

La campagne de communication de l'ODOScope

Parce qu'il le vaut bien !

*Geneviève Coullault, vice-présidente d'ADELI, en charge de la communication
Consultante en stratégie de communication, cabinet A POSTERIORI*

Face au succès remporté par l'ODOScope (avant même sa sortie officielle), j'ai envie de vous dévoiler ci-après le plan de communication qui a accompagné son lancement. C'est une longue histoire qui repose sur deux maîtres mots : Faire... et Faire savoir !

Faire... un guide unique !



ODOScope : né le 20 septembre 2004, taille A4, poids 700 grammes, 205 pages

En rédigeant l'ODOScope, Jacqueline Sidi, Martine Otter et Laurent Hanaud nous proposent à la fois un ouvrage synthétique et un véritable outil pédagogique. Ce guide unique analyse 28 dispositifs de reconnaissance de la qualité qui couvrent l'ensemble des domaines soumis à certification : entreprises, services, produits, processus, personnes.

L'ODOScope fournit à ses lecteurs les moyens de s'approprier les dispositifs de reconnaissance existants, puis de bâtir le leur, spécifique au contexte particulier de leur marché, de leur entreprise, en intégrant leurs objectifs stratégiques et en respectant leur propre système de valeur.

De la simple reconnaissance du système qualité jusqu'à l'excellence, en passant par la prise en compte des exigences sectorielles, l'ODOScope facilite la compréhension et constitue un véritable guide pour les utilisateurs, clients ou fournisseurs.

Largement illustré et documenté, l'ODOScope établit des références croisées entre les dispositifs et explicite les liens qui existent entre eux. Il aide le lecteur à choisir le dispositif qui répond le mieux aux besoins actuels sans pénaliser les besoins futurs. L'ouvrage trace le chemin pour entreprendre une démarche d'amélioration interne, rassurer clients et actionnaires, être en conformité avec la réglementation...

En guise de conclusion, l'ODOScope présente un éclairage sur les tendances qui se dessinent, en particulier les évolutions actuelles en matière de

gouvernance d'entreprise et de relations avec les fournisseurs.

Quelques dispositifs étudiés dans l'ODOScope : SW-CMM, ISO 15504, CMMI, ISO 9001, TL 9000, ITSEC, ITIL, PRINCE, PMP, ANAES, EFQM, certification de service...

Faire savoir : un plan de communication

C'est en orchestrant un ensemble d'actions sur les trois canaux de communication (direct, ressources humaines et presse) qu'a été bâti le plan 2004, autour de la sortie de l'ODOScope. Le recours à l'un des canaux ayant une incidence notable sur les deux autres, il est impératif que les actions soient continues et se répondent. En effet, des actions sur le canal direct donnent de la matière aux relations de presse. Des retombées « presse » fructueuses apportent de la crédibilité aux discours externes et de la fierté en interne. Une bonne communication interne forge une réelle culture « adélienne ». Les adhérents deviennent alors des relais de communication pour ADELI. Les trois canaux interagissent... et c'est leur parfaite synergie qui donne toute son efficacité au plan de communication, celui-ci devant permettre de construire une image forte et cohérente.

Le canal direct : ADELI communique vers l'extérieur

Les messages émis en communication externe sont naturellement maîtrisés. Ils sont restitués auprès des cibles tels qu'à leur émission, ce qui ne signifie pas qu'ils sont perçus tels que lus, entendus ou vus.

Sur ce canal, nous avons utilisé 3 techniques : image institutionnelle sous forme papier (la couverture de l'ouvrage lui-même), sous forme électronique (le site Web) et les relations extérieures (salons, conférences, partenaires).

La couverture de l'ODOScope s'insère parfaitement dans la nouvelle charte graphique définie il y a un an. Elle en est une déclinaison immédiate et évidente. C'est ainsi qu'elle aide à la reconnaissance et à la mémorisation d'ADELI. L'offre en matière de dispositifs de certification étant foisonnante, nous avons retenu, parmi les photos proposées par Martine Otter

pour la couverture de l'ODOScope, un visuel de la forêt tropicale guadeloupéenne¹ qui illustre le sous-titre de l'ouvrage : « Trouver son chemin au pays des certifications ».

Le site Web a relayé depuis janvier 2004 toutes les informations relatives à l'ODOScope. La couverture figure en Page d'Accueil depuis sa conception au mois de juillet, alors que l'ouvrage n'est sorti que le 20 septembre.

Toutes les relations extérieures ont été pensées et coordonnées pour préparer et soutenir la sortie de l'ODOScope. Dès novembre 2003, lors de la session animée par ADELI au salon SisQual, Jacqueline Sidi et Martine Otter ont imaginé un dialogue autour des systèmes de reconnaissance de la qualité. Ce dialogue plein d'humour a séduit les auditeurs. Il figure bien sûr en bonne place sur le site Web !

Lors des journées ICSSEA 2003, ADELI a animé un débat sur la prolifération et l'évolution des modèles et référentiels de reconnaissance de la qualité, utilisés en France, dans le domaine des SI.

Cette année, comme vous le savez, ADELI anime de nouveau une session à SisQual où l'ODOScope sera encore à l'honneur. En complément des conférences, ADELI sera présente sur un stand (A12) et dans un Atelier de l'exposition pour soutenir activement la promotion de l'ouvrage.

L'ODOScope a aussi été présenté à l'ADIRC (Association des Décideurs Informatiques de la Région Centre) le 8 avril 2004 et au SPIN le 6 juillet 2004.

Le canal Ressources Humaines : ADELI communique avec ses adhérents

Sur ce canal, le message véhiculé est globalement maîtrisé, mais les « adéliens » se l'approprient et le diffusent à leur façon, avec leurs mots et leurs convictions propres. Plus la communication vers les adhérents est intense, mieux le message est retransmis et plus les adhérents deviennent des relais de communication. L'humain est au cœur des échanges, ce sont des messages personnels (one to one) et de proximité.

La Lettre n°54 de janvier 2004 reprenait le superbe dialogue de SisQual, ainsi que quelques transparents utilisés lors de la présentation.

Dans La Lettre n°56 de l'été, nous avons consacré 2 pages à notre participation à SisQual... l'ODOScope étant au cœur du sujet.

¹ La photo a été prise sur les pentes de la Soufrière, principal volcan de Guadeloupe, près du lieu dit les Bains Jaunes. Pavé par l'armée coloniale en 1887, le chemin représenté dit « le Pas du Roy » fut longtemps la seule voie d'accès à la Soufrière. Ce chemin est sans grande difficulté, sauf par temps de pluie, quand les pavés deviennent glissants, ce qui était le cas le jour de la prise de vue.

Dès le mois d'août, nous avons commencé une vague d'e-mailings² vers les adhérents afin de préparer la sortie de l'ODOScope et de rappeler notre présence très active lors du salon SisQual 2004 (une session de conférences, un stand et un atelier). L'e-mailing offre à ADELI la possibilité d'élargir son audience : un message électronique est en effet plus simple à diffuser qu'un courrier postal.

Les auteurs de l'ODOScope ont également informé leurs réseaux professionnels. En activant en parallèle le réseau des adhérents et celui des auteurs, nous agrandissons notre cercle.

Le canal Presse : ADELI informe les journalistes

Dès janvier 2004, le communiqué de presse annonçant la constitution du nouveau Comité mentionnait déjà la sortie de l'ODOScope.

En avril, nous avons repris le fameux dialogue entre Martine et Jacqueline afin de le diffuser à la presse.

Le 10 septembre, un communiqué de presse a informé les journalistes de la présence d'ADELI à SisQual sous deux formes : session de conférences et stand... pour le lancement de l'ODOScope.

Le 24 septembre 2004, enfin, l'ODOScope a été envoyé à plus de 40 journalistes.

À l'occasion de SisQual, nous allons constituer un Dossier de presse spécifique... et je ne vous cache pas que l'ODOScope y sera en bonne place !

En conclusion

La qualité et la pertinence de l'ODOScope furent un vrai régal pour élaborer un plan global de communication 2004, rigoureux et bien cadencé.

Merci aux auteurs de m'avoir fourni une matière première aussi riche ! ▲

gcoullault@a-posteriori.com

² E-mailing : publipostage électronique en français.