Mon assoc est-elle data-driven ? 2/2 – l'opérationnel

Suite de notre précédent post (voir ici)

Des questions plus opérationnelles, comme chacun sait le diable se niche dans les détails

	Les données sont utiles. Que ce soit à l'occasion d'une migration, ou lors de la mise en place de nouveaux process, il est bon de se poser la question de la légitimité à conserver et utiliser telle ou telle donnée. Inutile de s'encombrer !
	Les données sont uniques. L'adresse d'un contact, par exemple, est enregistrée dans une table et une seule. Si cela n'était pas possible des synchronisations sont mises en œuvre pour éviter toute incohérence.
	les données sont de bonne qualité Les adresses sont au format postal, des référentiels communs aux différents outils ont été définis (projets, thématiques d'engagement, etc.), des traitements sont régulièrement exécutés pour identifier les problèmes et les résoudre automatiquement dans la mesure du possible.
	les données sont fraîches, et leur mise à jour est fluide et robuste Les mises à jour sont effectuées en temps réel. Un historique des modifications effectuées peut être activé si besoin. Les traitements automatiques et notamment ceux concernant l'intégration de flux externes sont effectués au fil de l'eau, et ne compromettent pas l'intégrité des données.

Mon assoc est-elle data-driven ? 1/2 – la stratégie

Comment piloter mon association par les données ? (est-elle “data-driven”)
Une question toujours plus d’actualité, à l’heure du marketing digital et de l’interopérabilité des systèmes d’information.
quelques questions à se poser, pour faire le point et identifier des axes d’amélioration.

Dans un second post, j’évoquerai quelques aspects plus opérationnels.

	**Une politique de la donnée est définie et suivie** Une instance en lien avec la gouvernance regroupe stratèges, utilisateurs métiers, techniciens de la donnée.
	**Les données sont enregistrées dans des bases de données structurées** Un dictionnaire des données existe et est régulièrement mis à jour. L’architecture des données est connue. Des référentiels communs aux différents outils métiers peuvent être utilisés.
	**Les données sont exploitables par des outils d’analyse** Un modèle de données est défini afin de permettre aux utilisateurs métiers de disposer et éventuellement de concevoir des tableaux de bord de suivi et de pilotage de leur activité.
	**Les données personnelles sont hébergées de façon sécurisée et conformément au RGPD** De nombreux sujets doivent être réglés, tels que la sécurité de l’hébergement (plan de reprise d’activité, disponibilité), ainsi que sa localisation (UE), le consentement des contacts, la protection des accès, l’identification des prestataires, la justification des traitements, etc. La mise en conformité RGPD est d’ailleurs un bon moyen de rentrer dans une démarche “data-driven”.

	**Les données peuvent être partagées et sont accessibles selon l'usage** Des règles sont définies pour permettre à chaque utilisateur autorisé un accès contrôlé aux données.

TODO Liste d'une gestion de projet CRM

La gestion des engagements (monétaires ou non) des parties prenantes d'une association (donateurs, membres, bénévoles, abonnés, acheteurs, entreprises partenaires, etc.) est un domaine stratégique pour les associations.

Pour assurer cette gestion, le choix d'un outil de type « CRM » versus un outil « métier » peut être envisagé dans certains cas et sous certaines conditions.

Les avantages d'un outil métier sont connus, parmi lesquels notamment :

- Solution éprouvée et mutualisée, pouvant être mise en oeuvre dans des délais maîtrisés ;
- Expertise métier du prestataire ;
- Au delà de la mise en production, implication du

prestataire dans l’exploitation.

Dans le cas d’un projet CRM, l’identification des risques et la mesure de la capacité de l’organisation à les maîtriser sont des préalables indispensables au lancement d’un tel projet, qui présente un certain nombre de caractéristiques, parmi lesquelles :

- Transversalité du périmètre fonctionnel ;
- Conduite de changement pour les acteurs opérationnels ;
- Risques accrus (délais, coût, conformité) ;
- Rôles des acteurs en mode projet et en mode exploitation.

Les tableaux suivants proposent de façon très synthétique l’ensemble des sujets à aborder, regroupés en 4 chapitres.

	**1. Contenu**

▢ Définir le périmètre fonctionnel	✔ Principales fonctionnalités ✔ Tables, données ✔ Positionner dans la cartographie du SI ✔ Référentiels communs avec d’autres application ✔ Echange avec des applications internes ✔ Echange avec des applications externes

▢ Définir les indicateurs de succès	

▢ Fixer un budget (coûts internes et externes)	✔ Investissement (projet, développements, etc.) ✔ Fonctionnement

▢ Arbitrer spécifique vs standard	✔ Modèle de données ✔ Modules fonctionnels

▢ Benchmarker	✔ Les usages (secteur marchand et non marchand) ✔ L’offre fonctionnelle, les modules standards ✔ Les intégrateurs

▢ Anticiper et programmer les évolutions	✔ Lotissement, road map interne ✔ Evolution réglementaire ✔ Evolution de l’offre

▢ Définir les livraisons attendues	✔ Qui livre (interne, intégrateur) ✔ Spécifications ✔ Cahier de recette

▢ Préparer la reprise des données	✔ Profondeur historique de la reprise ✔ Nettoyage et transcodification ✔ Indicateurs de reprise pour recette

	**2. Ressources humaines à mobiliser**

▢ Identifier un sponsor niveau DG	✔ Relais vis à vis de la gouvernance ✔ Arbitre les priorités ✔ Porte les objectifs du projet

▢ Identifier le pilote interne pour le projet	✔ Animation, pédagogie ✔ Appétence pour le digital

▢ Identifier les référents métiers	✔ Compétences ✔ Crédibilité vis à vis de leurs pairs ✔ Disponibilité

▢ Pro bono	✔ Périmètre ✔ Part nécessaire ✔ Part possible et acceptable

▢ Identifier les parties prenantes externes et leurs rôles	✔ Editeur ✔ Intégrateur ✔ Consultant(s)

	**3. Organisation du projet**

▢ Etablir un planning prévisionnel	Phases et jalons à positionner, en estimant le cas échéant les charges internes et externes associées : ✔ Comités de pilotage ✔ Expression des besoins ✔ Benchmark des usages et de l'offre ✔ Choix prestataire(s), contractualisation ✔ Ateliers de spécifications détaillés ✔ Choix des modules standards ✔ Validation du modèle de données ✔ Reprise(s) de données ✔ Paramétrage et développement ✔ Formation ✔ Recette(s) de la reprise des données ✔ Recette(s) fonctionnelle(s) ✔ Mise en production ✔ Bilan à x mois

▢ Organiser la gouvernance du projet	✔ Rôles du CA et du bureau ✔ Comité de pilotage ✔ Equipe chargée de la gestion du projet

▢ Définir la communication sur le projet	✔ Contenus ✔ Canaux ✔ Périodicité ✔ Publics visés

	**4. Exploitation**

▢ Retenir les modalités de formation	✔ Formation de l’ensemble des utilisateurs vs formation de formateurs ✔ Conduite de changement et formation “technique”

▢ Rédiger les guides d’utilisation, tutoriels	✔ Format (vidéo, doc en ligne, physique) ✔ Accès (depuis SF, extranet, etc.)

▢ Organiser le pilotage de l’exploitation	✔ Maintenance technique ✔ Assistance aux utilisateurs ✔ Gestion des anomalies ✔ Gestion des demandes d’évolution

La base de données marketing CRM unique – un graal inaccessible ?

On pourrait dire de la base de données CRM marketing unique ce que l'on entend parfois dire d'autres sujets :

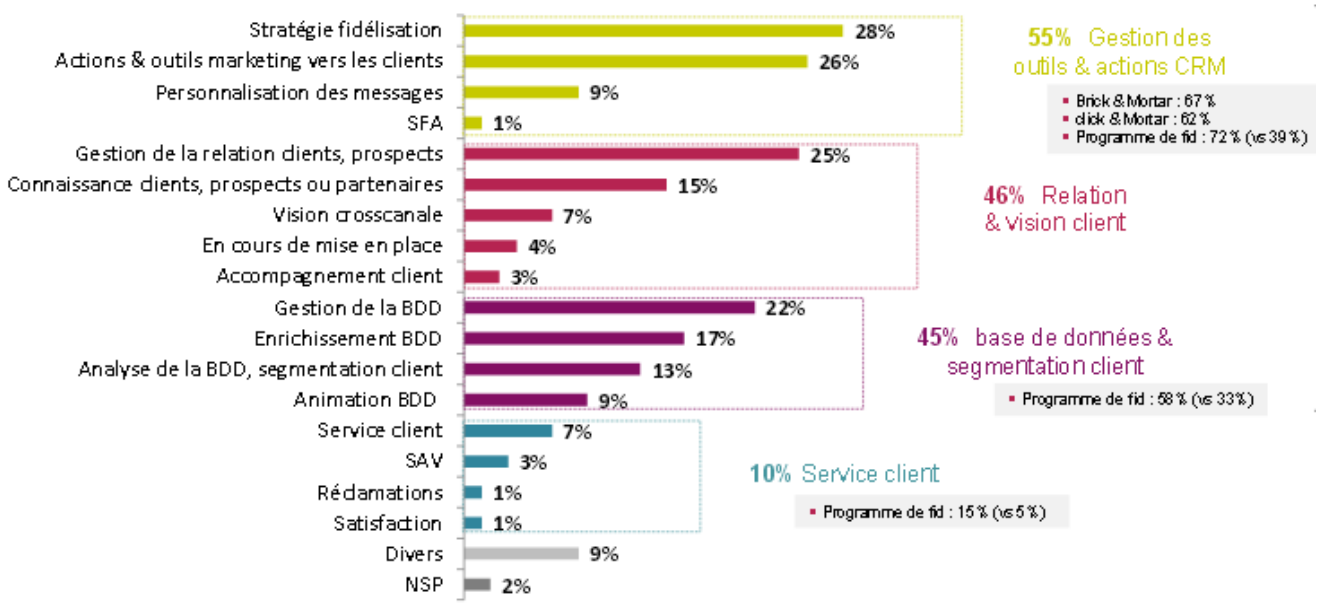
- on pense que c'est génial ;
- on ne sait pas précisément comment faire ;
- on connait tous quelqu'un qui connait quelqu'un qui l'a fait ;

Une récente étude a été réalisée par le cabinet Ginger, pour l'Union des Annonceurs et Mediapost Publicité. Cette étude détaille les pratiques sur l'ensemble des canaux digitaux et physiques du CRM, et évoque l'un des points clés de la stratégie : la constitution d'une base de données unique intégrant l'ensemble des données clients (identité et caractéristiques, achat, comportement sur les réseaux sociaux, abonnements aux newsletters, pression marketing, etc.).

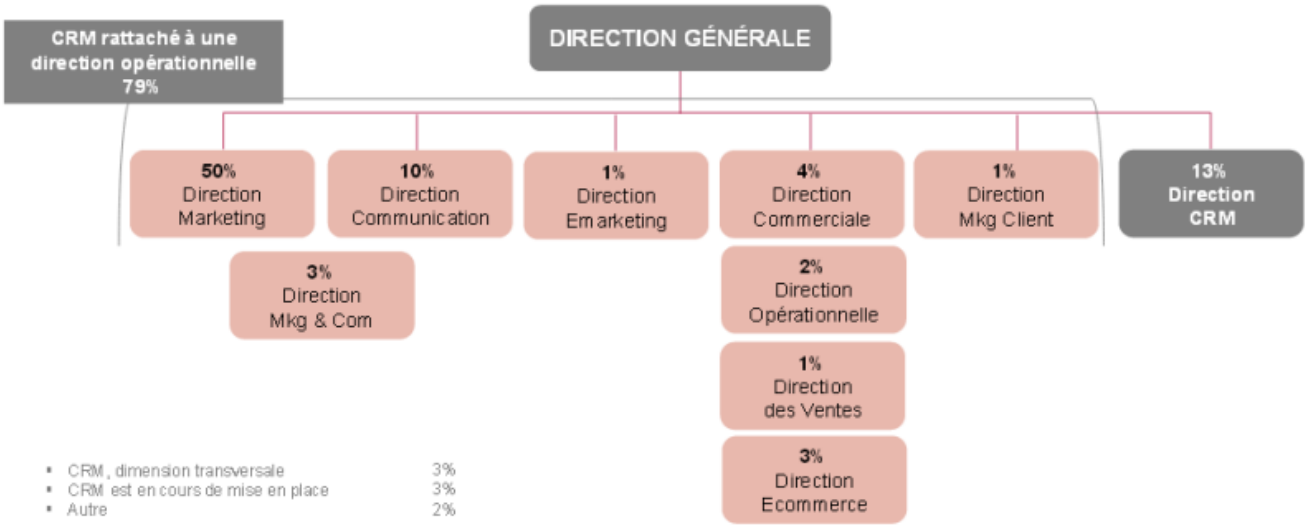
L'intégralité de l'étude peut être téléchargée ici

Le périmètre : 3 missions principales affectées au CRM

Seuls 12% des annonceurs estiment que le CRM comprend à la fois la gestion des outils et des actions, la relation et la vision du client et enfin la base de données et la segmentation

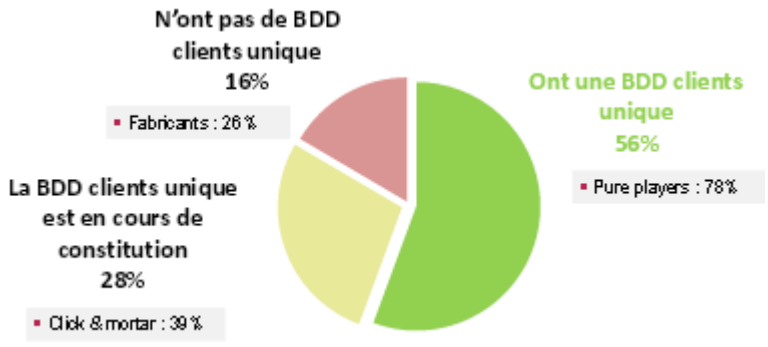


L'organisation : A quelle fonction le CRM est-il rattaché ?

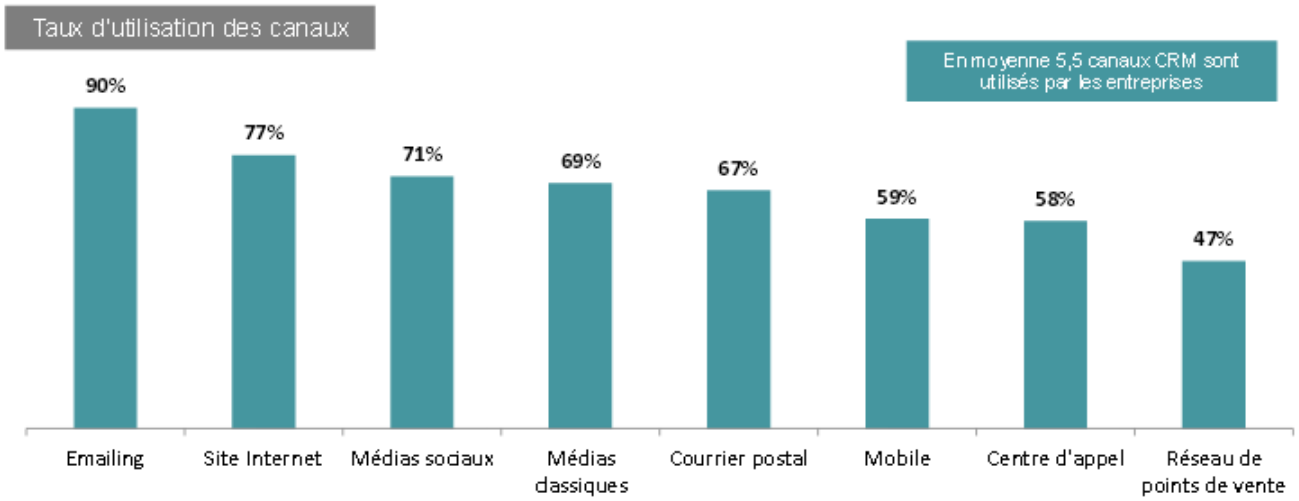


Base de données unique, intégrant ou pas des données sociales

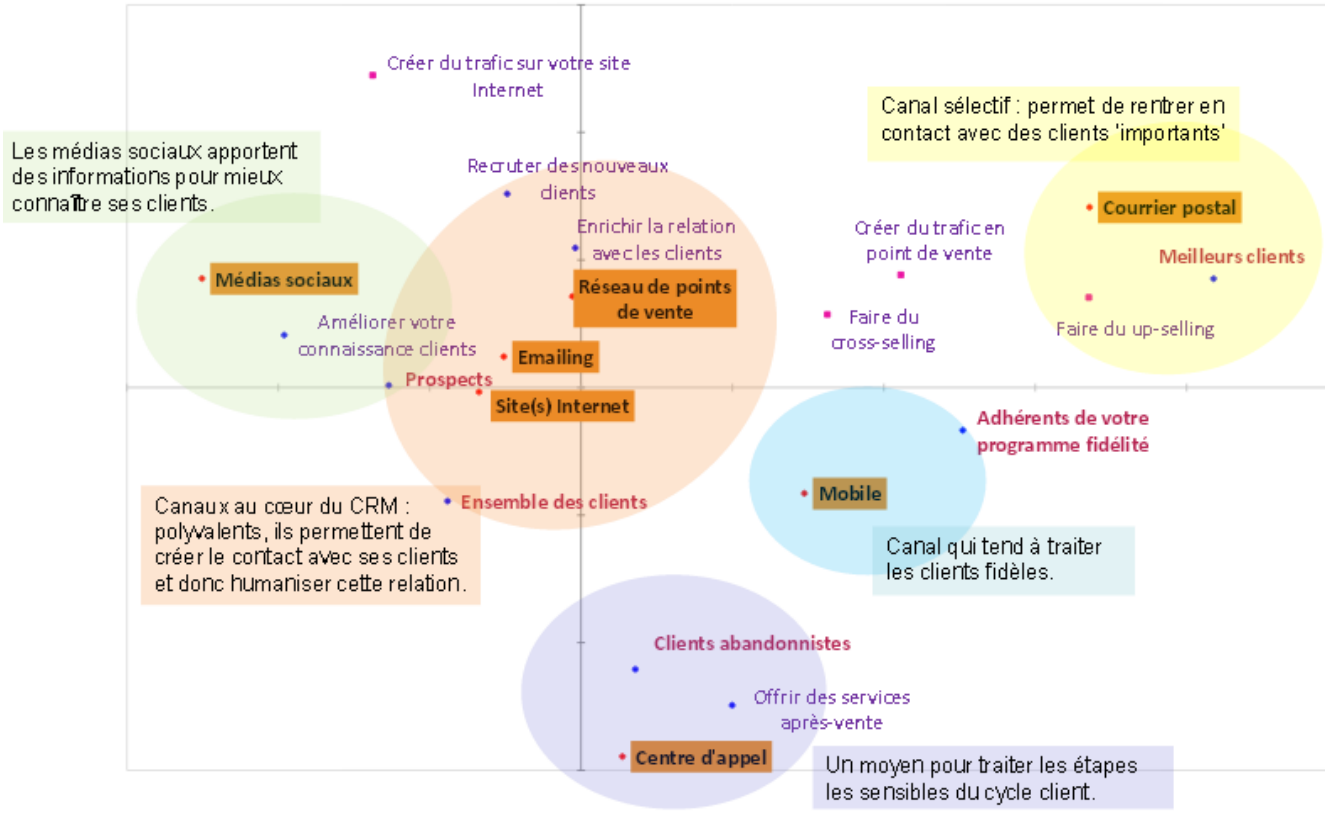
Seuls 16% ont intégré des données sociales dans la base de données clients.



les canaux utilisés

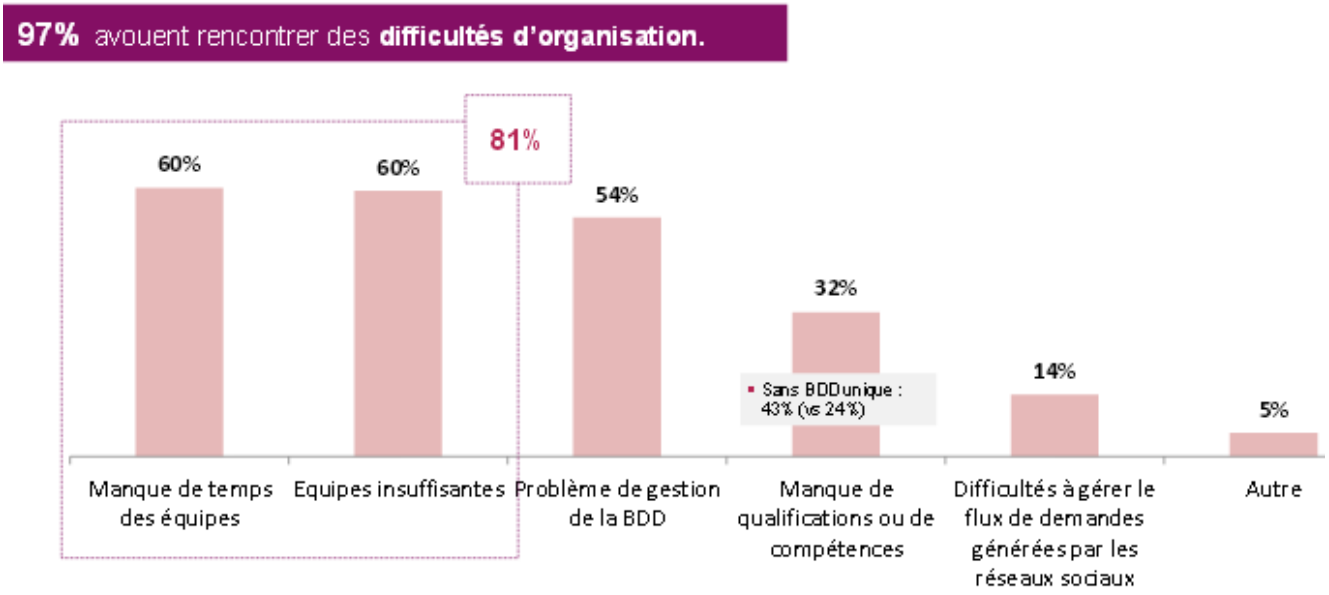


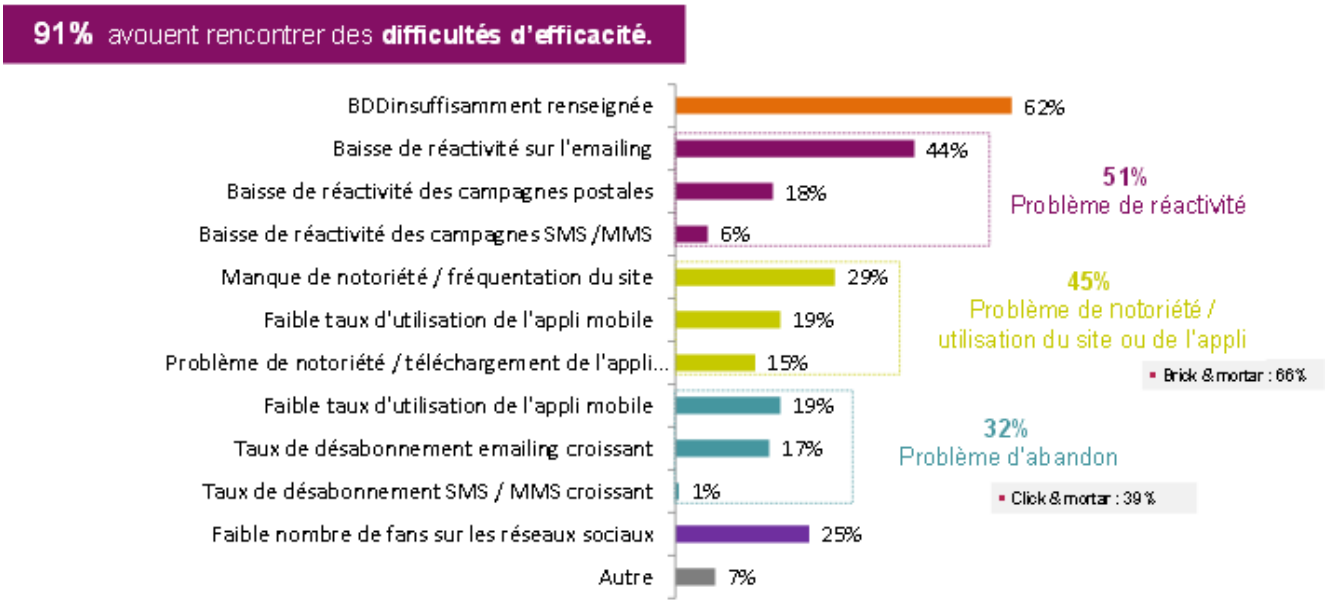
Quel canal, pour quoi faire ?



Les difficultés rencontrées

La quasi totalité de l’échantillon reconnait des difficultés d’organisation et d’efficacité :





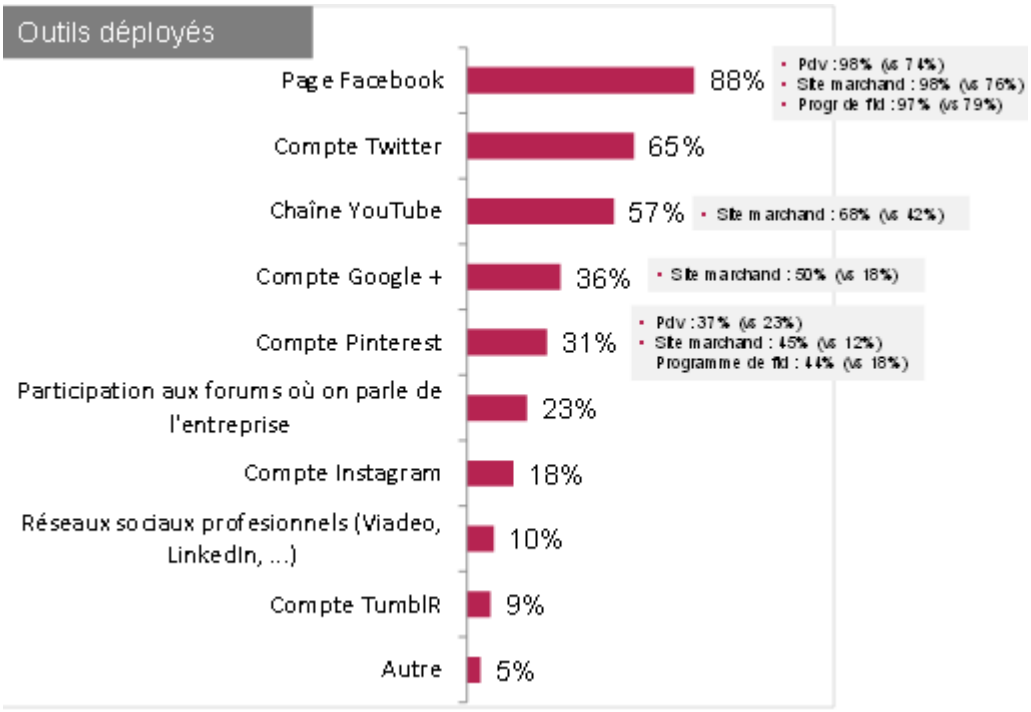
Focus emailing, media sociaux, mobile

Parmi les différents canaux, l'emailing est le canal le plus emprunté (90%). Ce canal devrait prendre encore plus de poids, 46% de l'échantillon envisageant une hausse du budget alloué en 2014.
Utilisé à la fois pour les clients (84%), les prospects (53%), les abandonnistes (24%), il permet d'envoyer :

- des emailings (97%)
- des newsletters (77%)
- des relevés de points, situation de compte (24%)

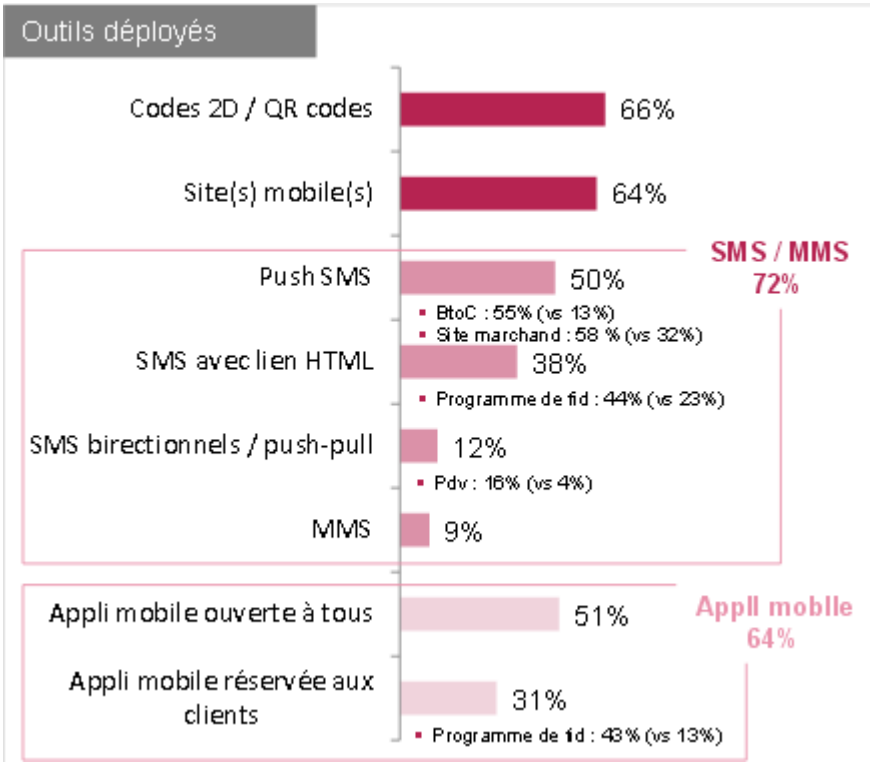
Les média sociaux sont utilisés dans 71% des cas, et vont l'être dans 20% des cas. Le budget alloué est en hausse pour 77% des utilisateurs.

Les outils déployés restent classiques :



Le mobile représente le canal qui monte : 59% des annonceurs l'utilisent, et parmi ceux-ci, 86% envisagent une hausse du budget alloué.

Les outils utilisés révèlent un passage du push (SMS/MMS) au pull (appli mobile) :



Gestion en ligne d'événements (congrès, réunions, ..), AMIANDO

AMIANDO, entreprise allemande, propose une solution de gestion d'inscription en ligne à des événements tels que congrès, réunions d'information, etc.

L'offre, accessible ici, est gratuite pour les événements non payants.

Le principe est simple :

Une fois inscrit sur le site, il suffit de créer un événement, de paramétrer quelques données, puis de le publier.

Les inscriptions peuvent alors se faire sur le site d'AMIANDO, ou sur votre site, en intégrant le code à vos pages par simple copier coller du code proposé :

Un exemple d'intégration du formulaire d'inscription (via un pop up) :

L'offre propose la gestion proprement dite des inscriptions :

- e mail de confirmation
- interventions possibles des personnes inscrites
- importation d'une liste de contacts à inviter
- Suivi des inscriptions, sur le site ou en intégrant une page à votre site comme par exemple

Cliquez ici pour afficher dans une fenêtre pop up, la liste des participants inscrits

- Installation d'un widget:

Par ailleurs, le système organise automatiquement la socialisation de l'événement, en envoyant à chaque personne inscrite des mails leur proposant de faire suivre l'événement à leurs différents contacts :

Naturellement, certaines fonctions sont proposées en option payante , telles que

- personnalisation des emails envoyés
- personnalisation de la page internet de l'événement
- suppression de la marque AMIANDO sur le site
- Impression de badges
- Lien avec l'offre de Webinar SPREED (voir ici)
- …

(voir les tarifs ici)

L'ensemble des fonctionnalités proposées est accessible ici, en téléchargement sur le site de l'éditeur

SEPA et prélèvements, ce qui va changer (et quand ?)

vu sur le site de WDM, un compte rendu de la présentation faite par ce prestataire de la gestion de base de données donateurs, lors d'une réunion tenue le 10 juin et organisée par France Générosités.

L'intégralité du document peut être téléchargé ici

Pour résumer,

- Un nouveau format d'échange.
    - Impact sur la structure des fichiers transmis, donc sur les bases de données
    - Impact sur les échanges avec les donateurs : il faudra désormais leur demander leur IBAN (27 caractères) et le BIC de leur banque (11 positions), et non plus leur RIB (23 caractères). A prévoir, sur les coupons et pour les opérations de street concernées.
    - Prévoir la migration, pour les prélèvements existants (pas besoin d'une nouvelle autorisation, mais transcodage du RIB en IBAN ; des « moulinettes » sont proposées par certaines banques, voir ici, l'exemple du CIC)
- de nouveaux canaux de transmission, ETEBAC disparait au profit d'EBCIS (norme franco allemande), de SWIFT NET (plus international). Voir des précisions ici, sur le site du Crédit Coopératif.
    - Ceci peut concerner les prestataires, s'ils sont en charge de cette partie des opérations, ou les

associations qui souhaiteraient conserver la main sur les transferts de fichier.
A voir dans tous les cas, avec la banque de l'association.

- de nouveaux process
  - Dématérialisation étendue en ce qui concerne les échanges banque/association ou prestataire/banque
  - La logique voudrait que les relations entre l'association et son donateur soient également dématérialisées à cette occasion (via l'espace donateur sur le site de l'association par exemple).

Même si les prélèvements SEPA peuvent d'ores et déjà être mis en oeuvre (à compter du 1/11/2010), la situation n'est pas encore stabilisée (surtout en ce qui concerne les canaux de transmission et les process), et les différents acteurs pas encore tous en ordre de marche.

Comme le note un récent communiqué de presse du comité national SEPA (téléchargeable ici)

> *« Le Comité national est préoccupé par la multiplicité des options et variantes qui sont proposées en matière de prélèvement. Celles-ci ne peuvent que retarder sa mise en oeuvre effective et compromettre l'adhésion des utilisateurs à cet instrument.*
> *Le SEPA Council est invité à apporter des réponses précises à ces interrogations.*
> *Ces réponses sont indispensables à la bonne migration au virement et au prélèvement SEPA. »*

Pour les associations, il semble donc urgent de se préparer activement en imaginant en particulier de nouvelles formes de communication avec les donateurs … et d'attendre

A voir également des pages ou des plaquettes d'information,

sur le site des banques :

Société Générale

Crédit Mutuel

LCL

HSBC

Crédit Coopératif

Banques Populaires

La Banque Postale (un point de vue intéressant, puisqu'il représente le discours qu'un banquier peut tenir à un « prélevé »)

BNP PARIBAS

Le site de l'association **SEPAFRANCE**

un mini guide sur le prelevement SEPA (édité par SepaFrance et disponible sur leur site)

Tabbloid, Fastpencil : récupérer le contenu d'un blog (newsletter, livre, ..)

Nous présentons ici deux offres qui permettent de récupérer le contenu d'un blog, pour le transformer :

- dans le cas de TABLOID : **en une newsletter** assez simple, sans permettre d'intervention entre la récupération des

données et leur diffusion sous forme de lettre d'info.
- dans le cas de FASTPENCIL : **en un livre**, avec la possibilité d'intervenir assez fortement entre le moment de la récupération des données et celui de la création du livre.



- Développé par Hewlett Packard, ce site (accès ici) permet d'inscrire une adresse url d'articles (exemple : lien du flux rss d'un blog tel que http://www.otarion.info/veille/?feed=rss2) pour transformer chaque article publié en document pouvant être intégré dans une lettre d'information.

- Une fois l'adresse enregistrée et vérifiée par tabbloid, vous pouvez préciser les options de livraison :
  - e-mail à qui sera envoyé le document.
  - fréquence de la livraison (quotidien, hebdomadaire).
  - heure de la livraison.

- L'e-mail qui est envoyé contient en pièce jointe un document pdf reprenant le contenu de l'ensemble des articles récupérés (voir un exemple ici), ainsi qu'un lien permettant d'y accéder directement en ligne (même exemple en ligne ici).



- Une autre offre, proposée par FastPencil (démonstration sur le site ici) permet, une fois inscrit, de créer différents projets d'édition.

L'objectif est la rédaction puis la publication d'un livre.

Différentes fonctions sont proposées :

- Intégrer au sein d'un même projet le contenu d'un ou plusieurs blogs : chacun des billets est considéré comme

un chapitre du livre.
- Il est possible à tout moment de modifier l'ordre des chapitres, de supprimer un chapitre.
- Un éditeur permet de modifier le contenu.
- Une approche collaborative est possible : il est possible d'inviter des lecteurs (pouvant apporter des commentaires sans modifier le contenu) ou des auteurs (pouvant commenter et modifier le contenu)
- générer une version PDF du livre (voir ici un exemple brut de décoffrage)

Toutes ces fonctions sont disponibles gratuitement, même si FastPencil propose par ailleurs un certain nombre de packages payants (relecture, amélioration graphique, publication sur Amazon ou autre, etc.).

Intranet et travail collaboratif

- Vaste domaine, que l'on peut explorer de différents points de vue :

  - Les outils existants
  - Les méthodes de mise en oeuvre
  - L'articulation des contenus (liens avec le ou les sites internet, modalités de publication, etc.)
  - La gestion et le suivi des projets
  - L'intégration aux processus métiers (gestion d'activité, suivi des bénévoles ou des bénéficiaires, etc.)
  - Le web 2.0 : juste des outils nouveaux, ou une révolution dans l'architecture du système d'information ?

- etc.

- Des idées à récupérer prochainement sur ces thèmes, au salon du même nom qui se tiendra les 12 et 13 mai prochain au CNIT.

- Exemple de quelques conférences ou ateliers organisées :

  - Comment déployer des contenus collaboratifs et interactifs (web TV, Webconférences, vidéos, etc.)
  - Intranet 2.0 : enjeux, organisation, choix des outils, déploiement, intégration
  - pourquoi le wiki révolutionne les organisations ?
  - Les réseaux sociaux d'entreprise
  - Réseau social VIP (témoignage de la Société Générale)
  - Gestion, organisation, partage, et sécurisation des documents en ligne
  - etc.

Evaluer un centre de saisie

Elément déterminant (mais ils le sont finalement tous) dans la chaîne de traitement d'un don.

Indépendamment des aspects contractuels liant le prestataire au client, et les prestataires entre eux (en cas de sous-traitance), quelques questions à (se) poser, pour auditer ou comparer un prestataire :

Les flux et l'organisation générale

- Heure d'arrivée des courriers
- Organisation physique des circuits de documents
- Circuits de coursier : coursier interne, société de

course extérieure ?, documents signés lors de la prise et de la restitution des plis ?
- Mise à plat, ouverture des plis
- Création des lots de saisie

La sécurité des processus, la protection des documents

- Lieu de stockage des documents et des chèques
- Traitement des espèces
- Coffre-fort
- Existence et utilisation d'un vestiaire, lieu de stockage des vêtements et sacs du personnel chargé de la mise à plat et des traitements
- Sécurité intrusion
- archivage des documents
- gestion des stocks

Les équipes

- Equipes chargée des opérations
  + Mise à plat
  + Saisie
- Quelle organisation en cas de forte activité
- Nombre d'heures intérim consommées durant les derniers exercices
- Evolution de quelques indicateurs de gestion RH (nombre de salariés, répartition par statut, âge moyen, sexe, salaire moyen, ancienneté)
- Critères de recrutement
- Formation des équipes

Les ressources techniques

- Machines utilisées (nombre et types, fiabilité, possibilité de remplacement)
- procédures d'archivage et de conservation des données
- protection contre l'incendie
- sécurité de l'alimentation électrique et de la climatisation

- risques physiques autre que l’incendie
- assurances informatiques et autres
- back-up
- plan de continuité d’activité

La gestion de la qualité

- Existence de guide de procédures
  + informatique
  + règles de mise à plat
- Reporting (tableaux, périodicité et mode de diffusion)
  + indicateurs retenus, possibilité de croisement
  + reporting interne
  + reporting externe
- mode de traitement des incidents