gestion de campagne d'e-mailing qui comprend les fonctionnalités suivantes : contenu dynamique, producteur de contenu, emails transactionnels, analyse en temps réel, etc.

Les plans tarifaires débutent à 0€/mois ce qui comprend jusqu'à 2000 contacts d'envoi d'emails.

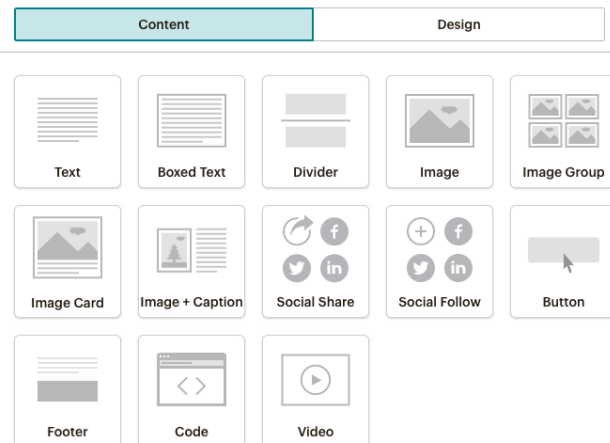


Figure 43 : Mailchimp (Meuleman Y.)

2.2.7.4. Active Trail

Active Trail est un logiciel de communication externe qui se focalise dans l'envoi de mails en masse. Il y a beaucoup de fonctionnalités, comme l'envoi d'emails prédictifs, la personnalisation et la gestion de contenus.

La tarification débute à 8€/mois en paiement annuel ce qui comprend entre autres l'envoi illimité d'emails, des sondages et un utilisateur. Il est également possible d'avoir un essai gratuit de 30 jours.

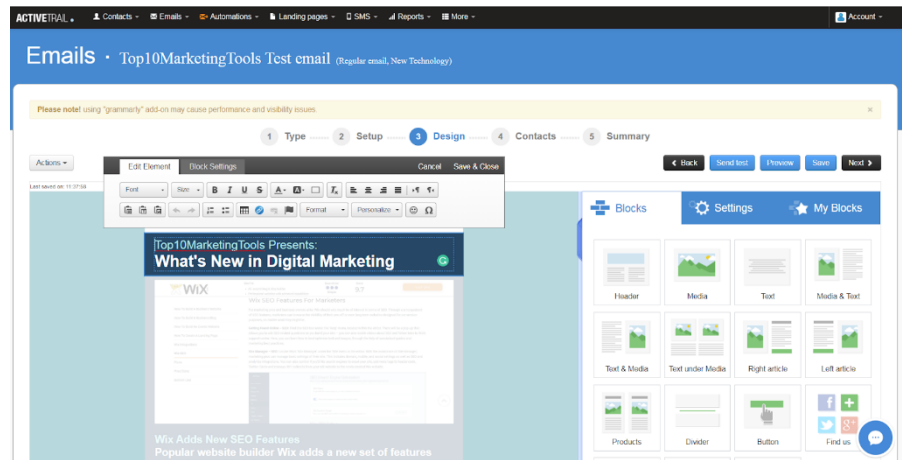


Figure 44 : Active Trail (Top Ten Marketing Tools)

2.2.7.5. Benchmark

Benchmark est un logiciel de communication externe qui est entre autres spécialisé dans l'envoi de mails en masse. Ses fonctionnalités sont variées et comprennent entre autres un éditeur HTML, pour glisser et déposer des éléments et du A/B Testing.

La tarification débute à une formule gratuite qui comprend l'envoi de 250 emails par mois, des templates⁵ de mails qui sont responsive⁶ et 10 MB de stockage d'images.

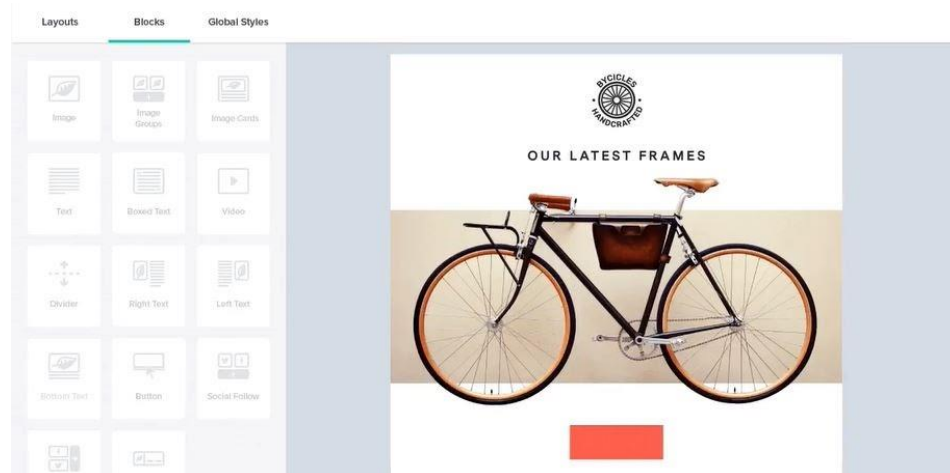


Figure 45 : Benchmark (Benchmark)

Dans cette section, « **2.2. Description des outils de gestion et de l'environnement** », il a été question d'exposer une grande quantité d'outils permettant d'aider à la gestion des différents processus de l'entreprise concernant la stratégie digitale et la gestion et la diffusion des informations.

Ce travail est nécessaire pour bien comprendre quels sont les enjeux de ces différents outils. Dans la section suivante « **2.3. Comparaison des outils** », ces différents outils seront comparés entre eux selon certains critères bien précis. La section suivante « **2.4. Etat de la question de recherche dans l'entreprise** » va démontrer qu'il y a une réelle problématique au niveau de l'entreprise Idealis Consulting.

⁵ Voir glossaire

⁶ Voir glossaire

2.3. Comparaison des outils

Dans la sous-section précédente, plusieurs outils de gestion, tels que des ERP et des logiciels de gestion et de communication, ont été décrits. Cela a donné une vue globale des différents outils spécifiques à son domaine. Dans cette sous-section il sera question de comparer ces différents progiciels et logiciels par rapport à des critères bien précis. Ceux-ci seront choisis en fonction des différentes recherches qui ont pu être effectuées.

Les tableaux comparatifs seront accompagnés par une analyse de ceux-ci afin de mieux comprendre l'enjeu des comparaisons faites.

2.3.1. Comparaison des ERP

La comparaison des progiciels a pour objectif de déterminer où se situe Odoo par rapport aux autres ERP présentés dans la sous-section précédente. Les critères sélectionnés se basent sur la comparaison des progiciels du site Capterra, mais également des fonctionnalités qu'Odoo peut proposer. La première partie de la comparaison, appelée « Général » est une notation donnée par des utilisateurs sur le site Capterra. Ces notations sont sur cinq. Le chiffre entre parenthèses est le nombre de personnes qui ont donné un avis sur le progiciel.

Critères	Odoo v14	SAP Business One	Epicor ERP	Deltak Vision Software	NetSuite
Général					
Notation générale	4.21/5 (396)	4.18/5 (173)	3.89/5 (85)	4.1/5 (457)	4.1/5 (736)
Facilité d'utilisation	4.0/5	4.0/5	3.5/5	3.6/5	3.8/5
Rapport qualité-prix	4.0/5	4.0/5	3.5/5	3.7/5	3.7/5
Support client	3.5/5	4.0/5	3.5/5	4.0/5	3.6/5
Fonctionnalités					
CRM	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Gestion de projet	Oui	Non	Non	Oui	Non
Gestion des ventes	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Gestion des ressources humaines	Oui	Non	Oui	Oui	Oui
Gestion des stocks	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Gestion financière	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Gestion des campagnes marketing	Oui	Oui	Non	Non	Non

Création de site internet	Oui	Non	Non	Non	Non
E-mailing	Oui	Non	Non	Oui	Non
Réseaux sociaux	Oui	Non	Non	Non	Non
Canaux de communication interne	Oui	Non	Oui	Non	Non

Tableau 1 : Comparaison des ERP

Les différents critères se trouvant dans la catégorie « Fonctionnalités » du tableau font référence aux fonctionnalités d'un ERP. La présence ou non de ces fonctionnalités dans les ERP est notifiée par un « Oui » ou un « Non » dans les cases correspondantes.

La conclusion à en tirer est qu'Odoo offre la totalité des fonctionnalités d'un ERP tout en ayant une notation générale meilleure que les autres ERP ainsi qu'une des meilleures facilités d'utilisation et un excellent rapport qualité-prix. Seul le support client pourrait être amélioré.

2.3.2. Comparaison des logiciels de gestion/planification

La comparaison des logiciels de gestion/planification se base sur des critères qui ont été établis par rapport aux différentes fonctionnalités présente dans les cinq logiciels de gestion/planification. Le tableau se divise en deux catégories : « Vues » et « Fonctionnalités ». La première catégorie « Vues » permet d'identifier quel logiciel possède quel type d'aperçu pour visualiser la gestion de projet. La deuxième catégorie « Fonctionnalités » reprend différentes fonctionnalités importantes pour un logiciel de gestion/planification. La présence ou non des critères dans les logiciels est écrite par « Oui » ou « Non » dans le tableau.

Critères	« Projet » Odoo v14	Microsoft Project	Atlassian JIRA	Basecamp	Favro
Vues					
Tableau Kanban	Oui	Oui	Oui	Non	Oui
Diagramme de Gantt	Oui	Oui	Oui	Non	Oui
Fonctionnalités					
Tâches	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Sous-tâches	Oui	Non	Oui	Oui	Oui
Tickets du support client	Oui	Non	Oui	Non	Oui
Enregistrement du temps	Oui	Oui	Oui	Non	Oui
Glisser et déposer	Oui	Oui	Oui	Non	Oui

Tableau 2 : Comparaison des logiciels de gestion / planification

Les logiciels « Project » d'Odoo, « Atlassian JIRA » et « Favro » possèdent tous les trois les fonctionnalités et les vues présentes dans le tableau. Dans le cadre de ce mémoire, le thème principal est l'optimisation de la stratégie digitale et la gestion et la diffusion d'informations. Le logiciel de gestion/planification peut être une aide à l'organisation de sa stratégie digitale.

La conclusion est que le logiciel de gestion/planification est une aide à l'optimisation de la stratégie digitale, afin d'être plus organisé. Toutefois, ce logiciel ne permet pas la concrétisation de la stratégie digitale en tant que tel.

2.3.3. Comparaison des logiciels de création de sites internet

La comparaison des logiciels de création de sites internet est faite à travers le tableau suivant. Il est composé d'une seule catégorie : « Fonctionnalités ». Les critères au sein de cette unique catégorie permettent de déterminer quelles sont les fonctionnalités présentes dans les différents logiciels. Si l'un de ces critères est présent ou non dans le logiciel de création de sites internet, il sera annoté par un « Oui » ou « Non ».

Critères	« Site web » Odoo v14	Wix.com	Jimdo	Weebly	Webnode
Fonctionnalités					
Correction en temps réel	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Créateur d'enquêtes	Oui	Oui	Non	Non	Non
Créateur de boutiques en ligne	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Glisser et déposer	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Gestion SEO	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Modèles prédéfinis	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Outils de réservation en ligne	Oui	Oui	Non	Oui	Non
Page de renvoi et formulaires web	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui

Tableau 3 : Comparaison des logiciels de création de sites internet

Les logiciels de création de sites internet « Site web » d'Odoo et « Wix.com » englobent la totalité des critères présents dans le tableau ci-dessus. « Odoo » offrant la totalité des fonctionnalités et étant en plus de cela un ERP. C'est Odoo qui est conseillé pour la création de sites internet.

2.3.4. Comparaison des logiciels de communication interne

La comparaison des cinq logiciels de communication interne se base sur les différentes fonctionnalités que ces outils possèdent. Cela permet de voir où se situent les forces et les faiblesses des logiciels. Le tableau est divisé en deux catégories. Premièrement la catégorie « Général » comprend les critères des applications mobiles et desktop. Cela permet de voir si la communication peut se faire facilement via des applications. Deuxièmement, la catégorie « Fonctionnalités » comprend toutes les fonctionnalités principales présentes dans les applications utilisées lors de cette comparaison. La présence ou non de ces fonctionnalités est annoté par un « Oui » ou un « Non ». S'il y a un point d'interrogation, cela signifie que l'information n'a pas pu être trouvée avec certitude.

Critères	« Discutez » Odoo v14	Discord	GoToMeeting	Workplace from Facebook	Samepage	Teams	Zoom	Google Meet
Général								
App mobile	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
App desktop	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Non
Fonctionnalités								
Appel vidéo	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Partage d'écran	Non	Oui	Oui	Non	?	Oui	Oui	Oui
Appel audio	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Chat en temps réel	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Groupes de discussion	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Photos des employés	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui

Tableau 4 : Comparaison des logiciels de communication interne

Cela saute aux yeux que les applications « Discord », « Teams » et « Zoom » sont celles qui sont les plus complètes par rapport aux autres applications. Grâce à leurs applications mobiles et desktop, mais surtout à la disponibilité des applications, « Discord » et « Teams » sont pratiques à utiliser. La raison pour laquelle le logiciel « Teams » et « Zoom » ne sont pas recommandés à l'heure actuelle, est que pour avoir accès à « Teams » il faut avoir une adresse mail Microsoft et que « Zoom » a les mêmes fonctions que ce que « Google Meet » propose. Etant donné qu'Idéalys a ses adresses mails chez Google, il n'y a pas de nécessité de changer vers Microsoft ni d'utiliser « Zoom ». La prise en main de « Discord » se fait rapidement. Le logiciel reprenant le moins de critères est celui de « d'Odoo ». Une application mobile est disponible, mais pas celle pour le desktop. Au niveau des fonctionnalités, seule la possibilité de messages écrits en groupe ou individuellement est faisable. De grandes lacunes se font

à ce niveau-là. Sachant que les six autres logiciels comprennent pas mal de fonctionnalités supplémentaires par rapport à Odoo, l'amélioration est nécessaire pour Odoo.

2.3.5. Comparaison des logiciels de communication externe : Réseaux sociaux

La comparaison des logiciels de communication externe et plus particulièrement des logiciels se focalisant sur les réseaux sociaux, se fait à travers le tableau ci-dessous. Il se divise en deux catégories « Réseaux Sociaux » et « Fonctionnalités ». La première catégorie va permettre de reprendre les réseaux sociaux utilisés par Idealis Consulting et d'autres tel que Twitter et YouTube.

Critères	« Social Marketing » Odoo v14	Hootsuite	Buffer	Seismic	Zoho Social
Réseaux Sociaux					
Facebook	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
LinkedIn	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Instagram	Non	Oui	Oui	Non	Oui
Twitter	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
YouTube	Non	Oui	Non	Non	Oui
Fonctionnalités					
Création et programmation de publications	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Gestion des canaux	Oui	Oui	Oui	Non	Oui
Planification des campagnes	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Gestion des messages	Non	Oui	Non	Non	Oui
Analyse des résultats	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui

Tableau 5 : Comparaison des logiciels de communication externe - réseaux sociaux

Les logiciels de communication externe « Hootsuite » et « Zoho Social » sont les seuls logiciels offrant la totalité des fonctionnalités reprises dans le tableau ci-dessus. L'application « Social Marketing » d'Odoo fait partie des logiciels possédant le moins de fonctionnalités de la liste. Pour que cette application puisse concurrencer « Hootsuite » et « Zoho Social », elle devrait posséder les fonctionnalités suivantes : « Instagram », « YouTube » et pouvoir gérer les messages qui sont envoyés via ces différents réseaux sociaux.

2.3.6. Comparaison des logiciels de communication externe : E-mailing

La comparaison des logiciels d'emailing se fait via le tableau ci-dessous. Une seule catégorie est présente, c'est celle des « Fonctionnalités ». Elle comprend six critères importants pour un logiciel d'emailing. La présence ou non de ces critères au sein des logiciels est représentée par un « Oui » ou un « Non ».

Critères	« Email Marketing » Odoo v14	Sendinblue	Mailchimp	Active Trail	Benchmark
Fonctionnalités					
Visualisation du mail	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Template	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Glisser et déposer	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Test A/B	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
BDD de contacts	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Reporting	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui

Tableau 6 : Comparaison des logiciels de communication externe - emailing

La conclusion qui peut être tirée de ce tableau comparatif, est que tous les logiciels d'emailing sont égaux. Ils possèdent tous les mêmes fonctionnalités nécessaires au bon fonctionnement des envois mails. Idealis Consulting utilisant Odoo au quotidien, c'est l'application « Email Marketing » d'Odoo qui est choisie.

2.4. Etat de la question de recherche dans l'entreprise

Idealis Consulting, comme évoqué plus haut, est une société de consultance en informatique proposant ses services et ses compétences dans les ERP Odoo et SAP.

La question de recherche a été fixée par A. Bake, CEO d'Idealis, par la nécessité que cette société de consultance a de pouvoir optimiser sa stratégie digitale à travers son ERP Odoo, qu'elle utilise au quotidien.

Cette sous-section « **2.4. Etat de la question de recherche dans l'entreprise** » comprend plusieurs modèles et plusieurs techniques concernant les exigences d'Idealis Consulting, afin de situer la question de recherche au sein de l'entreprise. Il est démontré qu'il y a une réelle nécessité et volonté d'uniformiser tous les processus d'entreprises, que ce soit en rapport avec les projets, le recrutement ou la communication interne. Ce mémoire va permettre à Idealis Consulting d'avoir les clés pour passer moins de temps sur la logistique de sa stratégie digitale et de sa communication, afin d'avoir plus de temps pour la mettre en application.

2.4.1. Le modèle RACI

Le modèle RACI est une matrice qui signifie Responsible, Accountable, Consulted et Informed. Elle permet de catégoriser les niveaux de responsabilités des intervenants au sein de chaque processus de l'entreprise. Dans ce cas-ci, nous allons nous concentrer sur les processus relatifs à la stratégie digitale et à la communication interne et externe de l'entreprise.

L'objectif d'utiliser ce modèle est de bien comprendre les responsabilités de chacun par rapport au projet. Cela permet d'avoir une vue plus claire de qui va prendre la décision finale concernant un processus en particulier du projet.

Afin de mieux comprendre la matrice, il est important de connaître les différents termes de celle-ci. **R = Responsable**, cela permet de savoir qui est le responsable du processus. **A = Approbateur**, concernant ce terme-ci, c'est de savoir qui est le décideur final. Il ne peut y avoir qu'un seul décideur final pour chaque action. **C = Consulté**, c'est le fait de savoir qui doit être consulté avant une prise de décision. Pour finir avec la dernière lettre de la matrice, **I = Informé**. Cela consiste à déterminer qui doit être informé de la décision qui a été prise.

Les différents acteurs de cette matrice sont les suivants :

- André Bake, C.E.O.
- Nicolas Denis, Responsable commercial
- Laura Groulus, Responsable marketing et communication
- Yveline Casier, Product Owner en marketing digital

Etapes du projet	André	Nicolas	Laura	Yveline
Recherches sur le sujet	A, C, I	C, I	C, I	R
Identification des parties prenantes	A, C, I	C, I	C, I	R
Contexte de la problématique	A, C, I	C, I	C, I	R
Définition de la problématique	A, C, I	C, I	C, I	R
Définition de l'objectif du projet	A, C, I	C, I	C, I	R
Définition du périmètre du projet	A, C, I	I	C, I	R
Détection des besoins du client	A, C, I	I	C, I	R
Decision meetings	A, C, I	I	C, I	R
Proposition de solutions	A, C, I	I	C, I	R
Sélection de la solution	A, C, I	I	C, I	R
Mener à bien un test d'utilisabilité	A, C, I	I	C, I	R
Analyser les résultats du test d'utilisabilité	A, C, I	I	C, I	R
Propositions de recommandations pour le site internet	A, C, I	I	C, I	R
Implémentation des recommandations choisie	A, C, I	I	C, I	R
Rétrospective sur le projet	A, C, I	I	C, I	R

Tableau 7 : Modèle RACI

L'analyse qui peut être tirée de ce modèle RACI est que Laura et Nicolas sont informés de l'avancée du projet et sont également consultés dans certains processus pour avoir leur avis. Tandis qu'André va non seulement être consulté et informé de l'avancée du projet, mais va également approuver les différents processus. Yveline quant-à-elle est entièrement responsable de l'ensemble du projet.

2.4.2. Personas

Avant toute chose, il est important de comprendre ce qu'est un persona. « *Un persona, appelé aussi «buyer persona», c'est une représentation fictive de vos cibles, de vos prospects et clients. Qui dit*

représentation fictive, dit bien évidemment, que ce ne sont pas des prospects ou clients réels. À l'instar d'un personnage imaginaire, le persona n'existe pas. » (M. Bassinet, juillet 2020)

En l'occurrence, les cibles de ce travail sont : les business analysts, les team leaders et les responsables marketing et communication.

L'objectif de créer des personas est de mieux comprendre les publics cibles, afin d'apporter une solution qui soit adaptée en fonction de leurs profils informatiques.

2.4.2.1. Business Analyst

Le Business Analyst va utiliser la solution finale de ce travail. Afin de mieux comprendre les Business Analyst, voici un persona représentant ce public-là :


Rosalie Lepour - Business Analyst		
	Poste : Business Analyst Senior Ancienneté dans l'entreprise : 6 ans Objectifs : <ul style="list-style-type: none"> - Comprendre les besoins des clients. - Retranscrire ces besoins en terme techniques. - Comprendre les processus d'entreprise. Challenges : <ul style="list-style-type: none"> - Communiquer les informations nécessaires aux développeurs - Être confronté à un problème de budget. - Être confronté à des bugs. 	<i>"Les meilleure façon de prédire l'avenir est de le créer."</i> Peter Drucker Comportement internet Utilisation quotidienne au bureau Principalement sur des bases de données Odoo et sur internet pour trouver des informations concernant des bugs.
	Âge : 37 ans Lieu : Rixensart Famille : Mariée, 3 enfants Salaire brut par an : 48.000€ Frustrations : <ul style="list-style-type: none"> - Les problèmes budgétaires et communicationnels. 	Equipement <ul style="list-style-type: none"> - PC Windows 10 - Smartphone

Figure 46 : Persona «Business Analyst»

2.4.2.2. Team Leader

Le Team Leader va utiliser la solution finale de ce travail. Afin de mieux comprendre les Team Leaders, voici un persona représentant ce public-là :

Maxime Dubois - Team Leader		
	Poste : Team Leader Ancienneté dans l'entreprise : 8 ans Objectifs : <ul style="list-style-type: none"> - Gérer son équipe. - Faire en sorte que la communication se fasse bien avec les client et le reste de l'équipe, mais aussi au sein même de l'équipe. - Vérifier que les projets avancent correctement. Challenges : <ul style="list-style-type: none"> - Faire en sorte que les planning soient respectés et que les budgets ne soient pas dépassés. 	<i>"Vous ne trouverez jamais ce que vous ne cherchez pas."</i> Confucius Comportement internet Utilisation quotidienne au bureau Principalement sur des bases de données Odoo et sur internet pour trouver des informations concernant des bugs.
	Âge : 43 ans Lieu : Namur Famille : Divorcé, 4 enfants Salaire brut par an : 58.000€ Frustrations : <ul style="list-style-type: none"> - Les problèmes budgétaires et communicationnels. 	Equipement <ul style="list-style-type: none"> - PC Windows 10 - Smartphone

Figure 47 : Persona «Team Leader»

2.4.2.3. Responsable marketing et communication

Le responsable marketing et communication va utiliser la solution finale de ce travail. Afin de mieux comprendre les responsables marketing et communication, voici un persona représentant ce public-là :

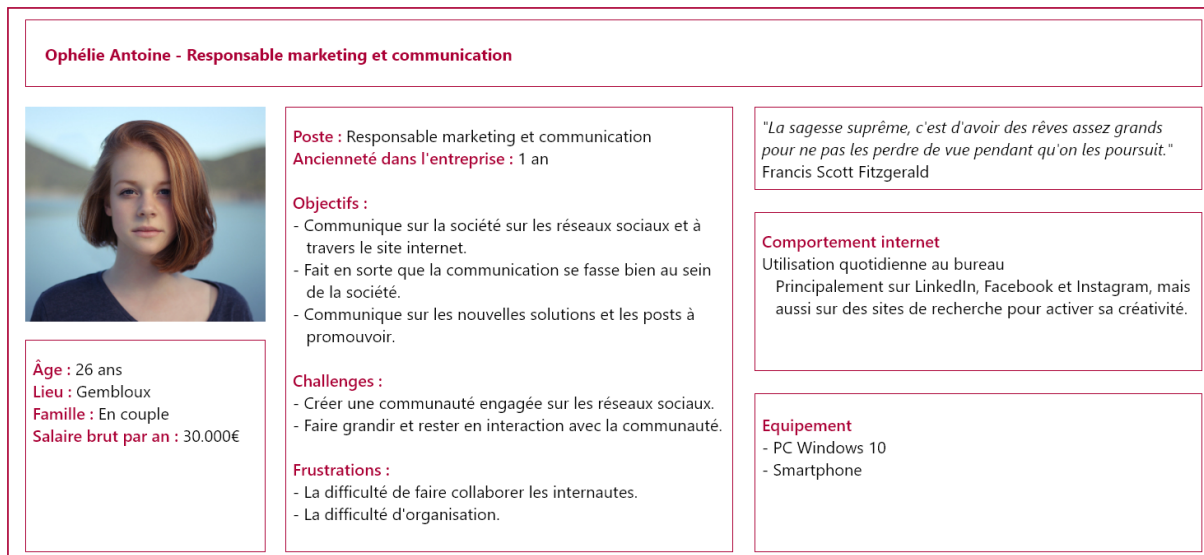


Figure 48 : Persona «Responsable marketing et communication»

2.4.3. Modélisation des flux

UML, qui veut dire Unified Modeling Language, consiste à modéliser les processus liés à un système informatique. Il existe plusieurs méthodes pour représenter des processus d'entreprises.

Premièrement, le Use Case qui est aussi appelé « *diagramme de cas d'utilisation permet de représenter visuellement une séquence d'actions réalisées par un système, représenté par une boîte rectangulaire, produisant un résultat sur un acteur, appelé acteur principal, et ceci indépendamment de son fonctionnement interne.* » (Jean-François Pillou, mai 2015) Le Use Case ne sera pas utilisé pour représenter des processus d'entreprise, car après réflexion il n'apporte aucune plus-value à la présente contribution. Toutefois, un des use cases qui a été réalisé se trouve en Annexe 4.

Deuxièmement, le BPMN qui veut dire Business Processes Model Notation « *ou en français Notation de gestion des processus d'affaire, est la notation la plus pratique et la plus couramment utilisée pour la modélisation des processus. La notation BPMN est d'ailleurs une norme internationale de notation. Le BPMN est, en effet, capable de modéliser des diagrammes de processus complexes de manière agile et intuitive.* » (P. Veyrat, octobre 2018)

Le BPMN est utilisé pour identifier les différents flux des processus liés à la question de recherche. La légende pour lire correctement ces BPMN, se trouvent en Annexe 5. Ce premier BPMN reprend le processus lié à la création d'un emailing.

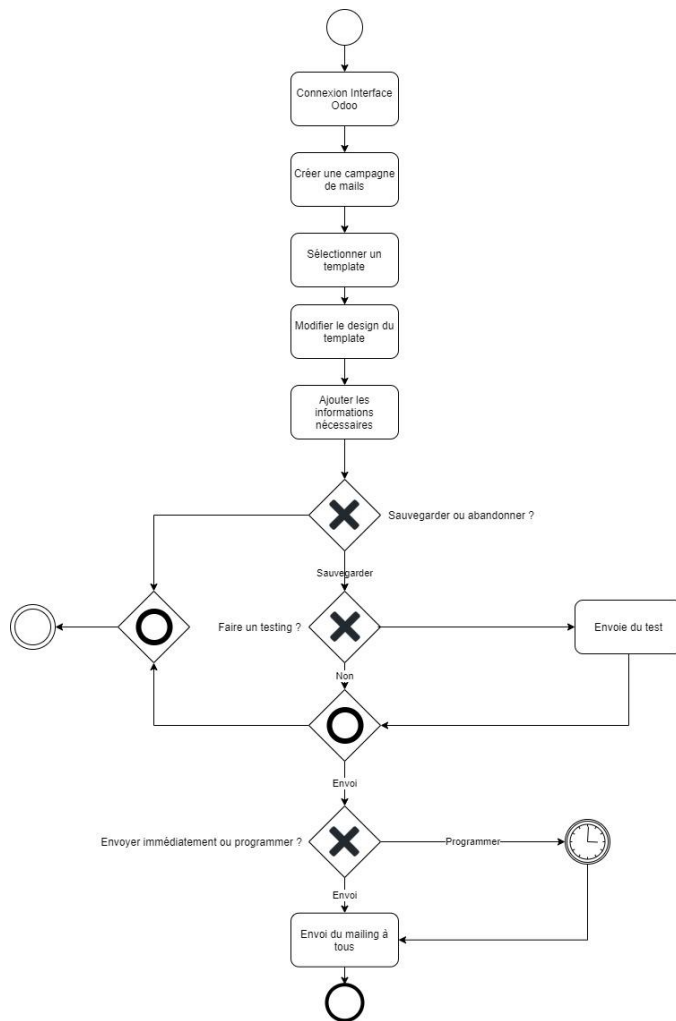


Figure 49 : BPMN - emailing

Ce flux montre bien que lorsqu'une campagne mail a été créée, il y a plusieurs possibilités. Tout d'abord, le testing va permettre de vérifier que l'email envoyé est bien celui reçu par le public cible. Ensuite la responsable marketing et communication décide si l'email doit partir immédiatement ou doit être envoyé ultérieurement.

Le modèle suivant permet de montrer le flux représentant la création de postes sur les différents réseaux sociaux utilisés par Idealis Consulting.

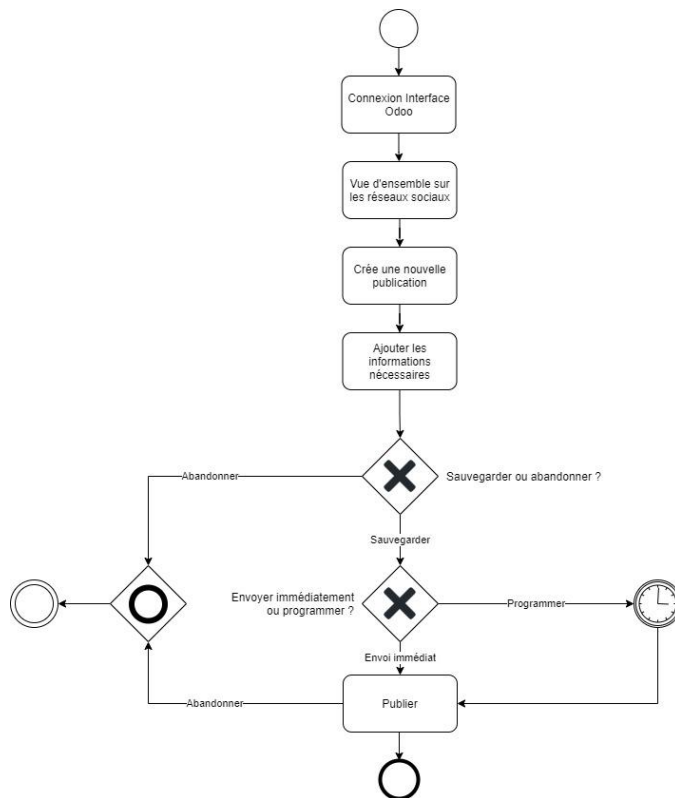


Figure 50 : BPMN - réseaux sociaux

Le flux ci-dessus attire l'attention sur le fait que les publications de postes peuvent se faire de deux manières : d'une part en publiant le post immédiatement et d'autre part en programmant le message afin qu'il soit publié ultérieurement.

La conclusion qui peut être tirée de ces deux flux est qu'à travers Odoo, les deux applications fonctionnent de la même manière. Dans les deux applications il y a la possibilité de publier immédiatement ou en différé.

2.4.4. Problématique d'Idealis Consulting

La problématique d'Idealis Consulting est liée à plusieurs points.

Premièrement, au début de la rédaction de ce mémoire, le domaine de la stratégie digitale n'était pas en adéquation avec la stratégie d'entreprise, il n'y avait en effet aucune stratégie digitale propre. Les postes Facebook, Instagram et LinkedIn étaient envoyés par le C.E.O. Aucun plan de communication n'était rédigé. Il fallait par conséquent désigner une personne dédiée à la stratégie digitale de l'entreprise. Suite à des recommandations que j'ai pu faire, une collaboratrice a été engagée pour s'occuper de la création de la stratégie digitale et du plan de communication. Son arrivée a permis à Idealis de remettre de l'ordre dans la stratégie digitale de manière globale et de structurer les communications internes et externes.

Au même moment, la question de savoir quelle était la stratégie digitale d'Idealis d'après les Team Leaders a été posée. La réflexion qui est à l'origine de cette question est que les ambassadeurs d'Idealis Consulting étaient ses propres collaborateurs. Cela implique que les collaborateurs d'Idealis devaient eux-mêmes comprendre la stratégie digitale mise en place au sein de la société, afin d'utiliser les bons outils pour les bons sujets. Suite à cette réflexion, des questionnaires en ligne ont été envoyés aux

Teams Leaders des différentes équipes d'Idealis pour déterminer si oui ou non la compréhension de la stratégie digitale et les outils utilisés étaient les mêmes pour tous. Le résultat de cette enquête était que ce n'était pas le cas : il y avait autant de stratégies digitales de l'entreprise que de Team Leaders.

Deuxièmement, les postes sur les réseaux sociaux étaient faits individuellement sur chacun de ces réseaux. Il n'existait pas de vue claire des postes. De plus aucun outil organisationnel n'était utilisé. Le fait de créer des messages individuellement était très contraignant : la responsable en marketing et communication était dans l'obligation de se mettre des rappels afin que les postes soient en ligne sur les différents réseaux sociaux en même temps.

Troisièmement, même si le site internet d'Idealis avait fait l'objet d'une refonte complète en octobre 2019, il ne correspondait pas à la réalité de l'entreprise, à savoir que les données suivantes étaient manquantes : description et valeurs de l'entreprise, description des équipes, les produits et solutions développés par l'entreprise et les personnes à contacter. La page d'accueil était insuffisamment structurée.

Quatrièmement, les newsletters envoyées au sein de l'entreprise se concentraient principalement sur des données factuelles comme les ressources humaines et les objectifs financiers du trimestre. Elles ne contribuaient pas à l'esprit d'entreprise et ne permettaient pas de développer une culture d'entreprise.

Pour finir, Idealis a décidé au début de l'année 2021 de communiquer en interne via l'application « Discord ». Cet outil a été présenté plus haut et apporte une bonne quantité d'avantages, tels que la messagerie instantanée, la possibilité de faire des appels vidéo, avoir une vue sur les projets des autres équipes, etc. Étant un outil gratuit, il n'y a aucune certitude pour que cela reste le cas à long terme.

2.4.5. Elicitation des besoins

La définition des besoins d'Idealis Consulting est essentielle pour comprendre quel type de solutions est nécessaire. Les exigences sont définies à travers des User Stories.

Une « User Story (« récit utilisateur » en français) est la description fonctionnelle utilisée dans les méthodes Agiles. L'objectif est de spécifier le développement d'une fonctionnalité. Elle doit alors exprimer à qui elle s'adresse et en quoi elle apporte de la valeur. » (Geissmann H., octobre 2015)

Une User Story suit le modèle suivant : « En tant que <qui>, je veux <quoi> afin de <pourquoi>. » Cela permet d'avoir une vision claire des besoins du client et connaître la raison de son besoin. Il est également possible de classer ces besoins dans un ordre de priorité.

Afin de mieux catégoriser ces User Stories, elles sont classifiées dans des Epics. Cela signifie qu'elles sont rassemblées par catégories. Dans ce cas-ci, les catégories sont les différentes applications d'Odoo. Dans le cadre de ce travail, les besoins d'Idealis Consulting ont été déterminés par des interviews semi-directives qui ont été menées par Yveline, la responsable du projet auprès d'André, le C.E.O. d'Idealis et Laura la responsable marketing et communication d'Idealis.

Le questionnaire utilisé lors de ces interviews semi-directives s'est focalisé sur l'optimisation de la stratégie digitale d'Idealis et sa communication interne et externe. Comme il est possible de le voir dans l'Annexe 6, le questionnaire est construit en plusieurs thèmes. Tout d'abord, il y a des questions

qui se focalisent sur la stratégie digitale d'Idealis et pour finir sur leur communication externe. Les sujets tels que le site internet, les réseaux sociaux et les emailing ont été abordés.

Lorsque les interviews ont été menées, une analyse de celles-ci a été effectuée afin de reprendre tous les besoins qu'Idealis Consulting peut avoir sur tous les niveaux. Un Product Backlog⁷ reprenant les exigences a été réalisé afin d'avoir une vue plus claire des besoins. Ce Product Backlog est le tableau qui suit.

ID	Epic	User Story	Priorité
1.	Réseaux Sociaux	N/A	N/A
1.1.	Réseaux Sociaux	En tant que responsable marketing, je veux pouvoir avoir une vue globale de mes réseaux sociaux, afin de mieux pouvoir les gérer.	1
1.2.	Réseaux Sociaux	En tant que responsable marketing, je veux pouvoir programmer les publications sur les réseaux sociaux, afin d'avoir une vue globale sur ce qui va être publié.	1
1.3.	Réseaux Sociaux	En tant que responsable marketing, je veux pouvoir prévisualiser les publications des réseaux sociaux, afin de pouvoir me projeter.	1
2.	Site internet	N/A	N/A
2.1.	Site internet	En tant que responsable marketing, je veux pouvoir faire des tests d'ergonomie sur un panel d'utilisateurs, afin de déterminer si le site internet est bien construit.	1
3.	Email	N/A	N/A
3.1.	Email	En tant que gestionnaire d'entreprise, je veux que mes employés reçoivent une newsletter décontractée régulièrement, afin d'alimenter un esprit d'entreprise.	2

Tableau 8 : Product Backlog

L'analyse qui peut être faite concernant ce Product Backlog, est que les besoins premiers d'Idealis se focalisent principalement sur l'optimisation de ses réseaux sociaux, son site internet et les emails. Toutefois, ce mémoire va pousser les besoins plus loin en y intégrant l'analyse de l'application « Discutez » d'Odoo.

2.5. Analyse critique

Dans cet état de l'art, j'ai cherché à comprendre d'abord l'environnement d'Idealis Consulting dans le domaine de la stratégie digitale. En effet, pour rappel, ce mémoire de recherche cherche à répondre la question suivante : « Quels sont les moyens d'optimiser la stratégie digitale, la gestion et la diffusion des informations des entreprises avec l'amélioration tant des applications de management que leur utilisation ? »

Afin de renforcer la stratégie digitale de l'entreprise Idealis Consulting, j'ai d'abord positionné cette dernière à travers différents modèles reconnus de la littérature scientifique comme l'alignement stratégie de Nolan et McFarlan (2005). J'ai ensuite observé ce que l'entreprise utilisait comme outils

⁷ Voir glossaire

digitaux en termes de gestion et diffusion des informations que ce soit dans l'entreprise ou avec les clients. Dans cette ère de croissance de la technologie, il est utile de comparer les outils qui existent sur le marché pour voir s'il est possible d'optimiser l'environnement de travail du point de vue de la gestion et la communication.

On trouve donc dans la sous-section précédente « **2.2. Description des outils de gestion et de l'environnement** » et dans la sous-section « **2.3. Comparaison des outils** » une proposition d'outils au niveau des ERP, des logiciels de gestion de projet, des logiciels de création de sites internet et des logiciels de communication interne et externe d'une entreprise. Ces outils ont été présentés et comparés entre eux, mais surtout comparés avec Odoo.

La raison principale de la comparaison de ces outils à Odoo est que l'outil principal d'Idealis Consulting en interne, est Odoo.

Il est important de comparer l'existant de chez Idealis avec d'autres outils, afin de voir les possibles améliorations et optimiser la stratégie digitale de l'entreprise.

Ce qui a pu être dégagé de ces comparaisons est qu'Odoo a un énorme potentiel et recouvre une multitude de domaines d'activités. Les domaines d'activités, qui nous intéressent, dans lesquels opère Odoo sont les réseaux sociaux, la création de site internet, le chat et l'emailing. L'objectif d'une harmonisation et d'une optimisation d'une stratégie digitale est de pouvoir retrouver un maximum de processus d'une entreprise à un seul et même endroit. C'est exactement ce qu'Odoo propose. Toutefois, ce qu'il ne faut pas oublier est qu'Odoo a un grand potentiel qui nécessite d'être poussé plus loin par de nouvelles fonctionnalités dans certains cas, mais également un guide d'utilisation.

Après la comparaison des outils et son analyse, la sous-section « **2.4. Etat de la question de recherche dans l'entreprise** », démontre la nécessité de ce mémoire de recherche. Il y a une réelle problématique dans l'utilisation des outils qu'utilise déjà Idealis Consulting. En effet, dans l'éllicitation des besoins, nous avons établi le profil type des employés dans l'entreprise à l'aide de Personas. Chaque segment est donc représenté et crédible dans le but de comprendre les attentes. Ensuite, cette élicitation s'est poursuivie par une représentation graphique du flux des processus. Ce modèle est une sorte de photographie de la situation actuelle, un état des lieux qui permet de mieux comprendre le but à atteindre en termes de design d'expérience utilisateur. On peut associer ce modèle aux Personas pour comprendre la problématique. La sous-section « **2.4.4. Problématique d'Idealis Consulting** » lie les Personas avec l'environnement de l'entreprise. Les besoins sont alors exprimés dans la sous-section suivante dans un langage structuré et standardisé comme les « User Stories ».

Dans la prochaine section « **3. Proposition de solutions** », deux pistes de solutions seront proposées afin de compléter l'ERP Odoo, que ce soit en ajoutant des outils externes ou en apportant des améliorations dans les applications de l'ERP. Les besoins d'Idealis Consulting seront la ligne conductrice de ces deux pistes de solutions. Toutefois, ce mémoire de recherche pousse la réflexion plus loin en se focalisant notamment sur la communication interne d'Idealis.

3. Proposition de solutions

En octobre 2019, Idealis Consulting a décidé de mettre en place un projet d'optimisation de sa stratégie digitale en mettant à profit l'ERP déjà utilisé, c'est-à-dire Odoo. Le projet était au début extrêmement conceptuel. L'entreprise savait qu'une optimisation de la stratégie digitale et la communication interne et externe de l'entreprise était à réaliser, mais ne savait pas comment y parvenir.

Dans cette section « **3. Proposition de solutions** », deux propositions de solutions seront faites afin d'exposer les deux possibilités pouvant aboutir à un résultat similaire. Rappelons que l'objectif de ce mémoire de recherche est de trouver des recommandations permettant d'optimiser la stratégie digitale, la gestion et diffusion des informations des entreprises avec Odoo. Lorsque les deux propositions auront été exposées, une comparaison entre elles sera faite. La sous-section « **3.3. Recommandation d'une solution** » permettra de se focaliser par la suite sur la solution qui a été retenue.

3.1. Présentation des pistes de solutions

Dans cette section, deux propositions de pistes de solutions ont été faites. Ces deux propositions utilisent par défaut l'ERP Odoo. Pour un souci d'économie et d'expérience, il est nécessaire de garder l'ERP déjà mis en place chez Idealis Consulting : Odoo. La première approche concernant les pistes de solutions est le fait d'utiliser Odoo à 100 %. Si certaines fonctionnalités importantes n'existent pas dans Odoo, elles seront développées. La deuxième piste de solution préconise l'utilisation d'Odoo au maximum. Toutefois, si l'ERP ne possède pas certaines fonctionnalités considérées comme importantes, d'autres outils seront proposés pour venir compléter Odoo.

3.1.1. Piste de solution n°1 : amélioration de l'ERP Odoo

La première piste de solution consiste à améliorer les applications d'Odoo existantes. Cette amélioration sera faite sur la base des comparaisons d'outils qui ont pu être réalisés dans la sous-section « **2.3. Comparaison des outils** ».

Odoo possède, à l'heure actuelle, une grande quantité d'applications et par conséquent beaucoup de fonctionnalités. Toutefois, comme il a pu être démontré dans la sous-section précédente « **2.3. Comparaison des outils** », des améliorations sont possibles et nécessaires. Afin d'optimiser au mieux la stratégie digitale, la gestion et la diffusion d'informations, il est important d'optimiser l'ERP déjà utilisé au sein de l'entreprise Idealis Consulting. Cela permet d'approfondir au mieux l'outil existant sans se surcharger d'autres outils. Le fonctionnement des différentes applications d'Odoo reprend à chaque fois les mêmes principes ergonomiques. Cela permet de se repérer facilement dans les applications, ne nécessitant pas de s'adapter à chaque fois à une nouvelle interface.

Afin de mieux reconnaître les applications qui ont été améliorées par Idealis Consulting, leurs logos vont être légèrement changés pour mettre ces améliorations en avant.



Figure 51 : Logo «Discutez» d'Odoo -AVANT

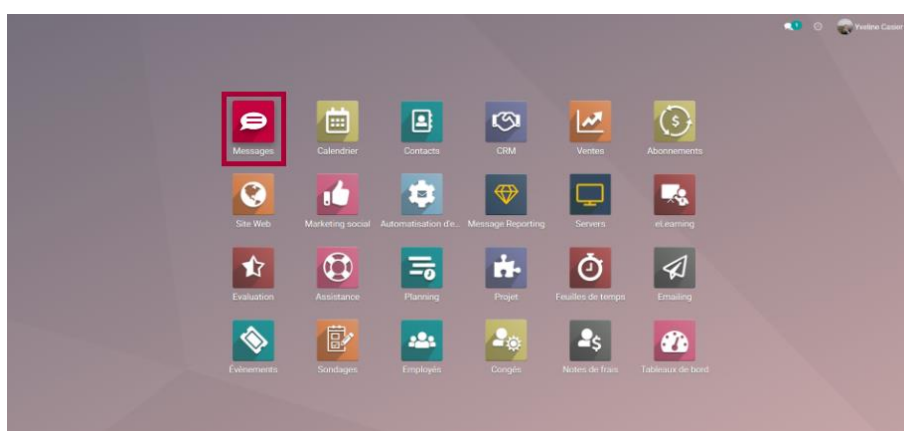


Figure 52 : Logo «Discutez» d'Odoo - APRES

Concrètement, cette piste de solution propose un test d'utilisabilité pour pallier la problématique du site internet. Le site internet n'étant pas en adéquation avec la stratégie d'entreprise en vigueur, il est important de vérifier par des tests d'utilisabilité quels sont les changements à faire.

L'application « Social Marketing » sera implémentée afin d'avoir une vision plus claire et avoir la possibilité de programmer ses postes à l'avance en y intégrant la fonctionnalité « Instagram ».

L'application « Email Marketing » est déjà utilisée régulièrement par Idealis Consulting pour faire des communications en lien avec les ressources humaines ou les chiffres du mois. Toutefois, un plan de newsletter interne sera créé, afin d'avoir des communications plus conviviales sortant du cadre de travail.

Finalement, l'application « Discutez » d'Odoo est proposée. Cela va permettre d'utiliser au maximum Odoo. A l'heure actuelle, Discord est utilisé chez Idealis Consulting. Toutefois, étant un outil gratuit, il est loin d'être certain que cela reste le cas à long terme. Des modifications de conditions d'utilisation avec des délais d'adaptation très courts pourraient mettre Idealis en difficulté. En effet, il y a eu, des négociations ont eu lieu dans le cadre d'un éventuel rachat du logiciel par Microsoft. Celles-ci n'ont pas abouti.

Certaines fonctionnalités n'étant pas disponibles dans Odoo, telles que les vidéos conférence, le partage d'écran, les appels vocaux, l'organisation des équipes, la création de sous-canaux pour les équipes, etc. elles seront développées par un programmeur d'Idealis Consulting.

L'avantage de partir sur une solution entièrement interne à Odoo, permettrait non seulement de conserver l'environnement exploité par Idealis et mais aussi de vendre le produit fini aux clients d'Idealis et donc de dégager un bénéfice pour l'entreprise.

3.1.2. Piste de solution n°2 : boîte à outil

La deuxième solution proposée est la mise en place d'une boîte à outils reprenant Odoo complétée par des outils externes. Cela implique l'utilisation maximale du standard d'Odoo⁸ (=aucun développement). Concrètement cela a pour conséquent, tout comme dans la première solution, l'amélioration du site internet par l'exécution de tests d'utilisabilité.

Deux propositions sont faites pour la gestion des réseaux sociaux. Lors des comparaisons ci-dessus, deux outils se sont distingués : « Hootsuite » et « Zoho Social ». Ces deux outils possèdent les réseaux sociaux qu'Idealis Consulting utilise, en l'occurrence Facebook, Instagram et LinkedIn. Il y a également les fonctionnalités liées à la vue clair des postes et la programmation des postes sur les différents canaux. Dans le tableau suivant, la comparaison de ces outils est faite. Odoo n'est pas pris en considération, car Idealis Consulting est dans la nécessité de pouvoir programmer des postes sur le réseau social Instagram, qui n'est pas proposé par Odoo.

Critères	Hootsuite	Zoho Social
Réseaux Sociaux		
Facebook	Oui	Oui
LinkedIn	Oui	Oui
Instagram	Oui	Oui
Fonctionnalités		
Création et programmation de publications	Oui	Oui
Gestion des canaux	Oui	Oui
Planification des campagnes	Oui	Oui
Gestion des messages	Oui	Oui
Analyse des résultats	Oui	Oui
Budget		
Standard	N/A	10€/mois pour 1 utilisateur
Pro	39€/mois pour 1 utilisateur HTVA	30€/mois pour 1 utilisateur
Team / Premium	109€/mois pour 3 utilisateurs HTVA	40€/mois pour 3 utilisateurs
Business	599€/mois pour plus de 5 utilisateurs HTVA	N/A

Cette comparaison montre que les deux outils « Hootsuite » et « Zoho Social » répondent à toutes les fonctionnalités dont Idealis Consulting a besoin. Le prix de l'outil « Hootsuite » s'élève à 39€/mois HTVA pour un utilisateur. Un essai gratuit de 30 jours est proposé.

Le plan tarifaire conseillé, dans un premier temps, pour l'utilisation de l'outil « Zoho Social » est celui qui s'élève à 30€/mois. Cela permet d'avoir accès à toutes les fonctionnalités présentées ci-dessus. Pour finir, le logiciel conseillé est « Zoho Social ». La raison est qu'il est moins cher que « Hootsuite » et surtout permet de monter graduellement au niveau du budget et des fonctionnalités.

⁸ Voir glossaire

L'application « Email Marketing » continue d'être utilisée par Idealis en incluant la programmation d'une newsletter plus conviviale et qui sort du cadre du travail.

L'outil « Discord » continue d'être utilisé par Idealis Consulting. Il n'y a aucune amélioration à apporter de ce côté-là.

L'avantage de choisir cette option est que les outils et les fonctionnalités sont disponibles immédiatement. Il n'y a pas de temps à attendre avant qu'un développement soit complètement réalisé.

3.2. Comparaison des pistes de solutions

Les deux solutions qui ont été abordées dans la section précédente, vont être comparées entre elles dans cette section-ci. Il est évident que les deux solutions ont le même objectif : Améliorer la stratégie digitale et la gestion et la diffusion d'informations. Tout d'abord les avantages et inconvénients des deux solutions et ensuite un tableau comparatif sera établi à travers des critères bien spécifiques, afin d'avoir un aperçu plus global et une vue plus claire des deux solutions.

3.2.1. Avantages et inconvénients

Les pistes de solutions qui ont été présentées dans la section précédente présentent des avantages et des inconvénients.

Les avantages liés à la première solution sont :

Tout d'abord, la prise en main de la solution est intuitive, car l'ergonomie est la même pour toutes les applications qu'Odoo propose. Ensuite, l'amélioration de l'ERP permet d'apporter une plus-value à celui-ci et le mettre en avant vis-à-vis des clients et futurs clients. Et pour finir, cette solution apporte une plus-value à Idealis Consulting, car il est possible de vendre les améliorations d'outils à ses propres clients en tant qu'abonnement.

L'inconvénient majeur lié à l'amélioration d'Odoo est le coût financier qu'il peut y avoir en mettant un développeur sur le projet. Qui dit développement, dit bugs du système. Les solutions qui sont « tailor made » pour des clients, présentent régulièrement des bugs.

Les avantages de la solution « Boîte à outils » est que les outils sont immédiatement disponibles à l'utilisation. Pas besoin d'attendre un éventuel développement ou une mise en place. Ensuite, cette solution permet d'être moins coûteuse à long terme. Ce sont des plans tarifaires qui peuvent être variables, mais par outil cela ne dépasse pas 50€/mois.

Les inconvénients de cette même solution est tout d'abord la difficulté de la prise en main. Il faut s'habituer et bien comprendre les nouveaux environnements des outils, car ils sont tous différents. Pour finir, la solution peut vite devenir brouillon. Utiliser une multitude d'outils peut s'avérer contraignant dans le sens où on peut vite s'y perdre. Par exemple, ne plus savoir avec quel outil quelle tâche est effectuée.

3.2.2. Tableau comparatif

Le tableau comparatif qui suit, va permettre d'avoir une vue plus claire des deux solutions. Les critères établis se basent sur des critères en lien avec la mise en place d'une solution dans une entreprise. Par exemple, le coût de la solution va être plus ou moins important dépendant de l'entreprise.

La comparaison se base sur une échelle de Likert. Cela veut dire que l'appréciation est donnée sur une note de cinq. Un sur cinq signifie que l'appréciation n'est pas en accord avec le critère et au contraire,

la note de cinq sur cinq est en accord avec le critère. Cette note est illustrée par des boules remplies ou non.

Le premier critère, qui est l'efficacité, se porte sur les performances des deux solutions, si elles répondent aux besoins de l'entreprise. Le deuxième critère, qui est le gain de temps, se porte sur l'économie de temps qu'apporte la solution à l'entreprise qui utilise l'une de ces deux solutions. Le troisième critère repose sur le coût de la solution. Cela se mesure dans les dépenses faites pour implémenter l'une de ces deux solutions. Le quatrième critère est l'accompagnement qui est donné à l'entreprise qui utilise la solution. L'équipe qui va implémenter la solution dans l'entreprise est-elle en mesure d'apporter tout l'accompagnement nécessaire à l'entreprise ? Et pour finir, le cinquième critère est l'adaptation aux besoins. L'entreprise voulant implémenter la solution, souhaite que celle-ci soit au maximum en adéquation avec ses propres besoins. Le tableau ci-dessous répond à tous ces critères.

Critères	Amélioration d'Odoo	Boîte à outils
Efficacité	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●
Gain de temps	● ● ● ● ●	● ● ● ● ○
Coût	● ● ● ● ○	● ● ○ ○ ○
Accompagnement	● ● ● ● ●	● ● ● ○ ○
Adaptation aux besoins	● ● ● ● ○	● ● ● ○ ○

Dans le tableau ci-dessus, l'efficacité des deux solutions est au rendez-vous. Tant l'une que l'autre permet d'être au maximum efficace. Comme expliqué plus haut, le gain de temps se porte sur l'économie de temps qu'apporte la solution. Dans ce cas présent, les deux solutions permettent à l'entreprise de gagner du temps. Toutefois, la boîte à outils est plus chronophage que l'amélioration d'Odoo, car elle implique le jonglage entre plusieurs outils, alors que la solution une permet de retrouver toutes les informations au même endroit. Le coût de ces deux solutions est significativement différent. La boîte à outils est beaucoup moins coûteuse que l'amélioration d'Odoo. En tout cas à moyen terme. Chez Idealis Consulting, le développement de nouvelles fonctionnalités dans Odoo peut coûter plus cher que l'utilisation de nouveaux outils. L'accompagnement qui est apporté à Idealis Consulting lors de l'implémentation de la solution est plus important si c'est la première solution qui est implémentée que la deuxième, car d'un côté c'est une équipe interne à Idealis qui a développé la solution, alors que de l'autre côté les outils n'ont pas été développés par Idealis. Pour finir, l'adaptation de la solution aux besoins d'Idealis. Tous les outils proposés dans la boîte à outils, permettent de répondre aux besoins d'Idealis, toutefois il peut y avoir des fonctionnalités en surplus qui seront quand même présentes dans l'outil mais qui ne serviront pas. Cela implique le paiement de fonctionnalités qui ne sont pas utilisées, ce qui n'est pas le cas avec l'amélioration d'Odoo.

3.3. Recommandation d'une solution

Lors de la section précédente « **3.1. Présentation des pistes de solution** », deux solutions ont été présentées. Effectivement, les deux pistes de solutions ont le même objectif : optimiser la stratégie digitale et la gestion et la diffusion d'informations des entreprises.

La différence significative entre ces deux solutions, est que leur implémentation respective est complètement différente. D'un côté l'implémentation se fait sur base d'un outil connu et utilisé par l'entreprise, alors que de l'autre côté l'implémentation se fait à travers de nouveaux outils.

Le choix d'Idealis Consulting par rapport à ces deux solutions se porte sur la deuxième solution, qui est l'implémentation de la boîte à outils. Cela lui permet d'être opérationnelle plus rapidement et surtout d'investir moins d'argent dans la solution. Comme il a été dit dans la section « **3.1.2. Solution n°2 : Boîte à outils** », la solution comprend les outils suivants : l'application « Site web » d'Odoo avec un test d'utilisabilité permettant d'optimiser leur site internet, le logiciel de communication sur les réseaux sociaux « Zoho Social », l'application « Email Marketing » d'Odoo en la structurant d'un plan de newsletters et le logiciel de communication interne « Discord » qui est à l'heure actuelle déjà utilisé au sein d'Idealis.

La recommandation qui est faite en qualité de Business Analyst se porte sur la première solution, qui est l'amélioration de l'outil existant, c'est-à-dire Odoo. Il est important de se rappeler que le Business Analyst est là pour accompagner et comprendre son client. Toutefois, son rôle est aussi de le challenger et de lui faire comprendre quelle est la meilleure solution pour son entreprise. Mise à part l'adaptation d'Odoo aux besoins d'Idealis, l'amélioration de l'ERP a plusieurs avantages et inconvénients qui ont été cités dans la section précédente montrent bien que malgré les inconvénients sur l'investissement financier et en temps au début de l'implémentation des nouvelles fonctionnalités, cette solution apporte tout de même beaucoup d'avantages. Tout d'abord la prise en main de la solution se fait rapidement, car l'environnement est déjà connu par les collaborateurs d'Idealis. Ensuite, la solution apporterait une plus-value à Odoo, mais également à Idealis. En faisant la promotion de leur progiciel phare avec de nouvelles fonctionnalités, ça pourrait amener de nouveaux clients et également les clients actuels pourraient être fortement intéressés par ces améliorations. Les tableaux comparatifs dans la section « **2.3. Comparaison des outils** » permet de se rendre compte qu'Odoo est l'un des produits les plus complets dans le cadre des ERP. Il couvre une grande quantité de processus d'entreprise. Certes, pour les applications « Social Marketing » et « Discutez » des améliorations et ajouts de fonctionnalités sont conseillés afin de rendre ces applications optimales. En ce qui concerne les applications « Site Web » et « Emailing », elles ne nécessitent pas une grande amélioration étant donné qu'elles fournissent à Idealis les fonctionnalités nécessaires.

Dans la section suivante « **4. Description du projet** », l'amélioration des applications Odoo y sera décrite à travers la section « **4.1. Présentation du projet** ». La méthodologie utilisée lors du projet y sera définie. Finalement, dans la section « **4.3. Contributions au projet** », la solution y sera illustrée de maquettes et d'explications.

4. Description du projet

Dans la section précédente « **3. Propositions de solutions** », deux pistes de solutions ont été présentées. Elles ont ensuite été comparées entre elles pour formuler une recommandation d'une de ces deux pistes de solutions. En l'occurrence, la solution deux a été retenue.

Dans cette section-ci, le projet proposant la solution retenue sera abordé sous trois axes. Premièrement, la présentation du projet sera expliquée par ses objectifs, son cadre, son équipe et ses limites. Deuxièmement, l'approche méthodologique y sera expliquée afin de comprendre le contexte méthodologique autour de l'organisation du projet. Pour terminer, ma contribution au projet y sera présentée et argumentée.

4.1. Présentation du projet

Lors de cette présentation de projet différents points seront abordés : Tout d'abord les objectifs y seront détaillés afin de mieux comprendre les enjeux du projet, ensuite, la définition du cadre du projet permettra de mieux comprendre l'organisation de celui-ci et pour finir, les limites de la solution seront présentées.

4.1.1. Objectifs

Les objectifs du projet sont d'une part d'optimiser la stratégie digitale et la communication interne et externe d'Idealis Consulting et d'autre part proposer une plus-value à leurs clients en termes d'utilisation des applications sur la stratégie digitale proposé par Odoo.

Le premier objectif se mesure grâce à la performance qu'Idealis tirera de l'optimisation de sa stratégie digitale. D'une part grâce à sa visibilité sur les réseaux sociaux et l'engagement de sa communauté et d'une autre part grâce au pipeline⁹ du **CRM (=Customer Relationship Management)** qui se remplit. Cela permet de voir si le site internet et la communication sur les réseaux sociaux a été optimisé correctement. Concernant la communication interne, la réussite de l'amélioration de celle-ci se mesure grâce à la satisfaction des collaborateurs. Il est important qu'il y ait une transparence entre les différentes équipes d'Idealis.

La réussite du deuxième objectif se mesure par l'intérêt que les clients d'Idealis porteront à l'optimisation de leur propre stratégie digitale. La conséquence de ça est que l'équipe chargée du projet chez Idealis aura plus de clients et pourra mettre à profit son expérience et son expertise aux clients.

4.1.2. Cadre

Le cadre du projet se définit en sprint. Des sprints dans la méthodologie Scrum ce sont des itérations dans le développement d'une solution. En l'occurrence ici, les itérations se font dans une période de deux semaines. L'équipe chargée du projet se réunit toutes les deux semaines lors du sprint planning pour montrer ce qui a été développé et discuter de ce qui va être réalisé lors du prochain sprint. L'approche méthodologique utilisée lors du projet sera expliquée plus en détail dans la sous-section qui suit « **4.2. Approche méthodologique** ».

L'organisation de l'équipe fait partie de la méthodologie Scrum. Dans ce cas-ci, il y aura un Product

⁹ Voir glossaire

Owner, un Business Analyst et un développeur. La solution nécessite ces trois personnes pour qu'il y ait une bonne répartition des tâches. Le Product Owner, en l'occurrence ici Yveline Casier qui est le Product Owner en marketing digital d'Idealis Consulting. Elle va également avoir le rôle de Business Analyst lorsque la solution sera lancée. Un développeur l'accompagne pour réaliser les différentes tâches en relation avec de la programmation. L'équipe rendra des comptes au chef de l'entreprise Idealis Consulting. D'après le modèle RACI qui a pu être réalisé dans la sous-section « **2.3.1. Modèle RACI** », Yveline est responsable de l'entièreté du projet en pouvant s'appuyer sur Laura, la responsable marketing et communication et André, le C.E.O., mais également sur certains aspects Nicolas le responsable commercial.

4.1.3. Limites

Plusieurs limites ont pu être identifiées. Premièrement, Odoo propose une nouvelle version de son progiciel chaque année. Cela permet d'une part de réparer des bugs de la version précédente et d'autre part développer de nouvelles fonctionnalités. Le point positif est que c'est un progiciel qui évolue chaque année. Toutefois, la limite identifiée est qu'il y a une adaptation à faire. Chez Idealis Consulting, la version 13 est utilisée, alors qu'elle est sortie en octobre 2019. Lors de cette version, les applications concernant la stratégie digitale ont été lancées, comme par exemple : « Social Marketing » et « SMS Marketing ». En octobre 2021, la version 15 sortira avec une amélioration de ces applications. La problématique qui peut en découler est qu'il y aura soit un changement de version à faire ou alors demander à un développeur d'Idealis de résoudre les différents bugs qu'il peut y avoir.

Un échange de mails s'est fait entre la responsable marketing et communication d'Idealis et le service après-vente d'Odoo, afin d'avertir de certaines problématiques concernant l'application « Social Marketing ». La réponse à certaines des questions était qu'Odoo travaille sur la résolution de ces bugs ou problématiques et qu'une version améliorée de ces applications sortiraient pour la version 15. L'échange des mails se trouve en Annexe 7.

4.2. Approche méthodologique

La section « **4.1. Approche méthodologique et répartition des activités dans le temps** », permet d'un côté d'exposer l'approche méthodologique utilisée de manière générale chez Idealis Consulting et celle utilisée lors du plan de mise en œuvre et la répartition des activités dans le temps.

L'approche méthodologique utilisée par Idealis Consulting est Scrum, ce qui fait partie de l'approche Agile. Mais qu'est-ce que la méthode Agile ? « *Une méthode Agile est une approche itérative et collaborative, capable de prendre en compte les besoins initiaux du client et ceux liés aux évolutions.* » (Ideematic, janvier 2015) Le client est au centre de la gestion de projet.

Scrum est l'une des méthodes Agile la plus utilisée à l'heure actuelle. « *Ce terme signifie « mêlée » au rugby. La méthode Scrum s'appuie sur des « sprints » qui sont des espaces temps assez courts pouvant aller de quelques heures jusqu'à un mois. Généralement et de préférence un sprint s'étend sur deux semaines. À la fin de chaque sprint, l'équipe présente ce qu'elle a ajouté au produit.* » (Ideematic, janvier 2015)

Le schéma ci-dessous permet de voir à quoi ressemblent les cycles de la méthode Scrum. Le Product Owner¹⁰ va établir les User Stories ce qui va former le Product Backlog¹¹. Ensuite des meetings vont être planifiés pour établir les sprints, c'est au Scrum Master¹² de faire cela. À chaque fin de sprint, il y a une livraison des exigences. La réitération se fait jusqu'à ce que toutes les exigences du client aient été remplies.

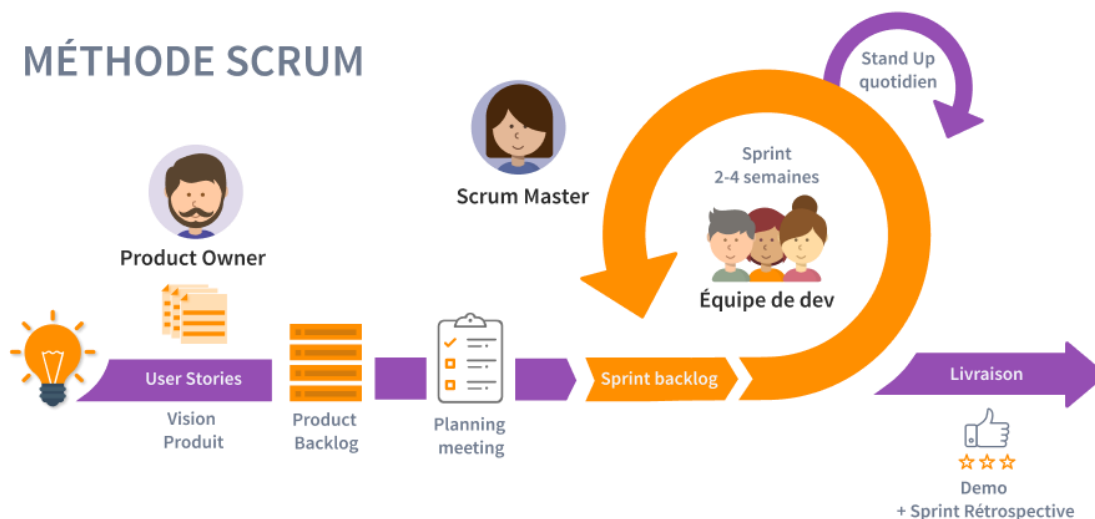


Figure 53 : Méthode Scrum de la méthodologie Agile (Tuleap)

Chez Idealis Consulting, c'est la méthode Scrum qui est utilisée. Comme il a été vu dans la sous-section « **1.2.4. Constitutions des équipes** » les équipes sont construites en partie en Scrum, elles vont utiliser les principes précédemment expliqués.

L'approche méthodologique qui va être utilisée pour mettre en place la solution retenue, est en alignement avec ce qu'Idealis Consulting utilise comme méthodologie. Cela implique une méthodologie Scrum. Un Product Backlog est créé, afin de recueillir toutes les exigences d'Idealis et de pouvoir les « répartir dans le temps ». Comme il a été souligné précédemment, la méthodologie Scrum se base sur des sprints et donc ne permet pas de fixer dans le temps, quand la solution sera prête et mise en place de manière fonctionnelle. Cela dépendra principalement de l'avancée de l'équipe travaillant sur la solution.

4.3. Contributions au projet

Il y a plusieurs aspects qui doivent être pris en compte. Tout d'abord Odoo propose une grande quantité d'applications. Les applications qui vont être utilisées sont les suivantes : Site web, Social Marketing, Marketing Automation, Discutez, etc.

Pour rappel, la solution se base sur un guide d'utilisation des applications d'Odoo de manière judicieuse et de l'amélioration de celle-ci. Dans le cas d'Idealis Consulting les deux sont proposées comme solution.

Ce qui a pu être déterminé dans la sous-section « **2.4.3. Définitions des besoins** », est qu'Idealis Consulting exprime des exigences se focalisant sur son site internet, les réseaux sociaux et les emails.

¹⁰ Voir glossaire

¹¹ Voir glossaire

¹² Voir glossaire

Toutefois, voulant se focaliser également sur la communication interne de l'entreprise, les contributions au projet vont également s'étendre à l'application « Discutez » d'Odoo.

4.3.1. Application « Site web »

L'application « Site web » d'Odoo permet de créer un site internet de manière simplifiée. Aucune connaissance de programmation n'est nécessaire. Idealis Consulting a émis le souhait de revoir avec un œil critique son site internet afin de l'adapter aux besoins actuels de l'entreprise. C'est dans ce cadre-là qu'un test d'utilisabilité a été mené. Par la suite, des recommandations ont été faites pour améliorer le site internet. Pour finir, ces recommandations ont été adaptées au site internet d'Idealis Consulting.

4.3.1.1. Test d'utilisabilité

« Un test d'utilisabilité est un processus d'évaluation d'une interface en la faisant tester par les utilisateurs cibles afin d'identifier les problèmes d'utilisabilité rencontrés par les utilisateurs et d'améliorer leur satisfaction en développant des solutions ergonomiques adaptées » (Xavier, avril 2020).

Le test d'utilisabilité rentre dans le contexte de l'optimisation de la stratégie digitale, car un site internet est littéralement une vitrine digitale pour une entreprise. Le site se doit d'être représentatif de celui-ci et être capable de mettre en avant les éléments importants pour l'entreprise. Voulant être certain que le site internet d'Idealis Consulting faisait passer les bons messages, un test ergonomique a été mené auprès d'un panel d'utilisateurs.

Le choix du type de test d'utilisabilité, la méthodologie sélectionnée relève du domaine qualitatif que quantitatif, comme avec le test d'utilisabilité proposé par IBM : le CSUQ. En effet, IBM propose un test d'utilisabilité axé sur une série de questions (16 à 19) avec des réponses qui se basent sur une échelle de Likert (1 pas d'accord à 7 : tout à fait d'accord). Ce type de test donne alors des réponses s'approchant d'une méthode quantitative où une série de questions se définit dans des catégories telles que : l'information, la satisfaction, l'ergonomie, etc. Cette méthode enlève alors l'opportunité à l'utilisateur de donner son opinion sur des questions très spécifiques. Les questions posées restent de l'ordre des catégories d'une étude d'utilisabilité.

Un test d'utilisabilité se prépare. Lorsqu'un panel d'utilisateurs a été déterminé, dans ce cas-ci, cela a été les employés d'Idealis Consulting, certains de leurs clients et des personnes extérieures. Il faut déterminer le déroulement de ce test. Pour ce faire, le document a été structuré de la manière suivante: une partie avant le test permettait de poser différentes questions. Ensuite, différents scénarios ont été proposés aux utilisateurs. Ils devaient les suivre afin que l'on puisse déterminer si les éléments qu'Idealis voulait mettre en avant étaient repérés. Pour finir, des questions récapitulatives ont été posées à la fin du test. Cela a permis de solliciter des recommandations par rapport au site internet et d'amener un dialogue.

Un exemple du document utilisé lors des tests d'utilisabilité se trouve en Annexe 8.

4.3.1.2. Proposition d'amélioration

Lors des tests d'utilisabilité, certains points sont revenus fréquemment. Tout d'abord le menu du site internet ne correspond pas à ce qu'Idealis veut mettre en avant. Ensuite, il y a un certain manque de cohérence entre certains termes, tels que « Solution » et « Secteur ». Dans la version de son site internet qui a été soumise au test d'utilisabilité, le terme « Secteur » englobait les solutions proposées

et développées par Idealis Consulting. Pour ce faire, une proposition d'une nouvelle arborescence du site internet a été proposée. Pour rappel voici l'arborescence actuelle du site internet d'Idealis :

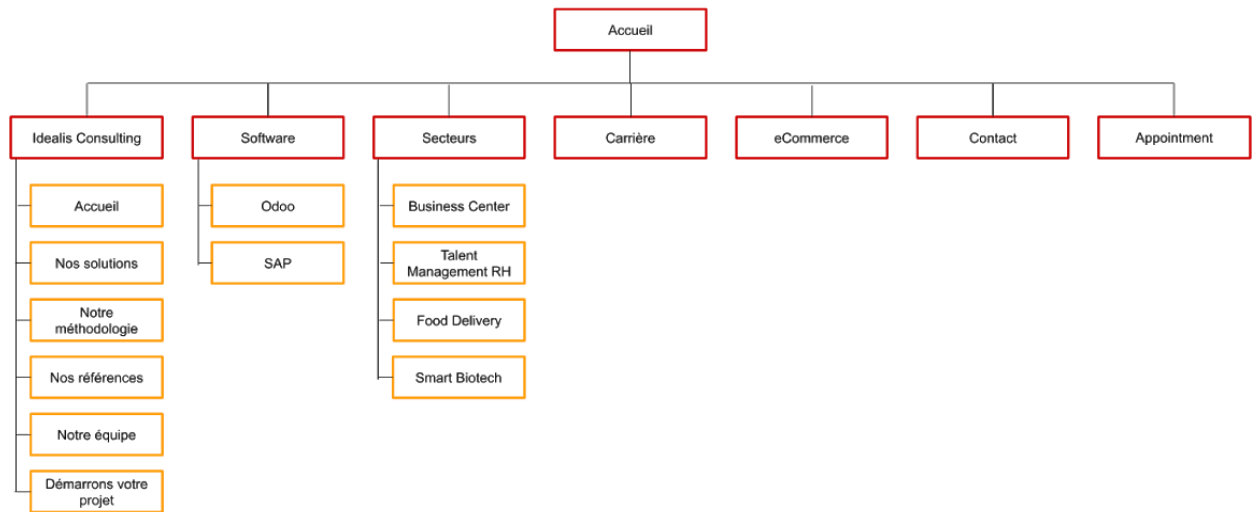


Figure 54 : Arborescence actuelle

La proposition qui a été faite est l'arborescence suivante :

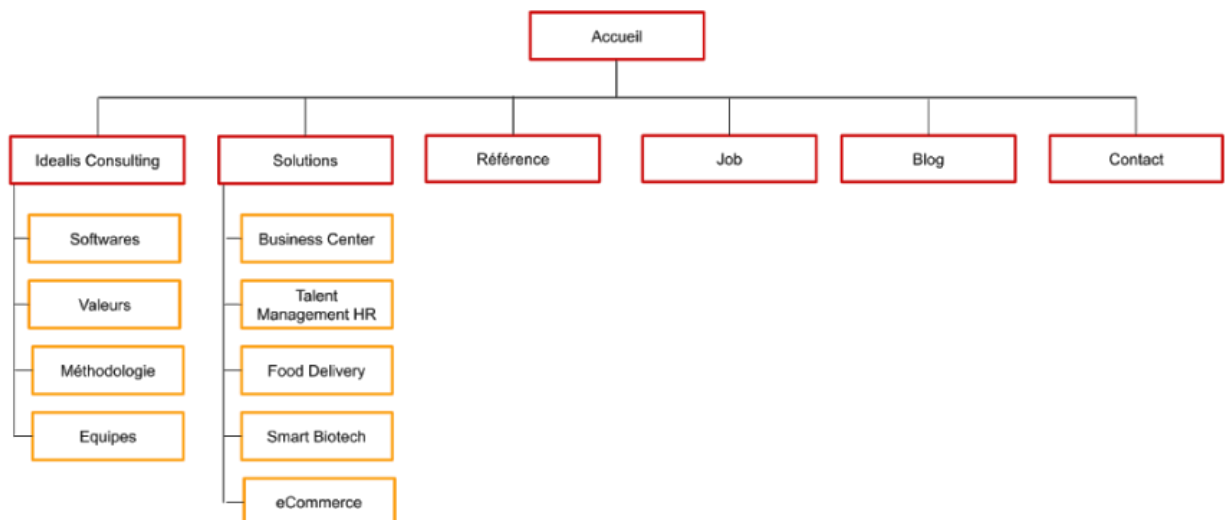


Figure 55 : Arborescence proposée

Cette proposition permet de mettre en avant les solutions qu'Idealis Consulting a développées et les références. Cela correspond au travail d'Idealis voulant promouvoir ses produits et le travail réalisé chez ses clients.

4.3.1.3. Résultat

Les recommandations faites plus haut pour améliorer le site internet d'Idealis Consulting ont été appliquées à la base de données de test d'Idealis. Une comparaison entre l'avant et l'après de l'amélioration.

La page d'accueil est restée identique en tout point, sauf que le menu a changé. Dans la version initiale l'onglet « Software » et « E-commerce » se trouvait dans le menu principal. Cela a été changé dans la version améliorée.

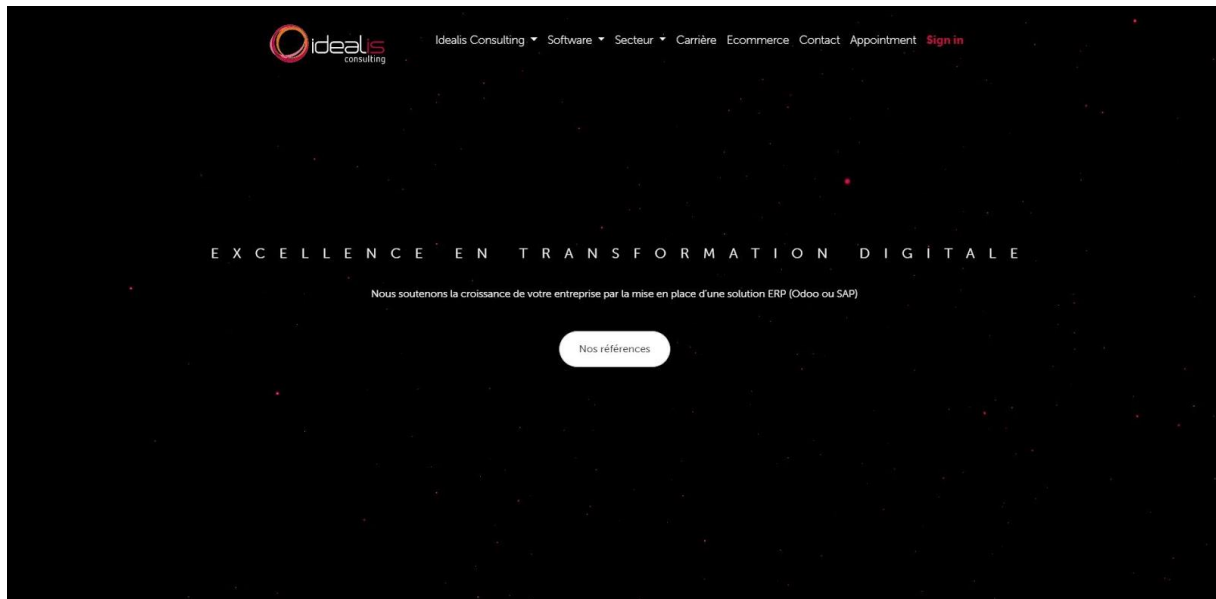


Figure 56 : Site internet d'Idealis Consulting - page de garde AVANT

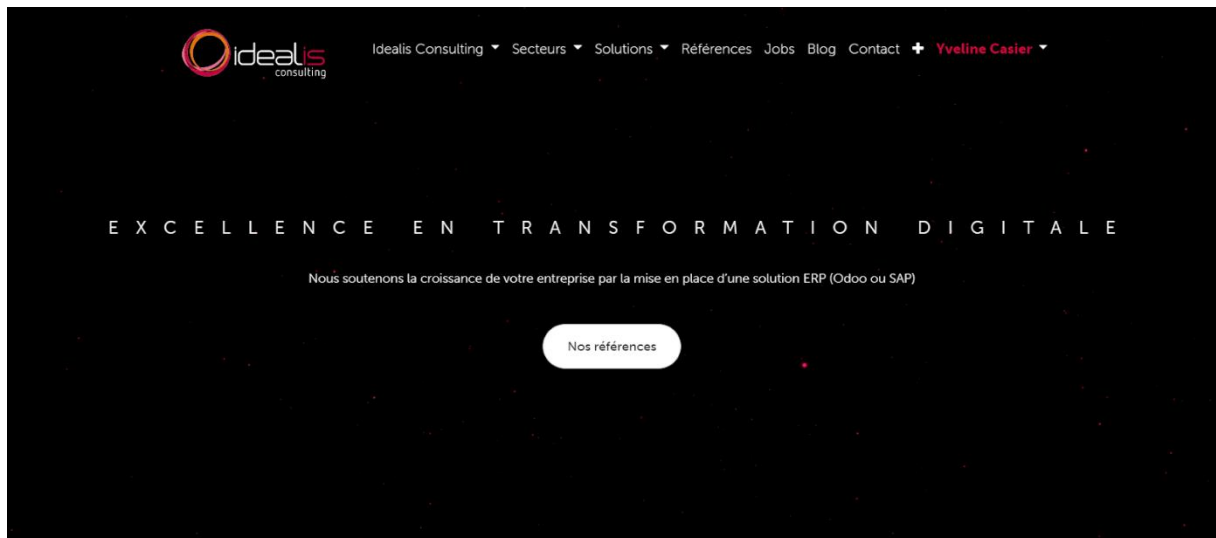


Figure 57 : Site internet d'Idealis Consulting - page de garde APRES

Les autres recommandations qui ont pu être faites, se trouvent dans le reste du site internet. Les maquettes en relation avec ces recommandations se trouvent en Annexe 9.

4.3.2. Application « Email Marketing »

L'application « Email Marketing » d'Odoo est déjà utilisée par Idealis Consulting pour faire des communications de masse en interne. Cela va des communications RH aux communications Sales. Toutefois, un réel plan de communication n'a pas été créé afin d'apporter une certaine convivialité au sein de l'entreprise.

Un planning de newsletter a été créé afin de garder une communication interne agréable, utile et surtout organisée. Ces publications sont écrites à l'avance et programmées.

Il a été défini que tous les deuxièmes lundis du mois, une communication serait envoyée à l'ensemble des collègues. D'un côté, un mois sur deux la communication aura pour thème la stratégie digitale, afin de partager la manière de fonctionner de l'entreprise. De l'autre côté, un mois sur deux les communications porteront sur un thème plus léger tel que des recettes de cocktail sans alcool ou l'amélioration de sa productivité. Cette solution a été créée en collaboration avec la responsable marketing et communication d'Idealis.

Dates	Sujets
08/02/2021	Recettes de cocktails sans alcool
08/03/2021	Marketing : Sondages
12/04/2021	Trois astuces pour gagner en productivité
10/05/2021	Marketing : Références
14/06/2021	Le yoga, une façon de s'évader après le boulot
12/07/2021	Marketing : Pourquoi communiquer sur les réseaux ?
09/08/2021	Convertir son activité physique en plantes

Tableau 9 : Planning des newsletters interne

Ces newsletters ont été écrites par la suite toujours en collaboration avec la responsable marketing et communication d'Idealis. Le planning peut toujours être amené à évoluer en ajoutant des dates ultérieures.

4.3.3. Application « Social Marketing »

Il y a quelques mois, l'application « Social Marketing » n'était pas utilisée au sein d'Idealis. L'amélioration faite lors de la présentation de la première piste de solution est de l'implémenter dans l'ERP Odoo d'Idealis. Il a également été question d'ajouter le réseau social « Instagram » à l'application. Toutefois, cela n'a pas eu lieu car les échanges qui ont pu être fait entre Odoo et Idealis ont révélé que l'ajout d'Instagram à l'application était prévu pour la version 15 d'Odoo qui va sortir sur le marché en octobre 2021.

Le résultat est concluant, au niveau de l'aspect de la visualisation des postes programmés. Mais également les flux des différents réseaux sociaux.

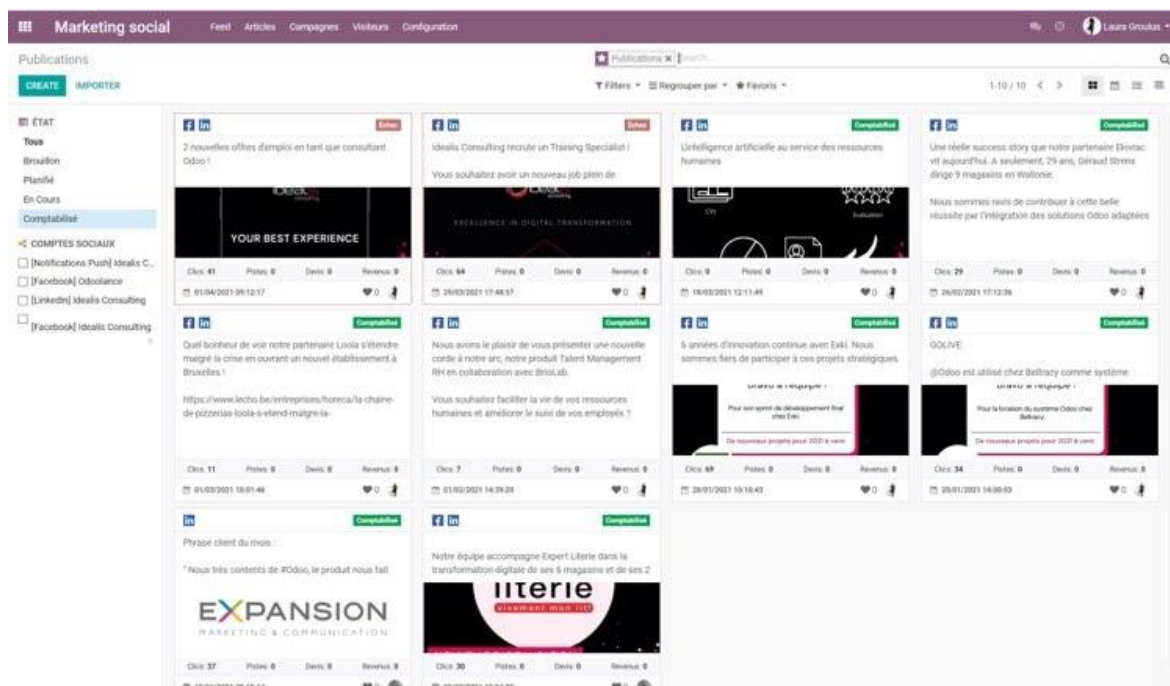


Figure 58 : Implémentation de l'application «Social Marketing» chez Idealis Consulting

Certains problèmes ont pu apparaître lors de l'utilisation de l'application. Premièrement les postes programmés ne se publient pas au moment prévu : il faut toujours aller actionner le bouton « Publier maintenant » pour que le post soit publié, c'est assez contraignant. Deuxièmement, dans certains cas les visuels publiés fonctionnent parfaitement sur un réseau social mais pas sur l'autre réseau social. Par exemple : un gif (image animée) a été posté sur Facebook et sur LinkedIn. Sur LinkedIn le gif fonctionnait parfaitement or sur Facebook l'image était figée. Troisièmement, lorsqu'il y a un souhait de taguer une personne ou une entreprise sur le post, cela ne se fait pas via le module Odoo. Il faut le faire via le réseau social lui-même lorsque la publication est déjà publiée.

4.3.4. Application « Discutez »

L'application « Discutez » d'Odoo permet de créer des groupes de conversations dans l'ERP. Les fonctionnalités qui sont présentes dans l'application sont les suivantes : Premièrement, il y a un fil d'actualité donnant un accès immédiat à toutes les conversations qui sont suivies par l'utilisateur. Deuxièmement, un chat en temps réel permet d'écrire instantanément à ses collaborateurs. Troisièmement, la création de groupes publics et privés, la gestion des participants est requise pour les groupes privés. Quatrièmement, il y a la possibilité de s'abonner à des discussions de groupes publiques. Cinquièmement, mettre des groupes en favoris. Sixièmement, il est possible de voir le statut des collaborateurs s'ils sont disponibles, absents du bureau, etc. Pour finir, en quittant l'application « Discutez » la conversation peut se transformer en fenêtre de discussion.

Les fonctionnalités manquantes au module « Discutez » ont été déterminées par la comparaison des outils dans la section « 2.3. Comparaison des outils ». L'analyse qui est retirée de cette comparaison est qu'il faut rajouter la possibilité de faire des appels vidéo, des appels audio, le partage d'écran, la réaction à des messages en emojis et surtout avoir une application desktop d'Odoo. La liste des fonctionnalités à ajouter se retrouve dans le Product Backlog ci-dessous.

ID	Epic	User Story	Numéro de maquette
4.	Discutez	N/A	
4.1.	Discutez	En tant que collaborateur, je veux pouvoir passer des appels vidéo, afin d'avoir un contact visuel rapide avec mes collègues.	1
4.2.	Discutez	En tant que collaborateur, je veux pouvoir partager mon écran pendant un appel vidéo, afin de mieux illustrer mes propos.	2
4.3.	Discutez	En tant que collaborateur, je veux pouvoir passer des appels audios, afin d'avoir un contact plus rapide avec mes collègues.	3
4.4.	Discutez	En tant que collaborateur, je veux pouvoir réagir à mes messages avec des emojis, afin de pouvoir réagir plus facilement.	4
4.5.	Discutez	En tant que collaborateur, je veux avoir accès à une application desktop d'Odoo, afin d'avoir un accès plus rapide à mes messages internes.	N/A

Tableau 10 : Product Backlog - suite

4.3.4.1. Maquette1

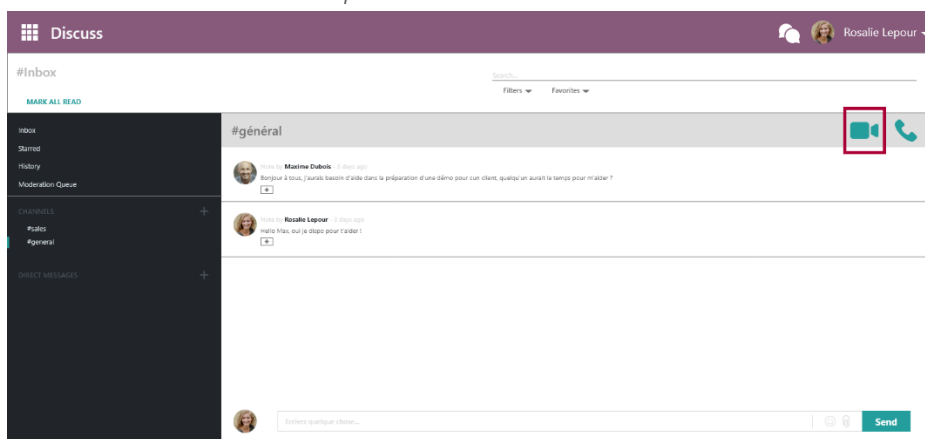


Figure 59 : Maquette "Discutez" 1

4.3.4.2. Maquette 2

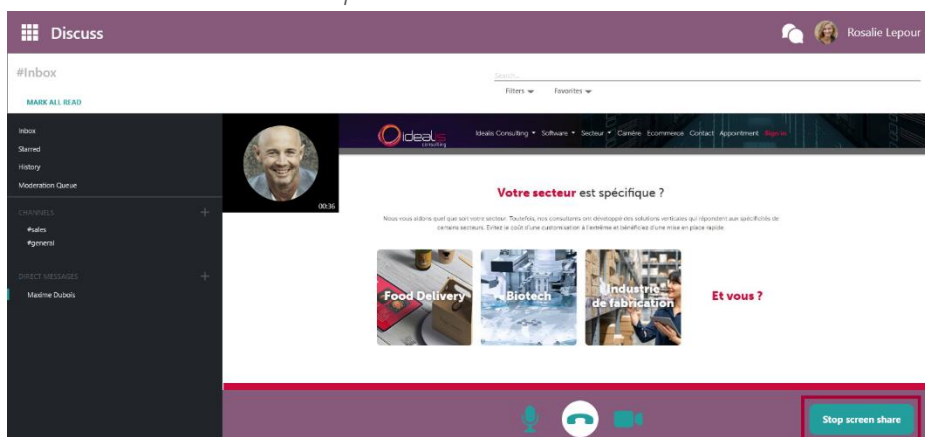


Figure 60 : Maquette "Discutez" 2

4.3.4.3. Maquette 3

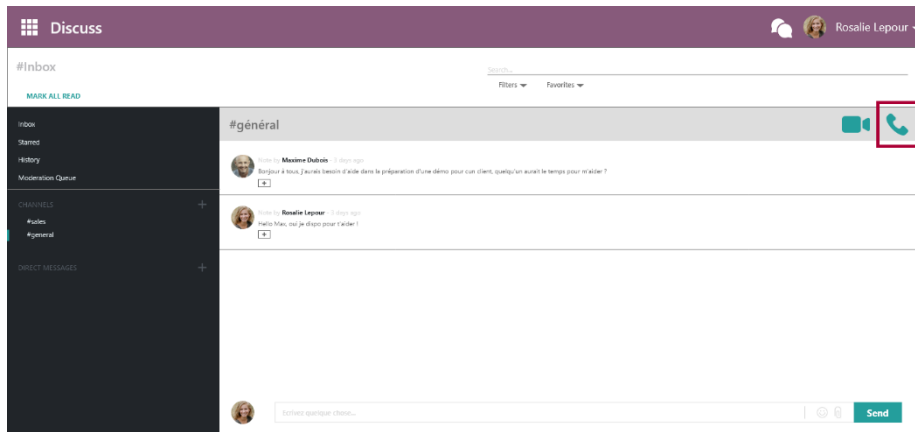


Figure 61 : Maquette "Discutez" 3

4.3.4.4. Maquette 4

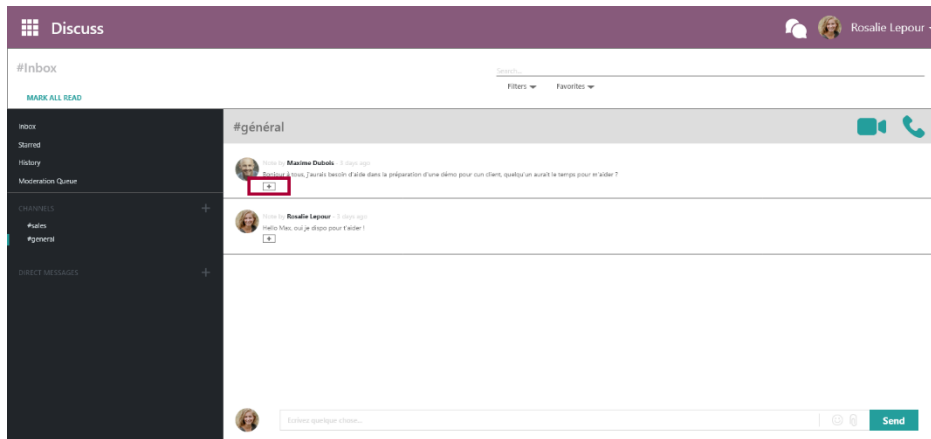


Figure 62 : Maquette "Discutez" 4

5. Analyse des résultats

Cette section cinq sur l'analyse des résultats, va permettre de prendre du recul par rapport à ce que la solution proposée peut ou non apporter à Idealis Consulting. C'est une analyse qui se veut objective. Dans la suite de la section les perspectives de ce projet vont être abordées, afin d'avoir un point de vue évolutif. Pour finir une prise de recul sur la formation en Business Analyst donnée par l'ECAM et l'ICHEC sera complétée par le partage des compétences qui ont été acquises lors de ces deux années de master.

5.1. Analyse critique des résultats

L'analyse critique des résultats porte sur la conclusion des différentes recommandations et des résultats qui en ont découlé. En qualité de Business Analyst, une analyse accompagnera les résultats de la solution.

Le site internet d'Idealis Consulting a connu une refonte du point de vue de son ergonomie. L'arborescence et le contenu ont été disposés différemment. Cela a permis que le site internet soit en accord avec la stratégie digitale d'Idealis, mais surtout que le site représente exactement la manière dont fonctionne Idealis Consulting. Le site a été refait sur une base de données test d'Idealis. Cela signifie que les modifications ne se trouvent pas sur leur site public, le but est de vérifier en interne si les améliorations sont en adéquation avec l'entreprise. Le fait est que c'est le cas, mais aucune décision concernant la migration de ces modifications n'a été prévue.

Le module d'emailing que propose Odoo convient parfaitement aux besoins d'Idealis. L'amélioration de son utilisation se focalise sur la mise en place de la newsletter ayant pour objectif d'informer les collaborateurs des nouveautés concernant la stratégie digitale d'Idealis et le partage de bons plans et de recettes pour booster les troupes. La mise en place de ce planning de newsletter permet de rassembler les collaborateurs et de communiquer plus régulièrement avec eux. Pour le moment, le planning est prévu jusqu'au mois d'août et va être poursuivi.

L'application « Social Marketing » d'Odoo convient parfaitement sur papier. C'est-à-dire que les fonctionnalités disponibles correspondent aux besoins d'Idealis. Effectivement, Instagram est manquant parmi les réseaux sociaux disponibles, mais sera implémenté dans la v15 d'Odoo qui sort en octobre 2021. C'est dans ce contexte-là que cette fonctionnalité n'a pas été prévue d'être développée. Des problèmes sont survenus lors de l'utilisation du module. Comme expliquées plus haut, les publications programmées ne sont pas publiées du tout malgré la programmation. D'après Odoo, cela devrait fonctionner. Un technicien de chez Odoo devrait regarder où se trouve le problème.

Le module « Discutez » d'Odoo est à la base très sommaire. Cela implique que les fonctionnalités se limitent à la discussion instantanée et aux discussions de groupes. Aucune fonctionnalité d'appel est intégrée. Grâce à la solution proposée, les fonctionnalités qu'il est proposées d'ajouter au module sont les appels vidéo, les appels audio, le partage d'écran, la réaction à des messages grâce à des emojis et l'application Desktop. Ces éléments favorisent la communication interne des entreprises. Il est vrai qu'à contrario de cette solution, la solution proposant la boîte à outils encourage à continuer d'utiliser le logiciel déjà en cours d'utilisation chez Idealis Consulting.

La conclusion qui peut en être tirée de cette analyse critique est que malgré les améliorations qui peuvent être faites sur les applications d'Odoo, dans quelques années elles seront obsolètes. En effet, comme mentionné plus haut, chaque année Odoo améliore son ERP. Cela implique que les efforts fournis peuvent être en vain, toutefois ce qu'il faut retenir est que l'optimisation de ces applications peut devenir un nouveau produit pour Idealis et donc par conséquent l'implémenter chez leurs clients.

5.2. Perspectives futures du projet

Dans la section précédente, « **5.1. Analyse critique des résultats** », certaines problématiques ont pu y être montrées, telles que l'amélioration d'Odoo chaque année qui peut être un frein à cette optimisation d'applications et les bugs qui peuvent découler de ces améliorations.

Les perspectives de la solution ont été identifiées. Dans cette section-ci, différentes propositions y seront faites. D'un côté il y a la mise à jour continue de la solution au fil du temps en fonction des besoins qui peuvent évoluer et d'un autre côté il y a la possibilité de reprendre la solution implémentée chez Idealis Consulting pour la proposer à ses clients.

La mise à jour de la solution va permettre de la garder toujours « up to date » pour Idealis. Cela permet qu'il n'y ait pas de bugs et que les fonctionnalités soient constamment en adéquation avec les besoins d'Idéal Consulting. Dans le futur il y aurait probablement l'intégration de YouTube dans l'application « Social Marketing ». Car Idealis aimerait plus utiliser ce réseau social-là.

Reprendre cette solution et la proposer aux clients d'Idéal Consulting permettrait d'un côté à Idealis d'étendre son domaine d'activité dans la transformation digitale et d'un autre côté, cela lui permettrait d'avoir une solution efficace pour mettre en place la stratégie digitale de ses clients dans leur ERP Odoo et moins coûteuse qu'une solution sur mesure faite spécialement pour le client en question. Pour cela il faut adapter les besoins du client aux fonctionnalités prévues par la solution.

5.3. Prise de recul sur le master en Business Analyst et les compétences acquises

J'ai commencé le Master en Business Analyst donné à la fois par l'ICHEC et l'ECAM il y a deux ans. Tout au long de cette formation, qui inclut les cours qui sont donnés par l'ICHEC et l'ECAM et le stage en alternance, plusieurs compétences ont pu être développées.

Dans cette section, une prise de recul sera faite sur le Master et également la démonstration des compétences acquises tout au long des cours et du stage de deux ans.

La première compétence acquise est le fait de pouvoir analyser et modéliser. Cela implique la capacité à analyser la situation existante de l'entreprise, identifier le domaine où les changements dans le système d'information sont nécessaires et la formalisation des besoins. Ces différents éléments ont été appliqués lors de mon stage chez Idealis Consulting. Cela a été fait par la compréhension des processus d'Idéal et l'identification d'une problématique. En l'occurrence cela se traduit par l'objet de ce mémoire. Le manque de cohérence et d'optimisation au sein de la communication interne et externe d'Idéal Consulting, mais aussi sa stratégie digitale.

La deuxième compétence acquise consiste à collaborer. Tout au long de mon stage j'ai pu collaborer avec différents collaborateurs d'Idéal Consulting. Cela consistait à travailler sur de mêmes projets,

tels que la réalisation de démos pour les clients, la création des sites internet de certains clients et j'ai également pu assister à des rendez-vous clients.

La troisième compétence acquise est celle d'être capable de concevoir et développer des solutions. J'ai pu concevoir des solutions répondant aux besoins des clients lors de démos et de la création de leurs sites internet. Le testing était également présent, lorsqu'un projet était dans sa phase finale.

La quatrième compétence acquise est la gestion d'un projet. Travaillant sur le projet de mon mémoire, j'ai pu appliquer les outils appris en gestion de projet. Cela implique une partie Agile et une partie en waterfall. J'ai dû utiliser les deux méthodes, car d'un côté cette flexibilité était requise et de l'autre les deadlines étaient très linéaires.

La cinquième compétence acquise est le fait de participer à la stratégie de gouvernance. Ayant eu un travail basé sur la stratégie digitale, mon implication au sein de l'entreprise a été requise pour contribuer à la définition et l'amélioration de cette dernière. Cela a été fait en collaboration avec Laura, la responsable marketing et communication d'Idealis Consulting, mais également d'André le chef de l'entreprise.

Et pour finir, la dernière compétence acquise est l'optimisation. La stratégie digitale mise en place, une optimisation de celle-ci était nécessaire. Devant être perpétuellement en adéquation avec l'image d'Idealis Consulting et sa stratégie d'entreprise. Pour ce faire, des tests d'utilisabilité ont été menés afin de déterminer les améliorations à effectuer sur le site internet d'Idealis Consulting.

L'avis que j'ai pu me faire tout au long de ces deux années de Master sur la formation en tant que telle est plutôt positif. La réalité du monde professionnel y est bien présentée grâce au stage de deux ans qui permet de se forger une expérience, qu'elle soit bonne ou mauvaise. Des leçons ont pu être tirées, telles que je sais maintenant comment je me positionne dans une entreprise, par rapport aux autres collaborateurs. J'ai pu identifier mes propres valeurs et ce que suis prête à accepter lors d'un futur emploi. Les cours donnés respectivement par l'ICHEC et l'ECAM m'ont permis de mieux comprendre certains aspects du métier, qui ne m'étaient pas accessibles à mon lieu de stage, tels que la compréhension de bases de données, de systèmes d'informations, etc.

Pour conclure, de manière générale le Master en Business Analyst est adapté et en adéquation avec la réalité du terrain.

6. Conclusion

Ce mémoire de recherche avait pour objectif de répondre à différentes questions qui ont été posées dans la section « **1.1. Contexte du problème** ». Il a été répondu à ces interrogations tout au long de ce travail. La première étant: le cordonnier est-il bien chaussé ? Fidèle à cette citation, il a pu être remarqué que le cordonnier n'était effectivement pas idéalement chaussé. Idealis Consulting est une entreprise spécialisée dans la transformation digitale de ses clients. Toutefois, en ce qui concerne la transformation de sa propre stratégie digitale, quelques lacunes ont été pointées. Cette conclusion va permettre d'évoquer de manière synthétique quelles sont les problématiques de base et quelles ont été les solutions apportées et pour finir, les perspectives du projet seront abordées.

La première problématique d'Idealis était qu'aucune stratégie digitale n'existait au sein de l'entreprise. Pour rappel, c'était le C.E.O. qui postait les différentes publications, sans suivre une stratégie précise. Pour pallier ce problème, une responsable marketing et communication a été engagée. Depuis, une stratégie digitale et de communication est en place. Elle utilise l'application « Social Marketing » d'Odoo afin d'optimiser son temps et pouvoir programmer des publications à l'avance. Toutefois, des problèmes ont pu être rencontrés. Comme par exemple, la non-publications de postes programmées, l'impossibilité de taguer des personnes sur des postes, etc.

La deuxième problématique concerne la communication au sein de l'entreprise au sujet de la stratégie digitale. Il a été remarqué qu'il y avait autant de stratégies digitales que de team leaders. Cela démontre un manque de communication interne. La mise en place d'une newsletter permet de communiquer de façon plus transparente sur la stratégie digitale, mais aussi d'améliorer son esprit d'entreprise en communiquant sur des sujets plus légers.

La troisième problématique était qu'en octobre 2019, le site internet d'Idealis avait fait l'objet d'une refonte complète du point de vue ergonomique et design. Le changement était spectaculaire. Toutefois, l'entreprise grandissant à vitesse grand V, le site internet même un an après ne correspondait plus à la réalité de l'entreprise. Pour ce faire, des tests d'utilisabilité ont été menés afin de déterminer quels étaient les éléments à mettre en avant sur le site. L'objectif principal était de faire transparaître la réalité de l'entreprise à travers son site internet.

Pour finir, le logiciel « Discord » a été mis en place chez Idealis Consulting en février 2021. Ce logiciel étant gratuit et présentant beaucoup de fonctionnalités intéressantes, il est facile de comprendre pourquoi il est utilisé au sein d'Idealis. Toutefois, même si « Discord » est gratuit à l'heure actuelle, il n'y a aucune certitude pour que cela le reste à long terme. La solution proposée est d'améliorer l'application d'Odoo « Discutez », afin qu'elle puisse être utilisée au quotidien chez Idealis. Les fonctionnalités principales de « Discord » ont été reprises et des maquettes ont été dessinées pour mieux visualiser les nouvelles fonctionnalités dans Odoo. L'amélioration de cette application permettrait à Idealis de pousser l'utilisation de leur ERP au maximum.

Toutes ces problématiques ont pu être résolues via les recherches faites dans le cadre de ce mémoire en proposant des recommandations afin d'améliorer la stratégie digitale, la gestion et la diffusion d'informations, que ce soit en interne ou en externe. Malgré les points positifs qui ont été évoqués plus haut, la solution qui a été proposée possède des points faibles. L'investissement financier pour

développer cette solution est conséquent, sachant qu'Odoo optimise et développe de nouvelles applications chaque année.

Les perspectives du projet sont de pouvoir d'une part améliorer en continu les outils liés à la stratégie digitale et la gestion et la diffusion d'Informations et d'autre part de pouvoir proposer cette solution aux clients d'Idealis. Pour conclure, Odoo propose des applications qui sont pleines de potentiel et qui ne demandent qu'à être développées et améliorées.

Ce mémoire de recherche permet de mettre en avant qu'afin d'améliorer la communication interne et externe d'une entreprise, celle-ci doit se remettre en permanence en question et vérifier régulièrement si la pratique est en adéquation avec les objectifs de communication poursuivis.

Bibliographie

- ABJ Cloud Solutions. (s. d.). [NetSuite]. ABJ Cloud Solutions. <https://www.abjcloudsolutions.com/netsuite-erp-system/>
- Active Trail. (s. d.). Active Trail : Marketing Automation. Consulté le 5 mai 2021, à l'adresse <https://www.activetrail.fr/>
- Advocacy for Immunisation. (s. d.). COMMENT ÉLABORER UN PLAN DE MISE EN ŒUVRE. Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <http://advocacy.vaccineswork.org/planifier/comment-elaborer-un-plan-de-mise-en-oeuvre/>
- Andre, L. (2021, 1 mars). Epicor ERP Reviews : Pricing & Software Features 2020. Consulté le 23 mars 2021, à l'adresse <https://reviews.financesonline.com/p/epicor-erp/#:%7E:text=What%20are%20Epicor%20ERP%20pricing%20details%3F&text=Pricing%20starts%20at%20%24175%20per%20user%20per%20month>
- Atlassian. (s. d.). Jira Pricing - Monthly and Annual Subscription Cost per User. Consulté le 24 mars 2021, à l'adresse <https://www.atlassian.com/software/jira/pricing>
- Atlassian. (s. d.). Jira Software – Fonctionnalités. Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <https://www.atlassian.com/fr/software/jira/features>
- Barbera, A. (2019, 30 octobre). [Microsoft Project]. E-Launch. <https://www.e-launch.nl/nieuwe-versie-van-microsoft-project-gelanceerd/>
- Bassinat, M. (2019, 12 décembre). Qu'est-ce qu'un PERSONA et comment le créer ? Miss SEO Girl. Consulté le 22 mars 2021, à l'adresse <https://www.miss-seo-girl.com/un-persona-c-est-quoi/>
- Bathelot, B. (2017, 21 novembre). Backlog produit - Définitions Marketing. Définitions Marketing - Boitmobile. Consulté le 24 mai 2021, à l'adresse <https://www.definitions-marketing.com/definition/backlog-produit/#:%7E:text=Un%20backlog%20produit%20est%20une,application%20mobile%2C%20etc.>
- Beauford, M. (2019, 1 mai). [Samepage]. UC Today. <https://www.uctoday.com/collaboration/samepage-beefing-up-free-collaboration-features/>
- Benchmark. (s. d.). [Benchmark]. Benchmark. <https://www.benchmarkemail.com/>
- Benchmark Email. (s. d.). Email Marketing Services. Consulté le 5 mai 2021, à l'adresse <https://www.benchmarkemail.com/>
- Blog du Modérateur. (s. d.). [Basecamp]. Blog du Modérateur. <https://www.blogdumoderateur.com/tools/basecamp/>
- Brandl, R. (2020, 16 décembre). Les 12 meilleurs éditeurs de site Internet en 2021 : testés et approuvés. WebsiteToolTester. Consulté le 25 mars 2021, à l'adresse <https://www.websitetooltester.com/fr/logiciel-creation-site-web/>
- Braudo, S. (s. d.). Progiel - Définition - Dictionnaire juridique. Dictionnaire Juridique. Consulté le 18 février 2021, à l'adresse <https://www.dictionnaire-juridique.com/definition/progiel.php>
- Capterra. (s. d.). Deltek Vision Reviews and Pricing - 2021. Consulté le 23 mars 2021, à l'adresse <https://www.capterra.com/p/1404/Deltek-Vision/#pricing>
- Capterra. (s. d.). Logiciels de communication interne. Consulté le 27 octobre 2020, à l'adresse [https://fr.capterra.be/directory/31014/internal-communications/software?free_version\[\]=Yes&overall_rating_ge=4&sort=reviews](https://fr.capterra.be/directory/31014/internal-communications/software?free_version[]=Yes&overall_rating_ge=4&sort=reviews)
- Capterra. (s. d.-a). [GoTo Meeting]. Capterra. <https://www.capterra.fr/software/163332/gotomeeting>
- Capterra. (s. d.-b). [Buffer]. Capterra. <https://www.capterra.com/p/143492/Buffer/>
- Cegid. (2020, 20 janvier). Comment exécuter votre stratégie digitale avec un ERP ? Les 10 preuves qu'il vous manquait... . Consulté le 21 octobre 2020, à l'adresse <https://www.cegid.com/fr/blog/comment-executer-votre-strategie-digitale-avec-un-erp/>

Chollat, C. (s. d.). Les 15 meilleurs logiciels de gestion de projet. Codeur Mag. Consulté le 24 mars 2021, à l'adresse <https://www.codeur.com/blog/outils-gestion-de-projet/>

Cogitime. (s. d.). Domaine d'action de l'ERP [Illustration]. Cogitime. <https://www.cogitime.fr/solution-erp/>

Clémentine. (s. d.) Product Owner (PO) / Product Manager - Qui est-ce ? Consulté le 24 mai 2021, à l'adresse <https://www.clementine.jobs/fiches-metiers/metiers-marketing-publicite-digitale/product-owner/>

Conrad, H. (2016, décembre). Élaboration d'un plan de transition et de mise en œuvre pour améliorer la gestion de l'obsolescence dans une entreprise du secteur aéronautique (Mémoire). Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <https://core.ac.uk/download/pdf/83639913.pdf>

Corthésy, M. (2021, 16 février). Les 9 meilleurs logiciels de planification gratuits. PME WEB. Consulté le 24 mars 2021, à l'adresse <https://www.pme-web.com/meilleurs-logiciels-planification-gratuits/>

Craig, K. (2021, 18 mars). NetSuite ERP Review. Better Buys. Consulté le 23 mars 2021, à l'adresse <https://www.betterbuys.com/erp/reviews/netsuite-erp/>

d'Aspremont Lynden, T. (2020, 15 mai). Communication digitale : Définition et Tendances pour 2021. Sortlist Blog. Consulté le 18 février 2021, à l'adresse <https://www.sortlist.fr/blog/communication-digitale/#:%7E:text=La%20communication%20digitale%20est%20compos%C3%A9e,virtuelle%2C%20chatbots%2C%20enceintes%20connect%C3%A9es>

Deltek. (s. d.). Enterprise and Financial Management Software by Industries | Deltek. Consulté le 23 mars 2021, à l'adresse <https://www.deltek.com/en/industries>

Ecommerce Website. (s. d.). [Webnode]. Ecommerce Website. <https://ecommerce-platforms.com/nl/website-builder-reviews/webnode-review>

Epicor ERP. (s. d.). [Epicor ERP]. Epicor ERP. <https://www.epicor.com/en-id/industry-productivity-solutions/manufacturing/platforms/epicor-erp/>

Epicor. (s. d.). B2B eCommerce Software for Manufacturers and Distributors. Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <https://www.epicor.com/en-au/industry-productivity-solutions/modules/ecommerce/epicor-commerce-connect/>

Epicor. (s. d.). Modules. Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <https://www.epicor.com/en/industry-productivity-solutions/modules/>

Epicor Quebec. (s. d.). Why Epicor. Consulté le 23 mars 2021, à l'adresse <https://www.epicor.com/fr-ca/company/why/>

ERP Focus. (s. d.). Deltek Vision ERP - ERP Pricing, Demo & Comparison Tool. Consulté le 23 mars 2021, à l'adresse <https://www.erpfocus.com/deltek-vision-erp-software-1831.html#:~:text=Deltek%20Vision%20is%20an%20ERP,communication%20between%20different%20business%20departments.&text=All%20Deltek%20Vision%20ERP%20software,multi%20language%20and%20multi%20currency>

Essique, H. (2018, 24 mars). Qu'est-ce que la communication digitale ? Agence Anthedesign. Consulté le 18 février 2021, à l'adresse <https://www.anthedesign.fr/communication-2/communication-digitale/#:%7E:text=Dans%20le%20domaine%20professionnel%2C%20la,la%20visibilit%C3%A9%20d'une%20entreprise>

Favro. (s. d.). Favro | Pricing - How Much Does Favro Cost? Consulté le 25 mars 2021, à l'adresse <https://www.favro.com/pricing>

Fleury, B. (2018, 26 juin). Les logiciels ERP, leur histoire d'hier à aujourd'hui. ECN. Consulté le 21 octobre 2020, à l'adresse <https://www.ecommerce-nation.fr/lhistoire-des-logiciels-erp-dhier-a-aujourd'hui/#:%7E:text=Le%20logiciel%20ERP%20trouve%20son,%C3%A0%20un%20besoin%20de%20planification>

Fournet-Fayard, A. (s. d.). Qu'est-ce que la stratégie digitale Définition et applications. Com.edit. Consulté le 21 octobre 2020, à l'adresse <http://www.com-edit.com/blog/strategie-digitale.html>

Free-photos. (2015, 16 septembre). [Jeune fille portrait coiffure]. Pixabay. Consulté le 3 avril 2021, à l'adresse <https://pixabay.com/fr/photos/jeune-fille-portrait-%C3%A0-la-recherche-919048>

Gartner Methodology. FrontRunners for Enterprise Resource Planning (octobre 2017). ERPNext. <https://discuss.erpnext.com/t/erpnext-selected-in-erp-frontrunner-quadrant-by-gartner/23053>

Geissmann, H., & Geissmann, H. (2020, 4 septembre). User Story. Le Blog de Thiga. Consulté le 11 mars 2021, à l'adresse <https://blog.thiga.co/glossaire/definition-user-story/>

Gibbons, S. (2018, 9 décembre). Journey Mapping 101. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/journey-mapping-101/>

Hootsuite. (s. d.). Choisissez le forfait qui vous convient. Consulté le 13 avril 2021, à l'adresse <https://www.hootsuite.com/fr/forfaits>

Hootsuite. (s. d.). [Hootsuite]. Hootsuite. <https://www.hootsuite.com/fr/platform/publish>

Idéematic. (2015, 21 janvier). Définition des méthodes Agiles. Consulté le 7 mai 2021, à l'adresse <https://www.ideematic.com/actualites/2015/01/methodes-agiles-definition/>

JEFF. (2015, 12 avril). 40 citations pour booster votre motivation. Cultivons l'optimisme. Consulté le 3 avril 2021, à l'adresse <https://anti-deprime.com/2015/04/12/40-citations-pour-booster-votre-motivation-3/>

Jimdo. (s. d.). [Jimdo]. Jimdo. <https://www.jimdo.com/fr/>

Julien. (s. d.). Plan d'action : 10 étapes pour créer votre plan réaliste. Organisoologie. Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <https://organisoologie.com/comment-sorganiser/comment-atteindre-ses-objectifs/plan-action/>

KM. (2007, 9 décembre). Mise en œuvre de la solution en gestion de projet - Web-ntic MOE MOA. Web-ntic. Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <https://phortail.org/webntic/Mise-en-oeuvre-de-la-solution-en-gestion-de-projet.html>

Kokoroe. (s. d.). Outils de communication : les tops et les pièges. Consulté le 18 février 2021, à l'adresse <https://www.kokoroe.fr/list/competences-humaines/article/outils-de-communication-les-tops-et-les-pieges-1197#:~:text=Un%20outil%20de%20communication%20est,messages%20%C3%A0%20des%20publics%20cibles.&text=La%20communication%20interne%20d%C3%A9signe%20les,humaines%20%C3%A0%20destination%20des%20salari%C3%A9s>

La communication externe en bref. (s. d.). Stratégies. Consulté le 28 février 2021, à l'adresse <https://www.strategies.fr/communication-externe.html#:~:text=La%20communication%20externe%20regroupe%20au,son%20image%20et%20sa%20notori%C3%A9t%C3%A9>

La Fabrique du Net. (s. d.). Comparatif des meilleurs logiciels d'emailing. Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <https://www.lafabriquedunet.fr/comparatif-logiciels-emailing/>

Larousse. (s. d.). Définitions : communication - Dictionnaire de français Larousse. Larousse. Consulté le 17 février 2021, à l'adresse <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/communication/17561>

L'internaute. (s. d.). Template. Consulté le 24 mai 2021, à l'adresse <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/template/#:~:text=Le%20mot%20template%20est%20un,ce%20template%20cr%C3%A9ditez%20le%20cr%C3%A9ateur>

Mailchimp. (s. d.). All-In-One Integrated Marketing Platform for Small Business. Consulté le 19 avril 2021, à l'adresse <https://mailchimp.com/>

Make a Website Hub. (s. d.). [Weebly]. Make a Website Hub. <https://makeawebsitehub.com/review/weebly/>

Manager GO ! (2020, août 12). Modèle de plan d'action et commentaires associés. Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <https://www.manager-go.com/gestion-de-projet/dossiers-methodes/exemple-de-plan>

Maud. (s. d.). Stratégie de communication digitale : comment l'élaborer ? Agence Inbound Marketing à Lyon. Consulté le 18 février 2021, à l'adresse <https://www.webconversion.fr/strategie-digitale/>

Meuleman, Y. (s. d.). [Mailchimp]. OVA. <https://ova.nl/e-mail-marketing/wat-is-mailchimp/>

Microsoft. (s. d.). Compare project management solutions and costs. Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <https://www.microsoft.com/en-ww/microsoft-365/project/compare-microsoft-project-management-software?market=af>

Microsoft. (s. d.). [Teams]. Microsoft. <https://support.microsoft.com/nl-nl/topic/kennismaken-met-de-vereenvoudigde-microsoft-teams-ervaring-voor-onderwijs-fd5b0668-4156-4ce1-a51a-e6f54827973d>

Negrea, S. (s. d.). [Research Method Cycle]. PngItem. https://www.pngitem.com/middle/hwJbTi_the-framework-i-use-when-teaching-the-scientific/

NetSuite. (s. d.). Industry Software, Vertical Software, Industry Solutions - NetSuite Industry Solutions. Consulté le 23 mars 2021, à l'adresse <https://www.netsuite.com/portal/industries.shtml>

Nguyen, T-D, «Stratégie et gouvernance IT», séance 3, 2020 (Gartner, 2021) (Nguyen, 2020)

Odoo. (s. d.). Capterra. <https://fr.capterra.be/alternatives/135618/odoo>

Odoo S.A. (s. d.). Fonctionnalités de gestion de projet | Odoo. Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse https://www.odoo.com/fr_FR/app/project-features

Pillou, J. F. (2015, 26 mai). UML - Cas d'utilisation (Use cases). CommentCaMarche. Consulté le 11 mars 2021, à l'adresse <https://www.commentcamarche.net/contents/1138-uml-cas-d-utilisation-use-cases>

Prium Portage. (s.d.). Prium Formation - Formation gestion de projet. Prium Formation. Consulté le 27 octobre 2020, à l'adresse <https://prium-formation.com/domaine/formation-gestion-de-projet/#:%7E:text=Selon%20AFNOR%2C%20la%20gestion%20de,qu'il%20satisfasse%20aux%20besoins>

Programme Solidarité Eau. (s. d.). 4- Organiser la mise en oeuvre du projet | Programme Solidarité Eau. Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <https://www.pseau.org/fr/methodologie/mise-en-oeuvre>

QRP International. (s. d.). Scrum Master : définition, rôle, responsabilités et compétences. Consulté le 24 mai 2021, à l'adresse <https://www.qrpinternational.ch/fr/qrp-news/scrum-master-definition-role-responsabilites-et-competences/>

Rédaction, L. (2019, 5 février). Communication interne : définition, traduction. Journal du net. Consulté le 28 février 2021, à l'adresse <https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-du-marketing/1198067-communication-interne-definition-traduction/#:%7E:text=La%20communication%20interne%20d%C3%A9signe%20la,soiales%20aux%20employ%C3%A9s%20et%20directeurs>

Richy, B. (2020, 9 juillet). Comprenez la méthode customer journey map. OpenClassrooms. <https://openclassrooms.com/fr/courses/5249081-gerez-un-projet-design-avec-plusieurs-methodes-de-ux-mapping/5249088-comprenez-la-methode-customer-journey-map>

Rousseau, C. (2019, 9 septembre). 5 logiciels de gestion de projets à connaître. Chef d'entreprise. Consulté le 27 octobre 2020, à l'adresse <https://www.chefdentreprise.com/Thematique/gestion-finance-1025/Breves/logiciels-gestion-projets-connaître-341426.htm>

SAP. (s. d.). Marketing Cloud : Multichannel Marketing | Customer Experience (CX). Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <https://www.sap.com/belgique/products/crm/marketing.html>

SAP Business One. (s. d.). [SAP Business One]. SAP Business One. <https://www.sap-business-one-tips.com/what-is-sap-business-one/>

Schneider, F., «Médias Sociaux et communication digitale à l'hôpital.», juillet 2015, magazine Gestions hospitalières, N°547 page 380 - 390. Consulté le 21 octobre 2021, à l'adresse https://www.researchgate.net/profile/Franck-Schneider-2/publication/281902190_Medias_sociaux_et_communication_digitale_a_l%27hopital/links/56793f7a08aee68f37781722/Medias-sociaux-et-communication-digitale-a-lhopital.pdf

Secrétariat de la SAICM et l'UNITAR en collaboration avec l'IOMC. (2009, novembre). Guide d'orientation sur l'élaboration de plans de mise en œuvre de la SAICM. https://www.who.int/iomc/publications/saicm_impl_fr.pdf?ua=1

Seidor. (s. d.). The Complete 2021 SAP Business One Pricing Guide. Consulté le 22 mars 2021, à l'adresse <https://blogs.seidor.us/content/seidor-us/company/blog/the-complete-2021-sap-business-one-pricing-guide>

Seismic. (s. d.). Sales Enablement Global Leader | Seismic Sales Enablement Platform. Consulté le 5 mai 2021, à l'adresse <https://seismic.com/>

Seismic. (s. d.). [Seismic]. Seismic. <https://seismic.com/fr/marketing-solutions/>

Sellitto, J. (2018, 20 avril). Plan d'action : exemple & grandes étapes d'élaboration. Cadres en mission. Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <https://www.cadrenmission.com/blog/plan-action-modele/>

Sendinblue. (s. d.). Des offres adaptées. Consulté le 19 avril 2021, à l'adresse <https://fr.sendinblue.com/tarifs/>

Sendinblue. (s. d.). [Sendinblue]. Sendinblue. <https://fr.sendinblue.com/fonctionnalites/emailing/>

Service Design Tools. (s. d.). Journey Map | Service Design Tools. <https://servicedesigntools.org/tools/journey-map>

Shawrypa. (2016, 27 septembre). [Homme souriant chauve]. Pixabay. Consulté le 3 avril 2021, à l'adresse <https://pixabay.com/fr/photos/l-homme-sourire-bold-%C3%A9%C3%A9gant-1690965/>

Soft Central. (s. d.). [Zoho Social]. Soft Central. <https://soft-central.net/social-media/outils-sc/zoho-social-avis-presentation/>

Software Advice. (s. d.). [Deltek Vision Software]. Software Advice. <https://www.softwareadvice.com/project-management/deltek-vision-profile/>

Software Advice. (s. d.). SAP Business One Software - 2021 Reviews, Pricing & Demo. Consulté le 22 mars 2021, à l'adresse <https://www.softwareadvice.com/erp/sap-business-one-erp-profile/>

Techno-Science. (s. d.). Logiciel : définition et explications. Techno-Science.net. Consulté le 18 février 2021, à l'adresse <https://www.techno-science.net/definition/701.html>

Thielman, S. (2016, 10 octobre). [Workplace from Facebook]. The Guardian. <https://www.theguardian.com/technology/2016/oct/10/workplace-by-facebook-office-communication-slack>

Think&do. (s. d.). [Atlassian JIRA]. Think&do. <https://thinkando.it/atlassian-jira-confluence-training/>

Thomas. (2019, 14 juin). 6 alternatives à HootSuite pour gérer vos réseaux sociaux [Gratuits & Payants]. La Fabrique du Net. Consulté le 9 avril 2021, à l'adresse <https://www.lafabriquedunet.fr/blog/comparatif-meilleurs-outils-gestion-projet/>

Top Ten Marketing Tools. (s. d.). [Active Trail]. Top Ten Marketing Tools. <https://toptenmarketingtools.com/email-marketing-platforms/activetrail-review/>

User : 818376. (2015, 4 mars). [Femme Portrait Modèle Sourire Heureux]. Pixabay. Consulté le 3 avril 2021, à l'adresse <https://pixabay.com/fr/photos/femme-portrait-mod%C3%A8le-sourire-657753/>

Vest, C. (2018, 12 décembre). A la découverte des ERP/CRM. Digital by Audencia. Consulté le 21 octobre 2020, à l'adresse <http://marketing-digital.audencia.com/a-la-decouverte-des-erp-crm/>

Veyrat, P. (2018, 25 octobre). Exemples de BPMN : comprendre la signification de 20 symboles. HEFLO. Consulté le 13 mai 2021, à l'adresse <https://www.heflo.com/fr/blog/bpm/exemple-bpmn/>

Wiedenberg, A. (s. d.). Comment créer son persona [Tutoriel]. EasyBear. Consulté le 3 avril 2021, à l'adresse <https://www.easybear.fr/blog/comment-cree-persona#:~:text=D%C3%A9finition%20d'un%20persona&text=Le%20persona%20est%20une%20personne,voulez%20toucher%20avec%20votre%20strat%C3%A9gie>

Wikipedia contributors. (2020, 17 septembre). Microsoft Project. Wikipedia. Consulté le 23 mars 2021, à l'adresse https://fr.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Project

Wikipedia contributors. (2021, 26 février). NetSuite. Wikipedia. Consulté le 23 mars 2021, à l'adresse <https://en.wikipedia.org/wiki/NetSuite>

Wikipedia contributors. (2021, 24 février). SAP Business One. Wikipedia. Consulté le 19 mars 2021, à l'adresse https://en.wikipedia.org/wiki/SAP_Business_One

Wix.com. (s. d.). [Wix.com]. Wic.com. <https://support.wix.com/en/article/wix-editor-publishing-your-site>

Wrike. (s. d.). Techniques et outils de la gestion de projet Agile. Consulté le 1er avril 2021, à l'adresse <https://www.wrike.com/fr/project-management-guide/techniques-et-outils-de-la-gestion-de-projet-agile/>

Xavier. (2020, 5 avril). A quoi servent les tests utilisateur ou tests d'utilisabilité ? Blog Ux. Consulté le 29 avril 2021, à l'adresse <https://blog-ux.com/a-quoi-servent-les-tests-utilisateur-ou-tests-utilisabilite/>

Zoho. (s. d.). Social Media Management Software - Zoho Social. Consulté le 5 mai 2021, à l'adresse <https://www.zoho.com/social/>

Zoom. (s. d.). Video Conferencing, Web Conferencing, Webinars, Screen Sharing. Zoom Video. Consulté le 24 mai 2021, à l'adresse <https://zoom.us/pricing>



Glossaire

B2B : Business to Business

B2C : Business to Customer

BA/PM : Business Analyst / Project Manager

B.U.M. : Business Unit Manager

C.E.O. : Chief Executive Officer

CMS : Content Management System

Dev : Développeur

Gold Partenaires d'Odoo : Ce sont des sociétés proposant l'ERP Odoo à leurs propres clients. Les sociétés faisant partie des partenaires gold, ce sont ceux qui ont une grande quantité d'utilisateurs Odoo au niveau de leurs clients et des collaborateurs certifiés.

Odoo Standard : L'Odoo standard est l'ERP Odoo, sans aucune modification liée à un développement.

Product Backlog : Un backlog produit est une liste priorisée des fonctionnalités à développer ou améliorer dans le cadre d'un service / produit informatique (Bathelot B., novembre 2017)

Product Owner : Le Product Owner ou PO est le responsable de la définition et de la conception d'un produit. Expert de la méthodologie agile, il fait le lien entre la partie métier (bonne vision business) et la partie technique du projet. Il doit porter la vision du produit. Il est l'interface entre l'utilisateur, le Scrum Master et les équipes chargées du développement. (Clémentine)

Responsive : Ce terme se réfère à un site internet. Quand on dit qu'un site internet est responsive, cela veut dire qu'il est adapté pour mobile, tablette et desktop.

RH : Ressources Humaines

Scrum Master : Le Scrum Master est un professionnel qui s'assure que les processus Scrum soient correctement appliqués (c'est-à-dire que Scrum soit compris et adopté) et veille à ce que l'équipe Scrum adhère à la théorie, aux pratiques et aux règles de Scrum. Le Scrum Master interagit avec les membres de l'équipe Scrum (le Product Owner et l'équipe de développement) et l'ensemble de l'organisation afin de maximiser la valeur créée par l'équipe Scrum. Le Scrum Master est un professionnel incontournable dans le secteur du développement de logiciel agile. Le Scrum Master est responsable de la santé de l'équipe Scrum et doit superviser les processus et les cérémonies Scrum. Il / elle est (de préférence interne à l'organisation) chargé(e) de veiller à ce que l'équipe vive les valeurs agiles. Aujourd'hui, tout le monde se réfère au Scrum Master en tant que servant-leader de l'équipe Scrum. (QRP International)

SWOT : Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

Template : Le mot « template » est un anglicisme qui désigne un exemple sur lequel on se base pour concevoir un logiciel, un design de site, etc. (L'internaute)