



# Comment conjuguer télétravail et projet de digitalisation des processus ?

*Retour d'expérience de BONGENIE – GRIEDER leader de la mode en Suisse.*



**BONGENIE GRIEDER**  
brunschwig group ■ ■



**BONGENIE GRIEDER** : Ambassadeur suisse de la mode  
depuis plus de 125 ans

<https://www.groupe-calliope.com/blog/temoignage-client-bongenie-grieder/>



**Script**

## « **Projet Loyalty** »

Je suis Géraldine Esnault, Directrice commerciale du groupe Calliope et j'ai le plaisir d'accueillir à cette session digitale Vincent Stoupy, Directeur du Systèmes d'informations au sein de Bongénie, notre client spécialiste du retail



# Script

Géraldine : Vincent, avant d'évoquer les conditions de finalisation du projet lié à la mise en place de la chaîne de fidélisation. Peux-tu nous rappeler le genèse du projet?

Vincent : oui, bien sûr,  
Le projet est né en décembre 2010 avec la volonté de mettre en place une chaîne de fidélisation à valeur ajoutée. Le projet a connu différentes étapes dont la dernière a été lancée en juin 2019 consistant à faire communiquer 3 solutions pour gérer les sujets les suivants :

- Consolidation de la stratégie omnicanale
  - Gestion des parcours d'achat pluriel et vente cross canal,
  - Amélioration des services proposés aux clients, support à la vente, optimisation de l'expérience clients ...
- Vision 360 degrés des clients et initiatives pour encourager la fidélisation incluant tous les canaux BONGENIE y compris la dimension hospitality mise en place en février 2020
- Sécurisation du transfert des données compte tenu de l'arrêt de la société SPS (+explication)



**Script**

Géraldine : pour mener ce projet d'envergure, peux-tu nous décrire l'organisation initiale mise en place?

Vincent : Nous avons maximisé les chances de réussite, le délai étant non négociable en dédiant une task force :

- Hugo Directeur du département digital
- Vincent DSI

Nous avons également fait appel à un cabinet italien spécialisé dans la digitalisation des flux commerciaux et avons conforté nos partenaires stratégiques Calliope et Aliznet

- Lieu du projet Geneve mais 30 sites en Suisse
- Un partenaire Italien réalisant l'AMOA et le déploiement d'une solution CRM
- Deux partenaires Français
  - Calliope pour l'ERP
  - Aliznet pour le site marchand



## Script

Géraldine : A l'annonce de la crise sanitaire et du confinement associé, quelle a été la réaction de BONGENIE?

Vincent : Nous avons dû fermer les magasins physiques et l'impact de la crise a conforté l'importance de finaliser le projet

Nous avons donc travaillé à distance via teams et apprendre la proximité à distance 😊.

En terme d'organisation chez Bongénie, nous avons renforcé l'équipe interne avec l'arrivée d'Amandine et avons dû faire face à une coordination projet plus complexe à assurer

Les outils VSTS et Devops ont permis de partager l'avancement des travaux et de fédérer toutes les équipes autour d'actions à réaliser

Les phases de recette ont été exposées par cette nouvelle approche et le go live a été la parfaite illustration de ce qu'est le phygital

L'équipe Calliope a travaillé plusieurs soirées et week-end pour assurer le go live communiquant par tous les canaux teams, whatsapp, smartphone...

Nous avons aussi impliqué nos directions respectives lors d'un comité stratégique dont la fréquence mensuelle a permis de monitorer l'avancement et le respect des échéances



**Script**

Géraldine : Est-ce que cette expérience a changé ta manière de travailler ou d'accompagner de nouveaux projet

Vincent : on ne sort pas indemne d'une période comme celle là, le relationnel est plus difficile à distance malgré tous les outils digitaux temps réel

Géraldine quel conseil peux-tu donner aux entreprises qui ont besoin de lancer un projet en cette période.

Vincent : il faut y aller !, continuer à faire avancer les projets en mobilisant les ressources disponibles

Les projets sont plus complexes car ils changent les habitudes de travail et imposent une très bonne cohésion des équipes de toutes les parties prenantes