

## Vidéotron

### Adopter l'agilité afin d'accélérer le lancement de nouvelles offres marketing

**La concurrence accrue, les nouvelles technologies et la demande croissante des clients amènent les fournisseurs de services de communication à repenser leur façon de travailler. Devenir des organisations agiles s'avère essentiel pour stimuler l'innovation, la créativité et la rapidité dans cette nouvelle ère. Avec l'aide de CGI, l'équipe d'acquisition d'utilisateurs mobiles de Vidéotron a adopté des méthodologies agiles pour gérer les pressions de la concurrence et accélérer leur temps de réponse.**

Vidéotron, une entreprise de communications intégrées de premier plan au Canada, évolue dans un environnement en forte croissance, très concurrentiel et complexe, où il est primordial de répondre aux demandes des clients. Pour répondre à l'évolution de la dynamique du marché, l'équipe d'acquisition d'utilisateurs mobiles de la société cherchait à adopter une méthode de travail agile dans le but d'améliorer sa productivité, sa collaboration, sa rapidité de mise sur le marché et, finalement, la satisfaction des clients.



## LE DÉFI

Suite au succès de la création et du lancement de la marque de téléphonie mobile Fizz de Vidéotron par une équipe agile, l'équipe d'acquisition des utilisateurs mobiles de l'entreprise, qui est responsable du lancement des nouvelles offres d'abonnement et des promotions, a cherché à obtenir un succès similaire en se transformant en une organisation plus agile.

Comme bon nombre de services d'entreprise, elle s'est heurtée à des cloisonnements organisationnels et à un cycle de marketing traditionnel qui comprenait une longue chaîne de validation par des groupes partenaires et interdépendants (comme des équipes de TI et de finances). L'équipe s'est également heurtée à des tiers comme les agences de publicité.

Elle mettait trop de temps à élaborer de nouvelles offres et à les déployer. Lorsqu'un concurrent a lancé un nouveau forfait données plus avantageux, c'était l'occasion idéale pour l'équipe de faire l'essai de méthodologies agiles dans sa fonction de marketing pour accélérer son temps de réponse. Les coûts associés à un retard risquaient de se traduire par la perte de clients et de millions de dollars.



## NOTRE SOLUTION

Motivée par le succès de Fizz, CGI a collaboré avec le service du marketing de l'équipe d'acquisition des utilisateurs mobiles afin de structurer une approche axée sur le soutien solide de la haute direction, sur l'autoformation, et sur une équipe interfonctionnelle et colocalisée inspirée de la « règle des deux pizzas ». Cette règle repose sur l'idée que deux pizzas suffisent pour nourrir une équipe, afin d'améliorer sa communication et sa productivité et de s'adapter plus rapidement au changement, entre autres avantages.

Les experts et les formateurs en agilité de CGI avaient déjà aidé le service d'intelligence d'affaires en TI de Vidéotron à adopter des méthodologies agiles. L'équipe d'acquisition des utilisateurs mobiles a fait appel à notre expertise pour l'aider à intégrer une méthode de travail agile dans sa fonction de marketing. Nos experts l'ont aidé à évaluer son état de préparation. Nous avons conclu qu'une approche Agile-Kanban-Lean était mieux adaptée à son besoin de lancer rapidement de nouveaux produits et offres sur le marché, plutôt que l'approche Agile-Scrum qui avait permis de mettre au point et de lancer Fizz.

Nous avons tout d'abord offert une formation Agile-Lean 101 aux cadres hiérarchiques de l'équipe agile nouvellement créée et composée de huit personnes, suivie d'un atelier pour définir sa mission. La deuxième étape consistait à organiser un atelier sur l'approche par systèmes de la mise en œuvre du Kanban (STATIK) afin d'initier les participants à Lean-Kanban. Cet atelier a permis à l'équipe d'élaborer une vision stratégique de ses activités quotidiennes et d'imaginer son flux de travaux d'un point de vue de collaboration afin de mieux comprendre les exigences de chaque activité, les goulots d'étranglement potentiels et les points à améliorer, tout en mettant l'accent sur la création d'une valeur ajoutée.

À la suite de ce séminaire, les experts en agilité de CGI ont continué d'offrir un encadrement et un mentorat continus à l'équipe agile afin de favoriser sa constante amélioration, sa collaboration ainsi qu'une vision qui privilégie les gens plutôt que les processus, pour assurer son succès.

## RÉSULTATS

Peu de temps après la mise en place de l'équipe du marketing agile, l'entreprise a dû répondre à une offre alléchante de forfaits de données d'un concurrent. Grâce au marketing agile, l'équipe a été en mesure de lancer une offre en deux jours au lieu du délai de réponse habituel de deux semaines. Voici les avantages qui en découlent.

- Fidélisation de la clientèle grâce à des promotions et une offre concurrentielle lancée en temps opportun
- Réduction des délais de mise en marché, ce qui a permis d'éviter des pertes de contrats de près d'un million de dollars canadiens.

En outre, en adoptant des méthodologies agiles, cette équipe a été en mesure de bénéficier quotidiennement des avantages suivants.



## PRINCIPAUX AVANTAGES

En adoptant des méthodologies agiles, l'équipe d'acquisition des utilisateurs mobiles a pu bénéficier de ce qui suit.

- Réduction des délais de mise sur le marché de 2 semaines à 2 jours
- Fidélisation de la clientèle grâce à des offres et des promotions concurrentielles et en temps opportun
- Réduction des coûts associés aux retards afin de générer des profits
- Capacité de devenir plus flexible et de s'adapter au changement
- Augmentation de la rapidité et de la réactivité des stratégies de marketing
- Amélioration de la rapidité de prise de décision et de la visibilité des tâches
- Détermination rapide des goulots d'étranglement et leur élimination
- Meilleures interaction, collaboration et transparence au sein de l'équipe

- Prise de décision rapide
- Amélioration de la visibilité des tâches
- Détermination rapide et élimination des goulots d'étranglement
- Réduction des coûts associés aux retards afin de générer des profits
- Meilleures interaction, collaboration et transparence au sein de l'équipe
- Amélioration de la rapidité et de la réactivité des stratégies de marketing



## CGI ET L'AGILITÉ

CGI possède plus de 40 ans d'expérience en services-conseils stratégiques, en intégration de systèmes et en prestation de services en gestion déléguée pour les entreprises les plus importantes, les plus distribuées et les plus complexes au monde. Nous possédons une expérience éprouvée en transformation agile dans plusieurs secteurs d'activité au Canada. Chez CGI, nous croyons qu'il n'existe pas de solution universelle pour l'agilité opérationnelle. Les solutions agiles doivent être adaptées aux besoins uniques de chaque client. Nous plaçons les humains au premier plan pour permettre aux équipes d'adapter leur culture organisationnelle, d'adopter les bonnes solutions et de créer un environnement favorable. Nous élaborons et déployons des programmes de formation personnalisés sur les approches Lean, Scrum et Kanban. Nous offrons également le programme complet de certifications Scaled Agile Framework® (SAFe®). En fait, notre entreprise compte plus de 170 formateurs SAFe certifiés et est un partenaire mondial de transformation Scaled Agile.