Radio France s'appuie sur Insight pour opérer une transformation digitale réussie et assurer l'adoption de ses outils collaboratifs Office 365.

Insight a été choisi par Radio France pour garantir l'adhésion de ses équipes à la modernisation de son espace de travail et fluidifier la collaboration, tout en maintenant la continuité de son activité et faire face aux enjeux de la crise sanitaire.

Objectifs

Premier groupe radiophonique français, Radio France, avec plus de 4500 collaborateurs, est une entreprise culturelle composée de 7 radios nationales, 44 locales et 4 formations musicales Le groupe offre de l'information, du divertissement et de la culture en continu. Il assure également une mission de service public, avec pour actionnaire unique l'Etat, en diffusant dans tout le pays. Enfin, il réalise de la radio filmée, en partenariat avec les groupes audiovisuels publics France Médias Monde, L'INA et France Télévisions.

Trois ans auparavant, afin de gagner en flexibilité, Radio France acquiert des outils collaboratifs Microsoft 0365. Cependant, le projet ne suscite pas l'adhésion et les outils concernés sont, dès lors, peu ou mal utilisés. Un changement de gouvernance conduit alors à une requalification du projet technique et de la transformation digitale globale, avec un nouvel appel d'offres à lancer.

Le groupe a plusieurs problématiques. Tout d'abord, l'équipe IT composée de plus de 200 personnes, dispose de nombreux profils techniques pointus mais manque d'experts qualifiés pour sonder les utilisateurs, identifier leurs éventuels blocages, les former en amont puis assurer un suivi. Or la démarche d'accompagnement est essentielle pour garantir l'adoption et la bonne utilisation de ces nouveaux outils . L'optique étant que les collaborateurs ne se découragent pas et reprennent rapidement leurs anciennes habitudes. Par ailleurs, ces profils techniques, mobilisés sur leurs activités quotidiennes, manquent de temps pour assurer cette mission chronophage et de longue haleine. Il faut à Radio France un partenaire capable non seulement de remplir cet objectif mais également de s'adapter à tous les publics de l'entreprise. Chaque chaîne a ses particularités et regroupe une population de tout âge, très disparate et aux compétences multiples. Par ailleurs, les déploiements doivent se faire en plusieurs phases et nécessitent une grande disponibilité et une capacité de se mobiliser sur la durée.

Enfin, il s'agit également d'optimiser l'utilisation des licences acquises afin d'en valoriser l'investissement. Basés sur le Cloud, les outils Office 365 permettent de faire l'économie du temps de gestion et des coûts d'un hébergement sur site. D'autre part, nul besoin d'investir dans un firewall pour assurer l'accès distant et sécurisé à des outils bureautiques. Insight dispose déjà à l'époque d'une fine connaissance du fonctionnement du groupe grâce à d'autres appels d'offres et des contrats établis par le passé avec Radio France. L'organisation sait donc ainsi proposer l'offre la mieux adaptée au cahier des charges demandé.

Aperçu rapide

Le groupe Radiophonique manquait d'experts en interne à même d'assurer cette mission chronophage et souhaitait pallier la faible utilisation des outils collaboratifs Microsoft 0365 acquis 3 ans auparavant.

La Solution

Le projet s'adresse à toute la société – du coaching de la présidente pour une intervention tchat avec tous les salariés, à la gestion d'événements. On peut encore citer le support conseil dispensé aux responsables d'équipes d'émissions, dans le cadre de méthodes d'échanges d'information. Pour faire face à l'hétérogénéité des acteurs en présence, Insight met tout d'abord en place une grande campagne de communication et une formation standardisée des fonctionnalités 0365. Celle-ci se traduit par la création d'un espace dédié dans l'intranet de Radio France. Il comprend de nombreux tutoriels, des fiches pratiques, des cas d'usages mais également des webinars bi-hebdomadaires, portant sur la fonctionnalité d'un outil précis, tel que SharePoint par exemple. Parallèlement à cette démarche, une démonstration des outils est proposée à chaque direction. Il s'agit de rassurer sur les changements induits, d'élaborer une stratégie et d'identifier les besoins spécifiques à leurs métiers. De même, des ateliers sont mis en place pour prioriser les outils à adopter, suggérer des processus à transformer et cibler les ambassadeurs internes à former en priorité. À l'occasion d'une phase test, Insight prend conscience, qu'une organisation trop rigide ne convient pas et instaure ces formations et ateliers sur la base du volontariat. Des coachings sont dispensés aux managers, comme aux assistantes qui assurent souvent l'interface avec d'autres services et jouent un rôle clé dans ce dispositif.

Les bénéfices

L'accompagnement Insight transforme totalement la perception des collaborateurs de Radio France vis-à-vis du projet. S'appuyer sur un acteur externe bienveillant et réactif libère la parole et lève les blocages. Avec la nécessité d'accéder rapidement à leurs informations et de collaborer à distance, la crise sanitaire est un fort accélérateur du projet. La direction, jusqu'à son plus haut niveau, adhère immédiatement et trouve ces outils vraiment efficaces pour organiser des réunions rassemblant l'ensemble du personnel de la société. Elles permettent de maintenir le lien et rassurer les salariés. Ce soutien de la direction est incontournable pour la réussite d'un projet de conduite du changement et donne l'exemple à tous les services de Radio France. Le taux d'utilisation passe ainsi de 15% à plus de 60%.

Même les instances du personnel adoptent ces nouveaux usages qui leur permettent de poursuivre les réunions sur Teams et partager des documents via OneDrive et SharePoint.

Le fait d'offrir une formation globale sur 0365 via l'intranet, représente un gain de temps important et rapproche les différents services qui développent des échanges sur leurs pratiques respectives. L'adhésion générale à ce nouveau projet permet à Radio France de poursuivre sa diffusion sans interruption ce qui est particulièrement important au regard de sa mission de service public.

106 groupes Teams sont créés dès le premier week-end de confinement et le groupe peut aujourd'hui organiser jusqu'à 1800 réunions simultanément. Ce succès modifie et valorise fortement l'image de la DTSI de Radio France. Elle gagne ainsi en visibilité et apparaît aujourd'hui comme un acteur disponible et à l'écoute.

L'intervention d'Insight au côté des équipes de la DTSI et de la MAT a été déterminante dans la réussite de ce projet. L'ensemble des collaborateurs se sont sentis réellement pris en main et écoutés. Nous avons aujourd'hui un taux d'adhésion très satisfaisant dans l'entreprise.

Ce projet a accéléré l'adoption des outils collaboratifs au sein l'entreprise et va permettre de développer notre agilité et notre adaptabilité dans un contexte de profonde mutation des pratiques de travail avec le développement du travail à distance, en mobilité notamment.

Patrick Fasso

Directeur technique et des Systèmes d'information

RadioFrance

Bénéfices clés

- Un taux d'utilisation qui passe de 15% à + de 60%
- Pas d'interruption du service de radiodiffusion quel que soit le contexte
- Meilleure image de la DTSI
- Gain de temps et possibilité de créer jusqu'à 1800 réunions simultanées

Gérer le présent. Transformer le futur

info.fr@insight.com • fr.insight.com •

CS032 Insight and the Insight logo are registered trademarks of Insight Direct USA, Inc. All other trademarks, registered trademarks, photos, logos and illustrations are the property of their respective owners. ©2017, Insight UK Ltd. All rights reserved.