copains du monde : mini site du mouvement d'enfants du SPF

nouvelle version du site du mouvement d'enfants du SPF, visible ici

Le site a vocation a informer le jeune internaute sur les droits des enfants, le rôle du SPF, et à lui proposer diverses formes d'engagement, en donnant des exemples concrets d'action locales ou internationales.

Site développé par Onext , qui a également développé le site de la fondation maison des sciences de l'homme (visible ici)

Connaissez-vous Woozweb ?

un service de l'agence SMILE, qui vous permettra d'assurer une évaluation et un suivi de la disponibilité de votre site Internet ou Intranet

Woozweb scrute les 6000 plus grands sites du web français, et recueille des données telles que :

- temps de réponse
- disponibilité
- technologies
- contenus
- benchmark
- poids de page

- chronologie de chargement
- prestataires

Woozweb vous permet aussi d'obtenir ce même niveau d'information sur vos propres sites, en vous inscrivant.

Vous pourrez suivre jusqu'à 5 sites, et en comparer les principaux indicateurs à ceux de vos concurrents et amis

Vous pourrez également être alerté en cas d'indisponibilité, par mail ou via un flux RSS.

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

---

le donateur est-il un client comme les autres ?

- Un clin d'oeil au *titre provocateur* d'une matinée passée à l'atelier BNP Paribas, sur le thème « l'adhérent est-il un client comme les autres« .
- Cette conférence était destinée plus particulièrement aux mutuelles, qui évoluent dans un contexte de plus en plus concurrentiel, et pour lesquelles la « relation client » est un axe stratégique de développement.

- Cette matinée était l'occasion pour la société ORACLE SIEBEL, et pour l'intégrateur E-FRONTECH, de présenter leurs offres dans ce domaine.

- Naturellement, et pour en revenir aux donateurs, la situation est différente à bien des égards :

  - il n'y a pas de relation marchande entre un donateur et une association (en tout cas, ce n'est pas la relation principale) ;
  - il ne peut pas exister de comparaison simple et directe entre les « services » proposés par différentes

associations ;
- etc.

- Mais des similitudes apparaissent néanmoins :

  - Le donateur se pose bien la question de donner à l'association « x » plutôt qu'à l'association « y » : il y a bien concurrence, donc nécessaire différenciation entre les offres de ces associations.
  - La relation donateur peut s'appuyer sur un certain nombre d'outils et de techniques utilisées classiquement (multi-canal, reconnaissance automatique de l'appelant, GED, suivi des campagnes, etc.)
  - Au delà du service apporté par l'association (sa mission sociale), la relation qu'elle entretient avec un donateur fait partie de son offre globale de service, et doit donc être prise en compte, organisée, optimisée.
  - Par ailleurs, et plus encore peut-être que dans le secteur marchand, la relation donateur est un élément de différenciation stratégique entre les offres des associations. Ce domaine ne doit donc pas être considéré -que- comme un centre de coût, mais aussi comme un centre de profit (au sens monétaire ET non monétaire).
  - etc.

- Il est donc fructueux de creuser cette question, qui reste ouverte et susceptible de développements ultérieurs :

  - intellectuellement, quel apport des solutions du « monde marchand » pour les associations, et réciproquement quels apports de la pratique des professionnels du marketing associatif pour le monde marchand ?
    La notion de fertilisation croisée trouve ici tout son sens !
  - Dans la mise en oeuvre d'outils et de solutions, et dans la mesure où des outils standards peuvent être utilisés, quel intérêt de faire appel à des solutions propres au

monde associatif ?
- Un donateur qui appelle une association s'attend t-il à être accueilli et traité différemment que lorsqu'il appelle un service consommateur, un tour opérator, ou un service réclamations ?
  Si oui, comment se différencier ?

- Le prochain salon SECA IT 2009, et les journées de la communication et du marketing (Porte de Versailles) seront l'occasion de faire un tour d'horizon plus complet sur les bonnes pratiques, et l'offre en la matière. Compte-rendu à suivre !

- On trouvera également des éléments utiles, dans un livre blanc proposé par l'Electronic Business Group (en collaboration avec Orange-Business Service, SAS et Teletech).

- Ce document procède à un tour d'horizon très complet sur les pratiques actuelles de la Gestion de la Relation Client, s'appuyant sur des exemples concrets d'entreprises telles que Accor, Pierres et Vacances, PMU, Société Générale, etc.

- 3 enjeux apparaissent :

  - Quel devenir pour la relation client, alors que le contrôle des clients est de moins en moins possible
  - La rencontre entre le virtuel et le réel : comment articuler la relation virtuelle, et la relation réelle
  - Quel équilibre trouver entre une relation médiatisée par la technologie et le contact humain direct.

Lien sur le document, sur le site d'EBG

La gestion du risque

- L’intérêt ou la nécessité de l’externalisation d’un certain nombre de traitements ne doivent pas faire oublier les risques associés à un tel choix, et impose au contraire la nécessité de mesurer et minimiser ces risques, et de faire en sorte que le déclenchement d’un incident donne lieu à la mise en oeuvre d’un plan de secours prévu et répété à l’avance.

- L’exemple récent de la panne du service Gmail de Google montre bien la dépendance accrue des utilisateurs et des organisations vis à vis de prestataires de moins en moins nombreux, ou en situation de quasi monopole de fait.

Certes, il s’agit là d’un cas particulier, s’agissant d’un service gratuit sur lequel il serait pour le coup totalement inconscient de s’appuyer à titre professionnel. Voir à ce sujet un article sur 01net, au sujet d’un bug de Google Docs..

Voilà par exemple ce qu’ont découvert un beau jour les utilisateurs d’un service de stockage en ligne en se connectant pour aller récupérer leurs données :