

**EDITION DE NOËL**



# Startégie digitale

La boîte à outils pour bâtir sa stratégie digitale

Partagez votre expérience :

 @adnouest

# Marina Mendoza

---

ADN Ouest

*Chargée d'animation réseau et communication*



# Quelques bonnes pratiques pour profiter au mieux

---



**Installez-vous confortablement**



**Evitez les distractions**



**Mettez un casque pour mieux entendre**



**Coupez vos micros quand vous ne parlez pas &  
Partagez vos questions par écrit**



**Donnez-nous votre avis**



**Nicolas Georgeault**

---

ASI



**Maxime Tanguy**

---

Digital Garden



**Maxime Rousseau**

---

Smile Open  
Source Solutions



**Jean-Gabriel Berthomes**

---

ASI

**Lise Bachelier-Lubin**

---

Matière Noire



# Pourquoi utiliser cette **Start**égie ?

---

Notre objectif est de vous proposer une boîte à outils pour construire la stratégie digitale de votre entreprise (ou d'un sous-ensemble comme une entité, une dynamique...).

Ce kit se veut une approche globale, de surface. Il se compose d'une démarche en 4 étapes et de premiers outils.

En commentaires des diapositives "Outil", vous trouverez le mode opératoire et des conseils complémentaires.

Ce document est collaboratif. Nous attendons vos remarques et idées :-)

La communauté Stratégie digitale ADN Ouest

# Comment utiliser la **Start**égie ?

---

Etape	Objectifs	Outils
<b>1. Diagnostic</b>	1.1 Définir l'identité de l'entreprise (analyse macro interne)	Carte d'identité
	1.2 Définir l'environnement externe (analyse macro 'externe)	PESTEL
	1.3 Identifier le positionnement (analyse micro externe)	Strategy Canvas
	1.4 Identifier les leviers internes (analyse micro interne)	Culture Canvas
	1.5 Analyser	Carte d'empathie
	1.6 Formaliser les parties prenantes et les enjeux	Stakeholder map
<b>2. Ambition digitale</b>	2.1 Synthétiser les forces, faiblesses, opportunités et menaces et faire émerger les stratégies	SWOT & TOWS
	2.2 Projeter la nouvelle stratégie	Business Model Canvas
<b>3. Axes stratégiques</b>	3.1 Relier les objectifs et les cibles	Impact mapping
<b>4. Roadmap</b>	4.1 Définir la feuille de route et les chantiers	Roadmap digitale
	4.2 Définir les indicateurs de succès	Tableau de bord
	4.3 Synthétiser la stratégie digitale	Carte stratégique



# EDITION DE NOËL

---

## **Voici le challenge :**

Cette année 2020 est vraiment particulière. Et dans un mois, c'est déjà Noël.

Le père Noël doit saisir toutes les opportunités pour garantir la magie de Noël et le bonheur de tous.

Amis du Numérique, aidons-le.

## **Comment cela marche ?**

Nous allons compléter ensemble chaque outil de notre Starter kit sur le périmètre de l'entreprise du Père Noël pour obtenir à la fin une belle stratégie.

“- Vous vous faites analyser ? - Oh, depuis quinze ans seulement. Encore un an, et après j’essaie Lourdes.” Woody Allen

# 1. Diagnostic

---

- 1.1 Analyse macro de l’interne → Carte d’identité
- 1.2 Analyse macro de l’externe → PESTEL
- 1.3 Analyse micro de l’externe → Strategy Canvas
- 1.4 Analyse micro de l’interne → Culture Canvas
- 1.5 Connaissance des clients → Cartes d’empathie
- 1.6 Enjeux par cible → Stakeholder map

# 1.1 Diagnostic / Macro-interne / **Carte d'identité**

## **1. Vision (why)**

Où souhaitons-nous aller ?

Rendre les gens heureux,  
généreux, bienveillants et  
profondément humains

## **2. Mission (what)**

Que faisons-nous ?

Distribuer les cadeaux rêvés  
des enfants, partout dans le  
monde en une nuit

## **3. Valeurs (how)**

En quoi croyons-nous ?

Magie

Famille

Partage

## **Production**

150 lutins pour  
fabriquer les jouets

1 usine en  
Laponie

8 rennes

## **Commercialisation**

Viralité  
(contes)

Sous-traitance du  
secrétariat

## **Support**

Gestion du village

## 1.2 Diagnostic / Macro-externe / **PESTEL**

### **P**olitique

Action de  
déstabilisation  
"Le père Noël  
est une ordure"

### **E**conomique

Le Black  
Friday

### **S**ociologique

Changement de  
mentalité face  
au  
consommérisme

Sur-population

### **T**echnologique

L'IA prédit les  
cadeaux avant  
de les rêver.

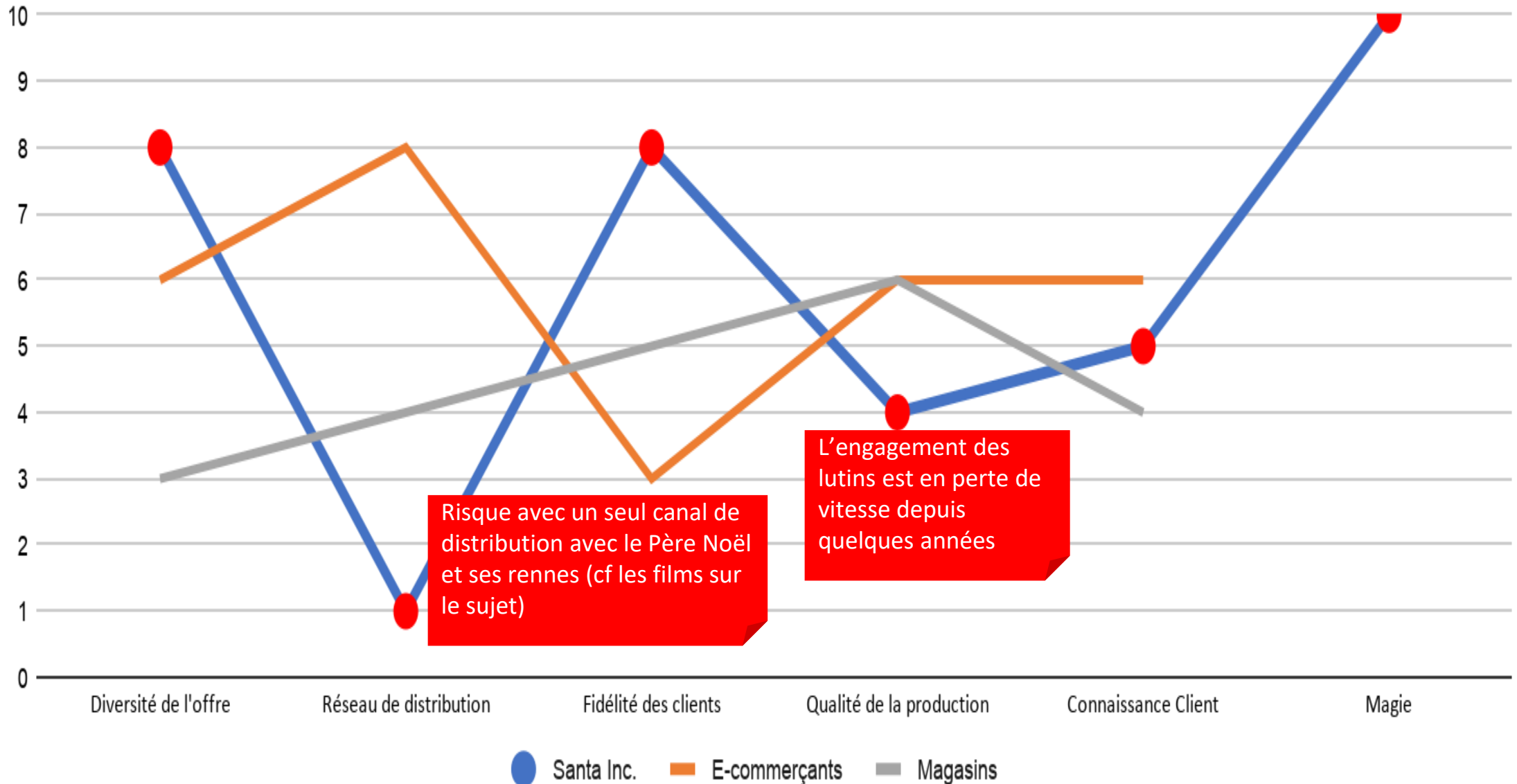
### **E**nvironnemental

Conscience  
écologique

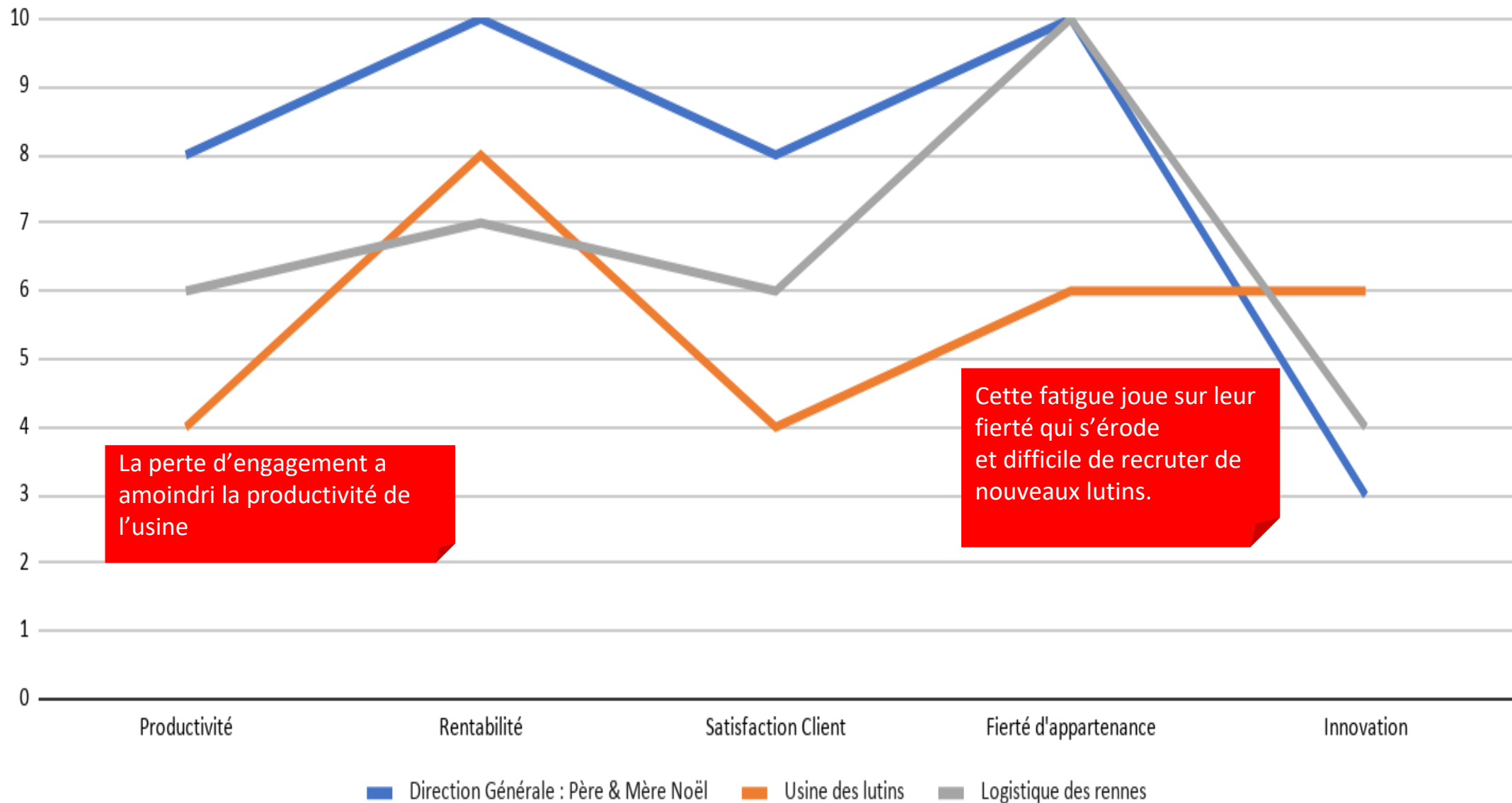
### **L**égal

Les pouvoirs  
magiques du Père  
Noël ne sont pas  
encadrés par la loi, à  
ce jour..

## 1.3 Diagnostic / Micro-externe (concurrents) / **Strategy Canvas**



## 1.4 Diagnostic / Micro-interne (client interne) / **Culture Canvas**



A vous de jouer

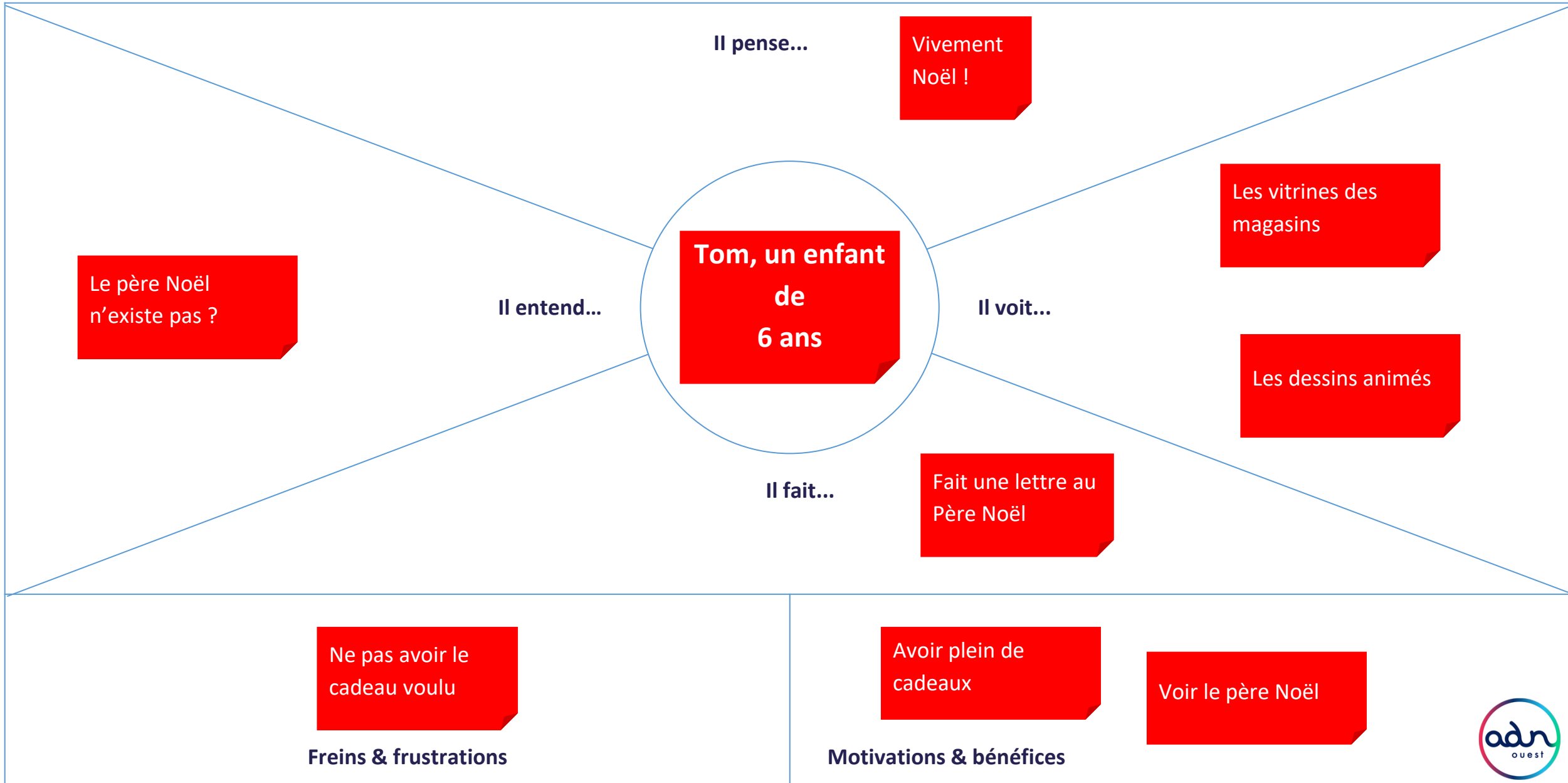
---

Lien : [klaxoon.com](https://klaxoon.com)

Mot de passe : Ec4K7Yf

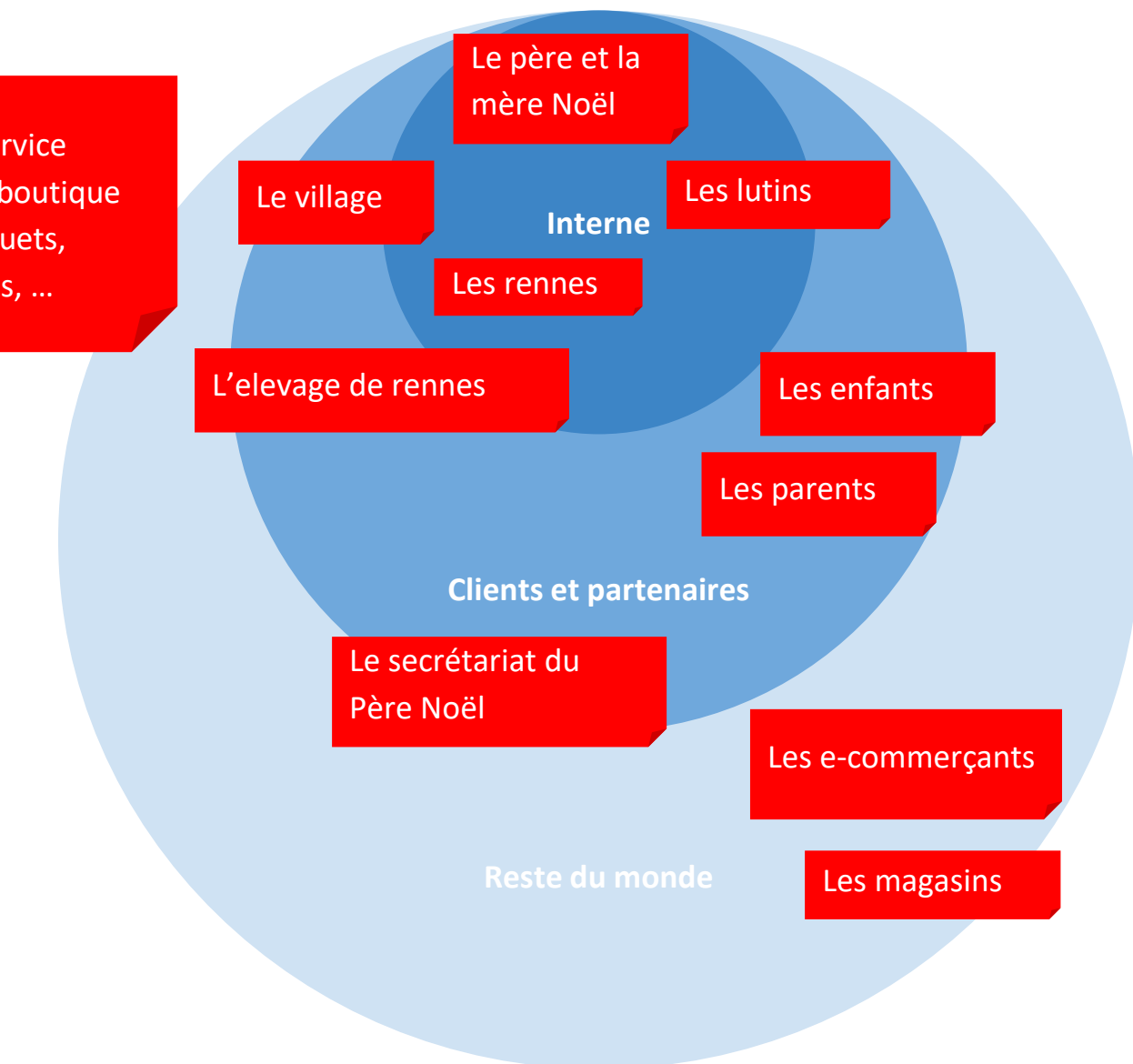
*(un pseudo vous sera demandé)*

# 1.5 Diagnostic / Micro-externe (clients) / **Cartes d'empathie\***





## 1.6 Diagnostic / Enjeux par cible / **Stakeholder map**



Cible	Enjeux
Interne	Valoriser sa marque employeur : <ul style="list-style-type: none"><li>- pour créer de l'engagement des équipes</li><li>- booster l'efficacité opérationnelle</li><li>- attirer de nouveaux talents de lutins</li></ul> Innover pour se différencier Valoriser la marque Père Noël
Clients	Capitaliser les données et fidéliser <ul style="list-style-type: none"><li>- Agréger les données universelles pour répondre aux besoins explicites et implicites</li><li>- Aller à la rencontre de ces clients (représentations)</li></ul>
Partenaires	Diversifier le réseau de distribution en trouvant de nouveaux partenaires pour assurer la scalabilité
Reste du monde	Donner du bonheur à tous, petits et grands Réduire l'impact environnemental

“L’ambition est un rêve avec un moteur à injection.” Elvis Presley

Vous venez d’identifier les enjeux digitaux et les cibles.

## 2. AMBITION DIGITALE

---

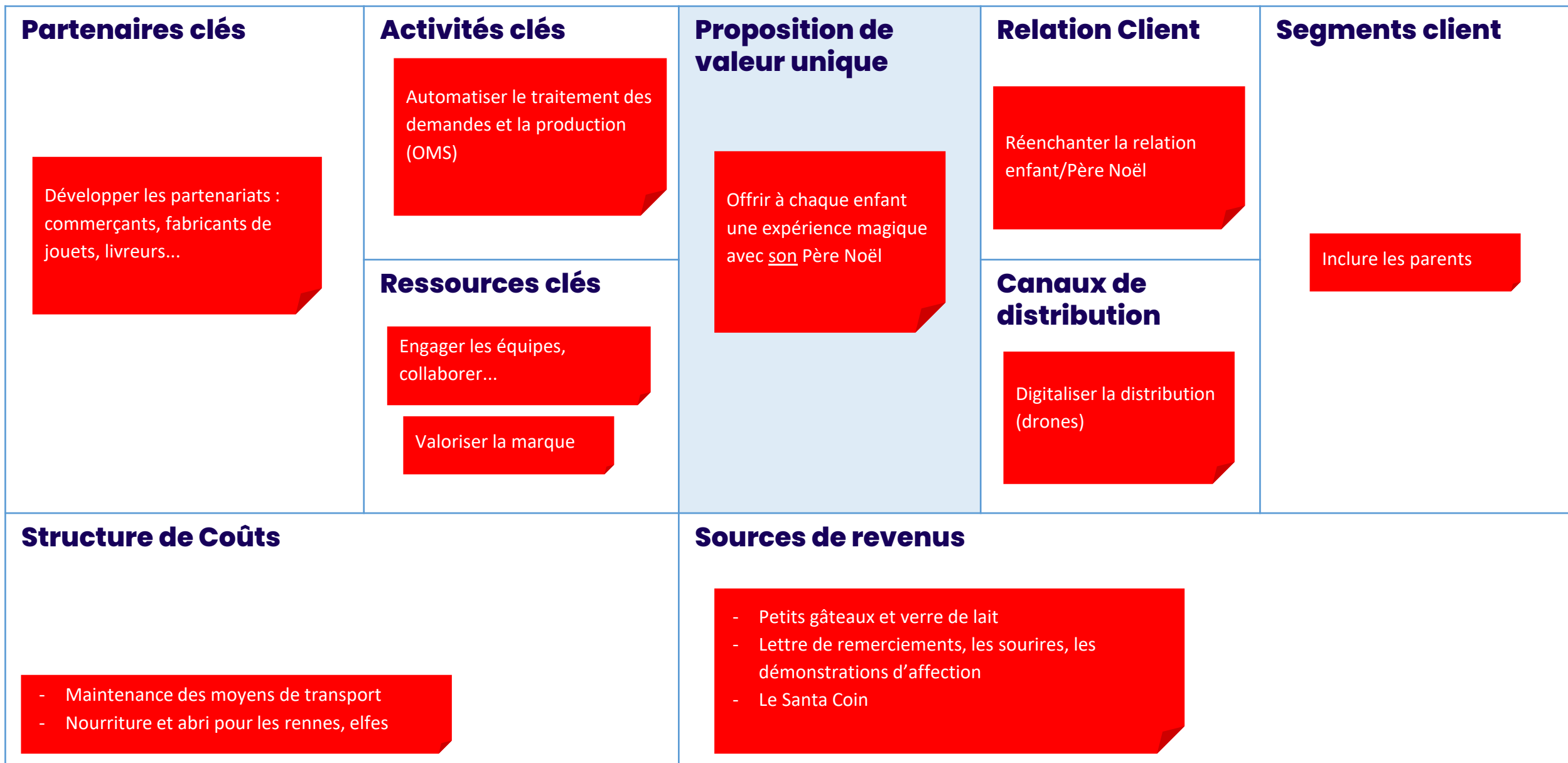
2.1 Faire émerger les opportunités → SWOT & TOWS

2.2 Projeter sa nouvelle stratégie → Business Model Canvas

## 2.1 Ambition / Opportunités / **SWOT & TOWS\***

	<b>Strengths</b> (Internal)  <ul style="list-style-type: none"><li>1. Magie</li><li>2. Notoriété</li><li>3. Logistique</li><li>4. Capacité de production</li><li>5. Intégration verticale et horizontale</li></ul>	<b>Weaknesses</b> (Internal)  <ul style="list-style-type: none"><li>1. RH &gt; insubordination des lutins</li><li>2. Gestion des stocks</li><li>3. Saisonnalité</li><li>4. Localisation (pôle nord)</li></ul>
<b>Opportunities</b> (External)  <ul style="list-style-type: none"><li>1. Environnement</li><li>2. Croissance population mondiale</li><li>3. Nouvelles technologies</li><li>4. Partenariat</li></ul>	<b>Strengths/Opportunities</b> Exploiter une force pour saisir une opportunité  <p>(S3, O3) &gt; Créer une usine connectée</p>	<b>Weaknesses/Opportunities</b> Minimiser l'incidence d'une faiblesse en tirant profit d'une opportunité
<b>Threats</b> (External)  <ul style="list-style-type: none"><li>1. Consumérisme</li><li>2. Démodé / old school</li><li>3. E-commerce)</li><li>4. COVID-19</li><li>5. Les non croyants du Père Noël</li></ul>	<b>Strengths/Threats</b> Exploiter ses forces pour contrer une menace	<b>Weaknesses/Threats</b> Minimiser l'incidence d'une faiblesse et éviter une menace

## 2.2 Ambition / Modèle / "Ambition digitale" Canvas



“Il n’est pas de vent favorable pour celui qui ne sait où il va.” Sénèque

## 3. Axes stratégiques

---

3.1 Relier les objectifs et les cibles → Impact Mapping

## 3.1 Axes stratégiques / Objectifs / **Impact Mapping\***

Objectifs	Cibles	Impacts	Livrables/Solutions
<b>Automatiser la production</b>	<b>Interne</b>	<b>Diminuer le nombre d'accidents</b>	
<b>Améliorer l'engagement</b>		<b>Sécuriser les approvisionnements</b>	<b>Augmenter les capacités</b>
		<b>Communications temps-réel à haut débit et faible latence</b>	
<b>Réenchanter la relation avec les enfants</b>	<b>Clients</b>		
<b>Identifier de nouveaux partenaires</b>	<b>Partenaires</b>		

Un jour, vous pourrez dire : “Ça n’a pas été facile mais j’ai réussi”

## 4. Roadmap

---

- 4.1 Définir la feuille de route et les chantiers → Roadmap digitale
- 4.2 Identifier les conditions de mesure → Tableau de bord
- 4.3 Synthétiser la stratégie digitale → Carte stratégique

# 4.1 Roadmap digitale

Programme	Court-terme <span>1 mois</span>	Moyen-Terme <span>12 mois</span>	Long-Terme <span>24 mois</span>
<b>Techno</b>		Badge communicant (POC) CRM Drônes (pilote)	Order Management System
<b>Data</b>	Prévisions climatiques	DMP Partenaires Géolocalisation	
<b>Marketing</b>	Réseaux sociaux magiques	Évènements magiques pour les parents	
<b>UX/Design</b>		Programme d'accompagnement l'attente de Noël	Représentations digitales
<b>Gouvernance</b>	Enquête de satisfaction	Equipe mixte Lutins-Rennes	



## 4.2 Roadmap / Pilotage / **Tableau de bord**

Résultats	pour les collaborateurs	pour l'entreprise	pour les clients et +
Quanti	Taux d'engagement des lutins	Nb de cadeaux / min. Acquisition de clients 7+	Nb Impressions Rêves
Quali	EAI de janvier	Recrutement de lutins + 10%	Satisfaction des enfants (via double-écoute des rêves)
Moyens digitaux	Technologies	Méthodologie	Culture
Quanti	Nb de e-lettres Avancement des chantiers	% d'automatisation de l'usine	Nb d'équipes mixtes Avis des partenaires
Quali			

## 4.3 Carte stratégique

# La stratégie digitale de l'entreprise du Père Noël

<b>Clients</b>  Enfants 1-6 ans  Enfants 7+  Parents	<b>Roadmap digitale</b>  Magic content  CRM+OMS+DMP      Usine 25.0  <b>Ambition digitale</b>  Offrir à chaque enfant une expérience magique avec son Père Noël	<b>Indicateurs clés</b>  Recrutement + 10%      Nb clients 7+  <b>Axes stratégiques</b>  Réenchanter la relation enfant      Augmenter l'usine	<b>Partenaires</b>  Sous-traitance de production et livraison
<b>Marché</b>  Distribution de cadeaux	<b>Vision</b>  Rendre les gens heureux, généreux, bienveillants et profondément humains  <b>Mission</b>  Distribuer les cadeaux rêvés des enfants, partout dans le monde en une nuit	<b>Valeurs</b>  Magie      Partage  <b>Organisation</b>  Recherche de diversité / engagement	<b>Environnement ext.</b>  Conscience écologique  Année 2020 compliquée

“Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin”

## Et pour aller plus loin, avec nous

---

Vous avez besoin d'aide pour utiliser un outil, vous souhaitez améliorer cette boîte à outils ? → [adn-strat-digitale.slack.com](https://adn-strat-digitale.slack.com)

Vous souhaitez participer à notre programme de bêta-testing de cette méthode ?

Vous souhaitez rejoindre ADN Ouest ? → [www.adnouest.org/formulaire/contact](https://www.adnouest.org/formulaire/contact)



# Vos prochains événements ADN Ouest

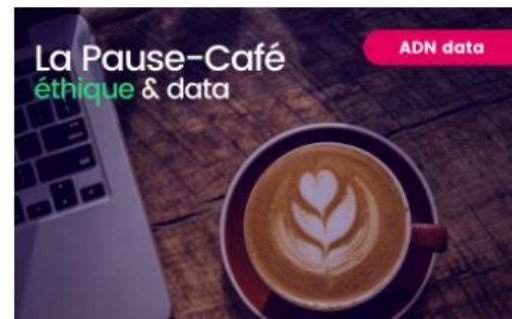
---



01  
Décembre

## Afterwork virtuel ADN Santé

En visio - 01 décembre 2020 de 18h00 à 20h00 - Grand Ouest



02  
Décembre

## Pause-café éthique & data : sobriété numérique et green data #3

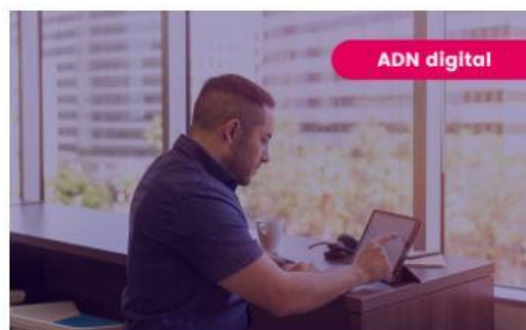
En visio - 02 décembre 2020 de 13h15 à 14h00 - Grand Ouest



08  
Décembre

## [Webinaire] Agri-Agro et data : quelles valeurs pour mon entreprise et ma filière ?

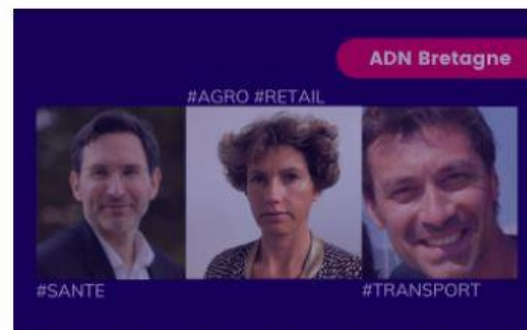
En visio - 08 décembre 2020 de 10h30 à 12h00 - Grand Ouest



09  
Décembre

## [Webinaire] La digitalisation du parcours commercial

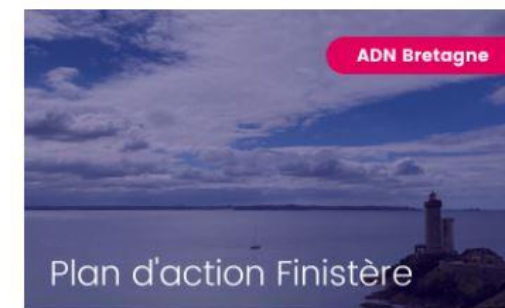
En visio - 09 décembre 2020 de 18h00 à 20h00 - Grand Ouest



10  
Décembre

## [Webinaire] Quelle(s) stratégie(s) de développement numérique pour les entreprises en 2021 ?

En visio - 10 décembre 2020 de 09h00 à 10h30 - Grand Ouest



15  
Décembre

## ADN Bretagne - Finistère : IA, cybersécurité, data... construisons ensemble le plan d'action

En visio - 15 décembre 2020 de 18h00 à 20h00 - Bretagne - Finistère

# Vos prochains événements ADN Ouest

---



16  
Décembre

**[Webinaire] Télétravail : Zen tu seras - Sécurité et organisation, tu appréhenderas**

En visio - 16 décembre 2020 de 17h00 à 18h30 - Grand Ouest



17  
Décembre

**Déjeuner de Noël... virtuel !**

En visio - 17 décembre 2020 de 12h00 à 14h00 - Grand Ouest



17  
Décembre

**Afterwork virtuel ADN Vendée #4**

En visio - 17 décembre 2020 de 18h30 à 20h00 - Vendée



21  
Janvier

**[Webinaire] Assurance cyber : pourquoi et comment ?**

En visio - 21 janvier 2021 de 11h00 à 12h00 - Grand Ouest

Votre avis  
compte !

---

Lien : [klaxoon.com](https://klaxoon.com)

Mot de passe : DQHICYCJ

*(un pseudo vous sera demandé)*



Vous êtes au   
du numérique !

[www.adnouest.org](http://www.adnouest.org)

Partagez votre expérience :

 @adnouest