

Annexe 1

Digitalisation de la visite

(Parcours commercial)

INTRODUCTION

Ce qui distingue ce projet et le rend pertinent :

- Il innove dans le monde du service à la personne. Il s'agit de la digitalisation du parcours commercial dans une entreprise où l'humain doit garder sa place.
- Il s'intègre dans le projet de transformation du Legacy (Odyssée) et sa plateformesation.
- Une méthode itérative et agile inspirée du Lean startup.
- Le contexte de la pandémie qui a changé les règles du jeu en cours de route. Il fallait réinventer certaines choses.
- L'extrême satisfaction des utilisateurs et la fierté de l'équipe projet.

Le projet a été mené avec notre partenaire Ippon technologie (agence de Nantes).

1 CONTEXTE

Ce projet s'intègre dans une démarche globale de transformation du métier de l'encadrant d'agence (responsable d'agence ou chargé/conseillé de clientèle) pour l'assister en situation de mobilité. En effet, l'encadrant d'agence et en particulier le chargé de clientèle doit être souvent sur le terrain (visite de prospect ou de prospecteur, revisite, tracts...). Or, en situation de mobilité, **il n'a pas accès aux données et aux outils nécessaires pour gérer son activité** ou la relation client.

1.1 LA VISITE CHEZ O2 : UN PROCESSUS 100% PAPIER

Chez O2, nous considérons que chaque besoin est unique. Après une première prise de contact, un conseiller O2 (Chargé de clientèle = CC) se déplace au domicile du prospect pour une **visite** gratuite et sans engagement. Elle permet de rencontrer le **client et d'identifier son** besoin pour lui **proposer une offre personnalisée** et adaptée à ses attentes. Une **préparation en amont** réalisée en agence est nécessaire pour **recupérer les données et les documents nécessaires**.

Plus de 100 000 visites / an sont organisées dans le réseau O2.

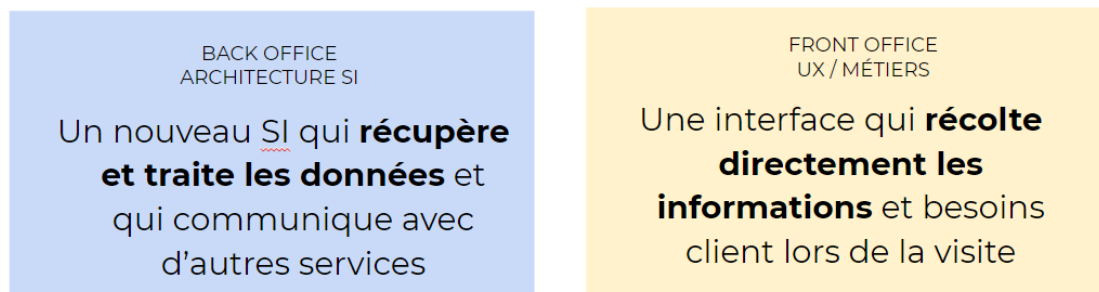
Principales difficultés remontées par les utilisateurs :

- Un encombrement important lors de la visite : beaucoup de papier et le devis/contrat prennent beaucoup de place chez le prospect
- Une ressaisie des données dans Odyssée après la visite qui prend entre en moyenne 1 heure
- Une structure et des libellés différents entre le papier et Odyssée
- Des erreurs possibles dans l'estimation des heures pour un CC sans expérience

- [illegible]

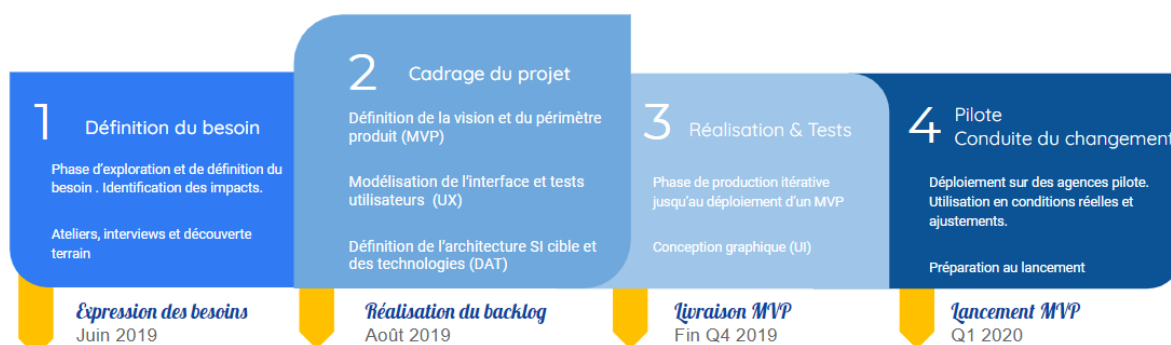
SOLUTION ENVISAGÉE : LE PROJET

DEUX DIMENSIONS



3 DEMARCHE ORIENTEE UTILISATEUR

Nous avons adopté une démarche en 4 phases (cf. ci-dessous), inspirée du design thinking, du lean startup et des méthodes agiles.



L'utilisateur final est au centre de la démarche. Il a participé à toutes les phases du projet :

- **Définition du besoin : il n'y avait pas de cahier des charges.** Le besoin a émergé en collaboration avec les experts métiers et les utilisateurs, à travers les ateliers, les interviews et des visites terrain.
- **La maquette (UX)** (cf. Figure 1) : pour apporter une expérience utilisateur qui répond au mieux aux usages, nous avons coconstruit une maquette qui a été soumise aux utilisateurs :
 - Concevoir et construire la maquette (wireframes)
 - Mesurer le résultat de la maquette avec les utilisateurs (selon des critères)
 - Adapter la maquette selon le retour des utilisateurs
 - Recommencer (3 itérations)

Les tests de la maquette ont été réalisés sur 2 supports : tablette et mobile.

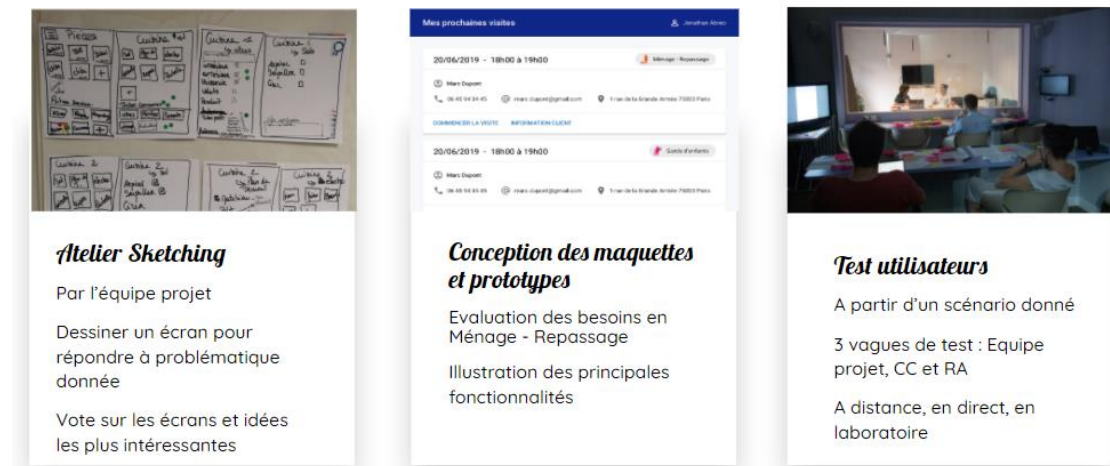


Figure 1 – Démarche UX

- Le produit (MVP) :

- MVP (produit minimum viable) : l'idée est de tester ce nouveau produit sur un périmètre représentatif en maximisant la valeur et en réduisant le time-to market (ici 3 mois)
- Nous avons appliqué le même processus, itératif que pour la maquette
 - Construire le produit (le MVP)
 - Mesurer le résultat sur le terrain : 10 agences pilotes
 - Adapter le produit selon le retour des utilisateurs pilotes
 - Recommencer (plusieurs itérations)
 - Valider le MVP et passer au déploiement général

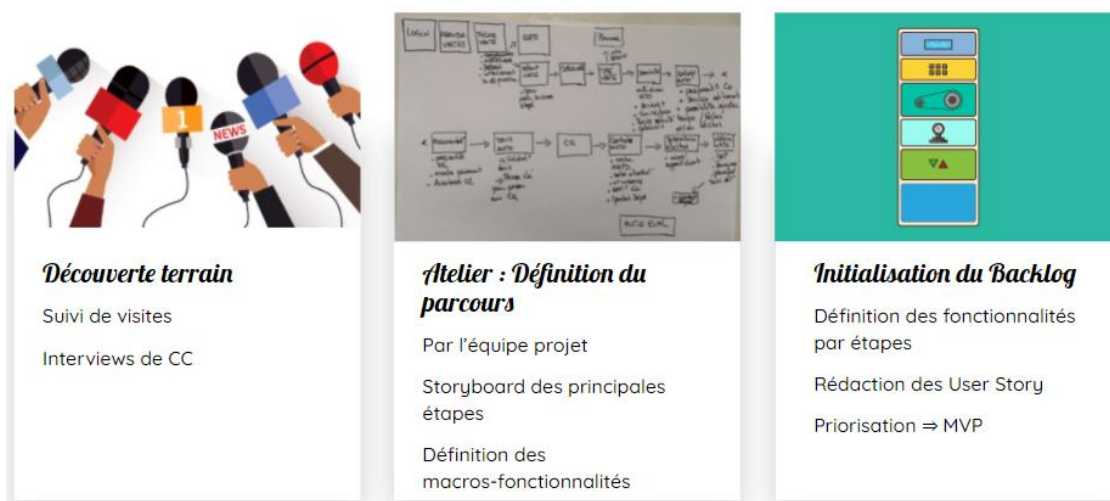


Figure 2 – Démarche Produit

- **Le matériel** (tablette ou smartphone) : l'application fonctionne aussi bien sur smartphone que tablette Android. Le choix d'une tablette a eu lieu suite aux tests de la maquette sur les 2 supports, confirmé par le pilote.

Cette démarche a eu beaucoup de succès :

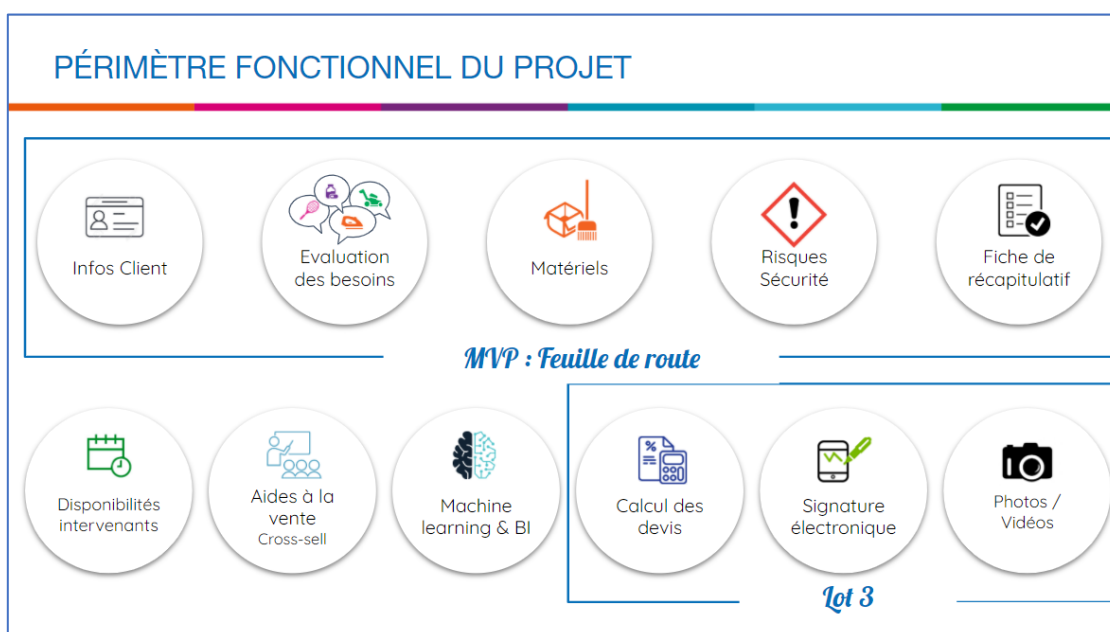
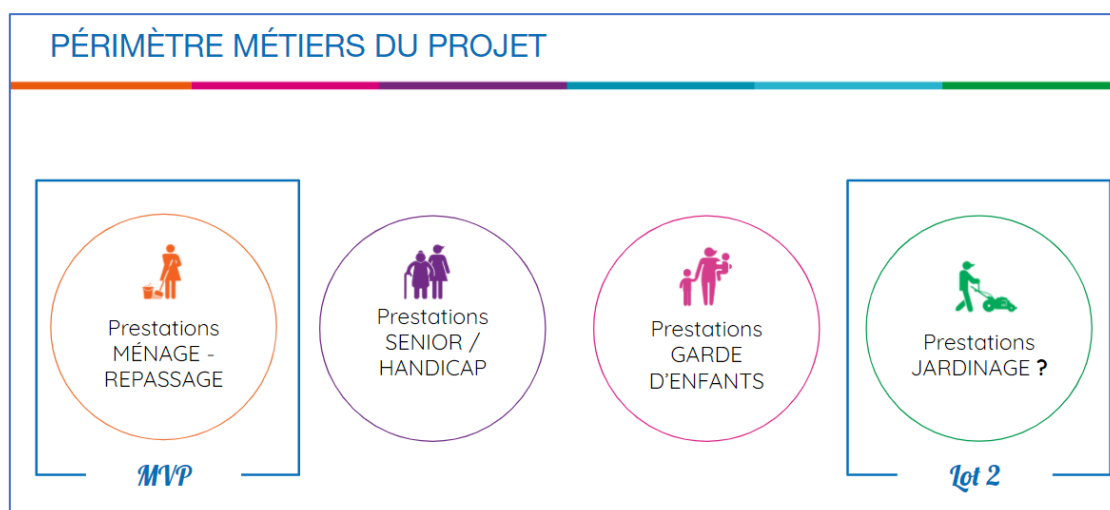
- Le produit livré répond exactement aux attentes

- La contribution des utilisateurs au projet avait un effet très impactant sur tous les utilisateurs. Ils en parlaient beaucoup mieux que les acteurs du siège.

4 PERIMETRE DU PROJET : LE MVP

Nous avons priorisé une activité et une fonction majeure en tenant compte du délai de mise en œuvre et la valeur apportée par le MVP :

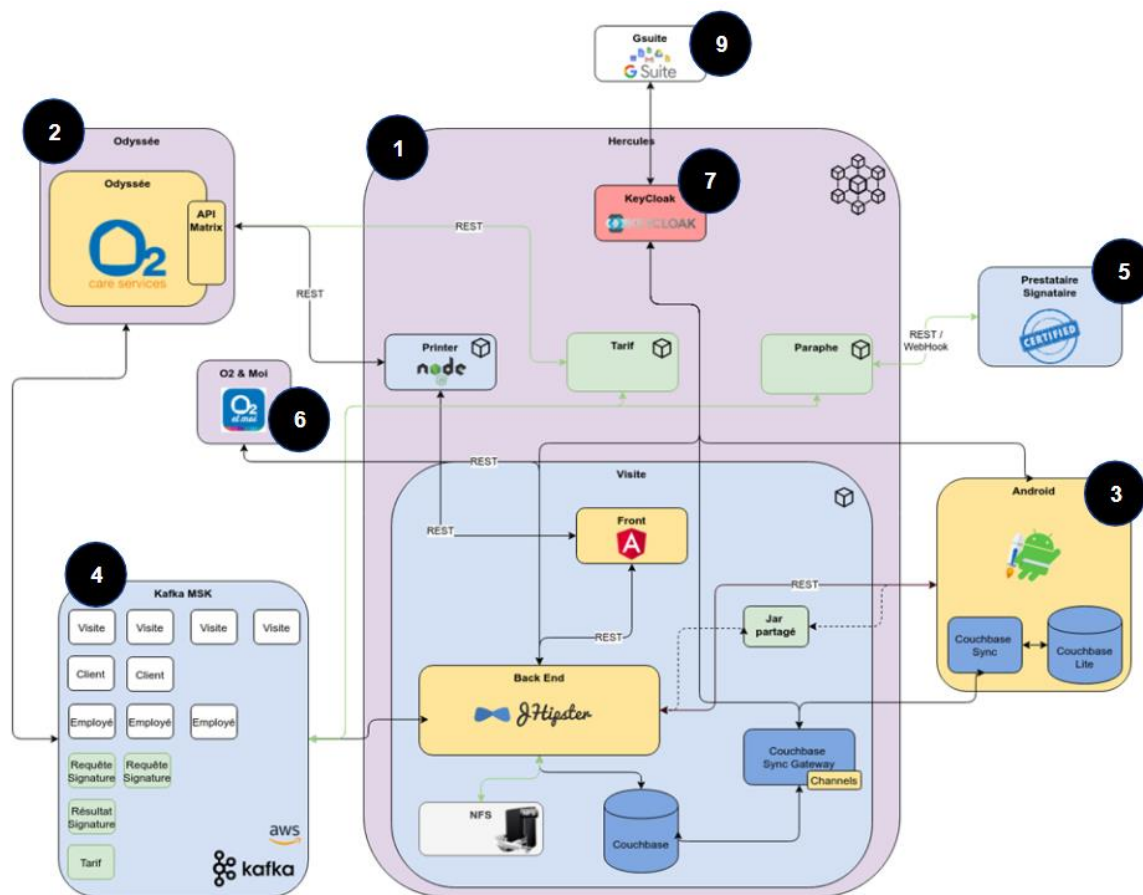
- Activité : nous avons choisi le ménage - repassage (MR) parce :
 - Il représente 50% de notre activité
 - Plus simple à implémenter (moins de contraintes réglementaires) **donc plus rapide à mettre en place (réduire le time-to-market)**
- Périmètre fonctionnel : nous avons choisi la collecte du besoin (consignes particulières) parce qu'elle génère le plus de travail lors de la visite et pour la ressaisie. **Ainsi on maximise la valeur du MVP.**



5 ARCHITECTURE : VERS LA PLATEFORMISATION DE ODYSSEE

Ce projet est une opportunité pour avancer dans la transformation de notre système Légataire (Odysée) avec une architecture basée sur une stack micro-service événementielle.

Ci-dessous l'architecture simplifiée de cette application (back et front) :



1. Nouvelle architecture micro-service (Hercule). La fonction « Visite » est passée vers cette nouvelle architecture en réduisant la dette technique.
2. Odysée : le Legacy.
3. L'application mobile Android de l'encadrant d'agence : NOMAD. L'application fonctionne en mode off-line.
4. Le bus applicatif Kafka (MSK), indispensable pour en particulier simplifier le déploiement de l'application (Pas de big bang). C'est l'utilisateur qui choisit quand il souhaite passer sur le nouveau système.
5. Notre nouvelle plateforme de service est ouverte et elle vise à construire un écosystème avec des plateformes SaaS du marché. Ici Yousign pour la signature.
6. O2 et moi : c'est l'application de l'intervenant. Elle a été impactée par ce projet. Puisque la feuille de route (consignes de la mission) a été revue à l'occasion de ce projet.
7. KeyClock c'est la solution choisie pour les habilitations (sécurité des données). Nous en avons profité pour élargir son périmètre au Legacy également.

Pour aller plus loin cf. [cet article](#) qui détaille les choix techniques concernant l'application NOMAD.

6 IMPACT COVID 19

6.1 SITUATION DU PROJET LORS DU PREMIER CONFINEMENT (MARS 2020) :

- MVP en production chez un panel d'utilisateurs : 10 agences pilotes (premières visites avec NOMAD et premières itérations d'ajustement du système suite aux retours terrain)
- Déploiement national du MVP organisé et planifié
 - Du 15 avril au 15 juin.
 - Formation prévue en présentielle : 1 jour de formation par groupe.
- Réalisation des lots suivants en cours
- Le déploiement est naturellement stoppé

6.2 DECISION SUITE AU CONFINEMENT :

- Le projet est stratégique, nous avons demandé sa poursuite malgré la crise sanitaire. Nous nous sommes organisés en conséquence. Les développements n'ont pas été impactés. Nous avons continué la réalisation des lots suivants et des améliorations demandées / correctifs. Tous les événements du projet ont été maintenus à distance : comité de pilotage, Sprint planning, Sprint revue, Daily meeting... Les outils digitaux, en particulier Google Workspace, nous ont permis de continuer le projet normalement.
- Solution pour poursuivre le déploiement
 - Suite à la deuxième prolongation du confinement (avril 2020), j'ai demandé aux équipes de travailler sur le déploiement de l'application en Visio.
 - Les formations se faisaient par vague à partir de fin mai. D'abord un pilote pour tester le kit de formation en Visio (et l'adapter) puis un plan de déploiement a été élaboré avec le réseau d'agences. Début septembre tout le monde était formé et les tablettes distribuées.

CONCLUSION – LA CRISE : UNE CONTRAINTE TRANSFORMEE EN OPPORTUNITE

Le déploiement du MVP a pris 2 mois de retard compte tenu de la crise sanitaire. Malgré ce retard, nous avons transformé le confinement en opportunités :

- Formation visio en 2h30 au lieu d'une journée : gain de temps (on va à l'essentiel).
- Formation en Visio sans aucun déplacement. Donc économie des frais de salle et des déplacements.
- Nous avons constaté sur ce projet une nette amélioration de la productivité des développeurs pendant le confinement.

7 DEPLOIEMENT DE L'APPLICATION AU CHOIX DE L'UTILISATEUR

Le processus « visite » est critique en particulier en haute saison (août-septembre). L'arrivée de NOMAD ne doit pas perturber ce processus. Nous avons fait en sorte que l'ancien processus (papier) et le nouveau (tablette) cohabitent. Ceci est rendu possible grâce au bus Kafka qui synchronise les données de la visite (micro-service / NOMAD) et la visite (Legacy).

L'utilisateur n'est pas obligé (pour l'instant) d'utiliser l'application NOMAD. Il a été formé, il a sa tablette. Mais on le laisse choisir le moment pour y aller.

On ne l'oblige pas. Mais **on l'incite à y aller**, en particulier grâce à un plan de formation adaptée, une équipe support dédiée, et une campagne de sensibilisation :

Formations Visio : lors du déploiement une formation Visio a été proposée à tous les utilisateurs. Nous continuons jusqu'aujourd'hui à proposer aux utilisateurs une formation hebdomadaire en libre-service.

Une vidéo, disponible sur l'application pour présenter les évolutions de l'application. Par exemple pour déployer la release devis / contrats / signature électronique, nous avons poussé cette [Vidéo](#) (2'50). Cette vidéo est entièrement réalisée par les équipes de la DSI. Ceci constitue une nouvelle compétence importante pour faire accepter nos solutions.

Plusieurs séances de questions réponses ont été organisées

Une équipe support niveau 1 et 2 dédiée

En plus des formations et du support, plusieurs événements, communications (plusieurs cibles) sur l'Intranet, des démos en Visio, campagne d'emailing, des témoignages du terrain... cf. exemples ci-dessous :

[Une vidéo poussée sur l'intranet](#) (1'29)

Une communication sur l'Intranet avec témoignage des utilisateurs :



Déjà 62% des visites ménage/repassage sont faites avec Nomad ! Bravo !

Pour vous faciliter encore plus la vie, l'application s'enrichit de nouvelles fonctionnalités dès aujourd'hui pour les visites en Ménage - Repassage :

- le **calcul automatique** du devis
- la possibilité pour le client de **signer électroniquement** et **une seule fois** pour l'ensemble des documents (devis, les CGV et le mandat de prélèvement SEPA) directement pendant la visite ou plus tard par mail.

Un vrai gain de temps et de papier. Les agences pilotes qui ont pu tester ces évolutions ne reviendraient pour rien en monde en arrière !

Pour aller plus loin : la signature électronique est un mécanisme qui garantit l'intégrité d'un document électronique et l'authentification des parties. En d'autres termes, les documents signés électroniquement certifient l'identité des signataires et ne sont plus modifiables une fois signés. Les signataires doivent posséder une adresse e-mail car l'original des documents signés électroniquement est une version numérique et non plus papier. Pour cela, O2 a sélectionné le prestataire de services Yousign.

Mickaël vous explique tout dans la vidéo suivante :




8 OU EN SOMMES-NOUS ?

- L'application (NOMAD) est en ligne : 100% du périmètre Ménage et repassage et jardinage :
 - 2020 le MVP a été déployé.
 - 2021 déploiements de la signature électronique (contrats, devis).
- Architecture technique, qui enrichie notre nouvelle plateforme micro services, en service. L'application Visite et son back-office nous a permis de confirmer les choix d'architecture du backoffice.
- L'utilisation de l'application est laissée volontaire. Le taux de visites réalisées avec l'application est en augmentation : décembre 2020 : 45%, janvier 2021 : 65%, février 2021 : 70%, septembre 2021 : 90%.
- Un centre de compétence Android est créé au sein de notre groupe pour accompagner ces évolutions.

La suite :


- Le cadrage du projet NOMAD pour l'activité senior est finalisé (architecture, wireframes, backlog, équipe)
- Marque blanche : l'outil NOMAD est demandé par d'autres marques du groupe. Un release dite « marque blanche » est en cours de réalisation avant le lancement de la réalisation de la release NOMAD - Senior




Extrait de notre Intranet

Rechercher

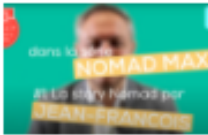
A Factu
Stratégie
Communautés
RM
Marketing
Annuaire
Arlane
Eurêka
Odyssée
Intranet Oul Ca




Sponsor : Chadi MRAGHNI
Directeur des systèmes d'information



TOUTES LES ACTUS DU PROGRAMME








Noémie GULMEZ
noemie.gulmez@o2.fr


Publié le 11 janvier 2021
Dans **L'essentiel - Marketing - Excellence commerciale**

#1 La story NOMAD par Jean-François

Nomad est votre appli préférée depuis quelques mois ... ou si elle ne l'est toujours pas, elle va...

 17
 0








Adrien MAURICE
adrien.maurice@oulcare.com


Publié le 10 novembre 2020

Petit déjeuner thématique : Digital et IT, piliers de la réussite.

Le 04 novembre dernier a eu lieu un petit déjeuner thématique où François-Philippe PIC et Chadi...

 2
 0








Fabien FRANCOIS
fabien.francois@o2.fr


Publié le 02 novembre 2020
Dans **L'essentiel**

Nomad continue d'évoluer !

Visite jardinage, devis, signature : découvrez les avancées de l'application.

 11
 2








Julien GULIANA
julien.guliana@o2.fr


Publié le 02 octobre 2020
Dans **L'essentiel**

Vos déplacements professionnels bientôt simplifiés !

Aujourd'hui, lorsque vous prévoyez un déplacement professionnel, il faut passer du temps à...

 12
 0








Chadi MRAGHNI
chadi.mraghni@o2.fr


Publié le 24 juin 2020
Dans **L'essentiel**

Digitalisation de la visite : c'est parti !

Nomad. C'est le nom de l'application qui va vous permettre de réaliser vos visites clients. Fini la...

 59
 10





Raphaëlle MORAND
raphaelle.morand@oulcare.com

Publié le 24 février 2020
Dans **L'essentiel**

Une appli pour faire les visites ? C'est pour bientôt !

Présenté lors de la dernière convention, le projet de dématérialisation de la visite a bien



Chadi Mraghni

CIO O2 care services, CEO at ITSAP

8mo • Edited •



Un autre projet réalisé pendant la crise ! Je suis fier de vous présenter "NOMAD" ou la [#digitalisation](#) de la visite [chez le prospect]

Nous déployons à partir du 22 juin un nouveau système qui digitalise et transforme le métier de nos chargés de clientèle : [#dématérialisation](#) du devis, du contrat... Signature électronique... Fini tous les déliants papiers

Un référentiel de tâches / durées = un concentré du savoir faire [O2 CARE SERVICES](#) dans une application. (Ca me rappelle les gammes de fabrication dans l'Industrie)

C'est également le début d'une transformation profonde de notre ERP [#monolithique](#) : vers une architecture [#microservice](#)

Un projet 100% agile. La démarche agile a facilité la réalisation (voire l'accélération) pendant le confinement

Déploiement et formation à distance : gain de temps (on a réinventé les méthodes grâce à la crise)

Si vous voulez en savoir plus : méthode, techno, gestion de projet et crise), je répondrai à toutes vos questions lors du webinar organisé avec notre partenaire [Ippon Technologies](#) le 23 juin 2020. Pour vous inscrire : <https://bit.ly/3fEmuBO>

[Francois-Philippe](#) [Fabien](#) [Jean-François](#) [Eric](#) [Stephanie](#) [Nathalie](#) [Willy](#) [Antoine](#)
[Yousign](#)

[#digitalisation](#) [#microservice](#) [#API](#) [#agile](#) [#confinement](#) [#teletravail](#)

NOMAD



113 • 20 comments



Like



Comment



Share



Send



5,736 views of your post in the feed