

BRIEF AGENCE PLAN DE TRANSFORMATION GLOBALE

MEDIA CONTACT acteur panafricain de premier plan dans le secteur des centres de contact externalisés et services digitaux, entreprend une transformation en profondeur afin de renforcer sa compétitivité et améliorer ses performances. Cette transformation entreprise depuis plusieurs mois amorce une phase de structuration de ses fondamentaux.

L'entreprise a décidé pour ce faire, de lancer sous l'impulsion de sa Direction générale trois grands programmes stratégiques :

1. Un **programme de formation globale**, dénommé « Skills » couvrant les besoins de développement de compétences pour toutes les ressources et directions du Groupe.
Ce programme vise à donner l'opportunité aux employés des différentes Directions qui composent l'entreprise MEDIA CONTACT à prendre part à des formations métiers et ou de management des hommes. Ces formations permettront au terme de la période de 4 mois de développer les compétences des différents participants.
2. Un **programme de transformation organisationnelle** dénommé « NEXT IUM » visant à mettre en place une organisation de travail aligné sur les normes ISO et COPC. Ce programme est structuré autour de quatre axes : leadership, people, technique, process et procédures. Les changements attendus sont nécessaires pour le Groupe Media Contact qui souhaite se maintenir dans l'écosystème des acteurs BPO et celui du développement des solutions digitales. Cette initiative permettra de tenir :
Enjeux internes
 - ✓ Amélioration des compétences métiers
 - ✓ Adaptation aux besoins du marché
 - ✓ Réduction des charges
 Enjeux Externes :
 - ✓ Forte concurrence
 - ✓ Augmentation de la productivité
3. Le Projet **déploiement d'un ERP** dénommé « GMCCORECONNECT » vise à harmoniser les processus internes, optimiser les ressources et soutenir une croissance durable. Le déploiement du Projet GMCCORECONNECT visera à centraliser les données, automatiser les opérations clés et offrir des outils analytiques avancés pour une prise de décision éclairée.

Ce changement soutenu par une volonté de la Direction générale permettra d'améliorer la collaboration entre les directions, les départements, d'accroître la transparence et de mieux répondre de manière agile aux besoins des clients dans un environnement économique en perpétuelle évolution.

Pour accompagner ces changements et garantir leur adoption réussie, nous souhaitons mettre en place un plan de **communication interne clair, engageant et aligné sur les objectifs de ces programmes.**

Ce plan devra **sensibiliser et mobiliser l'ensemble des collaborateurs, créer une dynamique positive autour de ces transformations, et faciliter la compréhension et l'adhésion aux nouvelles pratiques.**

Nos Objectifs de communication en quelques points :

- a) **Sensibiliser** les collaborateurs aux enjeux et aux bénéfices de ces trois programmes de transformation.
- b) **Expliquer** de manière claire les étapes clés, les rôles et responsabilités de chacun dans le cadre de ces projets.
- c) **Créer de l'engagement** en impliquant activement les équipes à travers des initiatives participatives, ateliers, et outils collaboratifs.
- d) **Faciliter l'adoption** des nouvelles pratiques, normes et outils, en communiquant régulièrement sur l'état d'avancement des projets.
- e) **Renforcer le sentiment d'appartenance** et motiver les collaborateurs face aux changements, en valorisant les impacts positifs sur l'entreprise et sur leurs parcours professionnels.

Cibles à toucher au sein du Groupe MEDIA CONTACT :

1. **Collaborateurs** à tous les niveaux et dans toutes les directions : leur adhésion et leur implication sont essentielles pour le succès des programmes.
2. **Managers** : en tant que relais clés, ils doivent comprendre les enjeux et être équipés pour accompagner leurs équipes dans ce processus de changement.
3. **Comité de direction** : pour s'assurer que le message et la vision du leadership sont bien véhiculés et adoptés à tous les niveaux.

Les différents Axes de communication :

1. **Programme de formation globale** :
 - Mettre en avant les avantages du développement des compétences pour la carrière des collaborateurs et la performance de l'entreprise.
 - Créer des campagnes d'information sur les différentes formations disponibles, leurs objectifs et les modalités d'inscription.
2. **Programme de transformation (ISO/COPC)** :
 - Expliquer clairement les objectifs de chaque axe (leadership, people, technique, process et procédures).
 - Diffuser des contenus pédagogiques (infographies, vidéos explicatives) sur les normes ISO et COPC.
 - Créer un calendrier de communication détaillant les étapes de la certification, avec des points de situation réguliers.
 - Proposer des supports de communication tenant compte des appétences des métiers.
3. **Déploiement de l'ERP** :
 - Communiquer sur les avantages de l'ERP en termes d'efficacité et de simplification du travail au quotidien.
 - Organiser des sessions de démonstration, des tutoriels et des guides pour faciliter la prise en main du nouvel outil.

- Assurer une communication continue sur les étapes de déploiement et les phases d'accompagnement post-lancement.

Livrables attendus :

1. **Stratégie globale de communication interne** pour accompagner les trois programmes de transformation.
2. **Calendrier de communication** avec un rétro-planning détaillant les moments clés de communication pour chaque programme.
3. **Supports de communication** (infographies, newsletters, vidéos, affiches, présentations, guides d'utilisation) adaptés aux différents types de cibles et aux enjeux spécifiques des trois programmes.
4. **Plan de mobilisation des managers** avec des outils pour qu'ils relaient efficacement l'information auprès de leurs équipes.
5. **Campagnes d'engagement** avec des événements participatifs et des initiatives favorisant l'appropriation des changements par les collaborateurs.

Ton et style de communication :

- **Motivant et rassurant** : Insister sur les avantages et l'accompagnement mis en place pour faciliter la transition.
- **Pédagogique** : Simplifier les concepts techniques liés aux normes, à l'ERP, et au développement des compétences.
- **Transversal et inclusif** : Toucher l'ensemble des collaborateurs, quel que soit leur niveau hiérarchique, avec un message unifié.

Délais et échéances :

- La campagne de communication a démarré début septembre pour accompagner les premières phases de lancement des programmes. Aussi nous souhaiterions vos retours pour le **23 Septembre 2024**.

Contexte 2:

Le GROUPE MEDIA CONTACT est une holding panafricaine qui opère majoritairement dans le domaine des services externalisés, ou Business Process Outsourcing (BPO). Le groupe abrite les activités de ses cinq marques distinctes mais complémentaires. Chacune de ces marques joue un rôle clé dans l'écosystème des services aux entreprises, toute chose qui permet à la Holding d'offrir des solutions intégrées et globales. Le groupe est présent dans plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest et de l'Afrique centrale avec une expansion prévue vers de nouveaux marchés dans les années à venir.

Activités principales :

- A. Centre de Contact (MEDIA CONTACT) :** est la marque phare de la Holding, générant la majorité des revenus du groupe (+80%). Elle fournit des services de centres de contact à distance, gérant le service client, le support technique, et les opérations de vente pour des entreprises nationales et internationales.

Avec une expertise reconnue en gestion des interactions clients, MEDIA CONTACT est un atout essentiel pour toute entreprise cherchant à externaliser ses services de support client.

- B. Développement de Solutions Digitales (Digital By Palladium) :** Digital By Palladium se spécialise dans la conception et la mise en œuvre de solutions numériques sur mesure, contribuant ainsi à la transformation digitale des entreprises africaines. Les services incluent la création de logiciels personnalisés, d'applications mobiles, ainsi que des solutions de gestion des données et des infrastructures numériques.

- C. Formation en Entreprise (AAIM) :** L'Académie Africaine de l'Innovation et des Métiers propose des programmes de formation professionnelle pour les entreprises. L'objectif est d'améliorer les compétences des employés dans divers domaines (management, compétences techniques, développement personnel) afin de favoriser la productivité et l'efficacité des organisations clientes.

- D. Construction de Bureaux pour le Secteur Tertiaire (SCI PALLADIUM) :** SCI Palladium filiale du Groupe MEDIA CONTACT se spécialise dans la construction d'espaces de travail modernes et fonctionnels, principalement pour les entreprises du secteur tertiaire. Ces constructions sont conçues pour répondre aux besoins

spécifiques des entreprises en matière de connectivité, d'efficacité énergétique et de modularité. BCI Palladium démarre ses activités à partir du Bénin où est établi le siège du Groupe.

- E. Distribution de Produits Telecom (HOOPE)** HOOPE assure la distribution de produits et services de télécommunications, notamment des équipements et solutions d'accès aux réseaux, en ligne et propose également la vente de services financiers modulés aux clients finaux. HOOPE collabore avec les principaux opérateurs de télécommunications.

Notre approche de lecture des Challenges et des Opportunités

- **Challenges** Le marché du BPO est en pleine expansion en Afrique, mais la concurrence est forte avec l'entrée de nouveaux acteurs et la présence consolidée d'acteurs internationaux tels l'algérienne Concentrix, Babel Group notamment dans les domaines du digital et des centres de contact. Il est crucial de se démarquer par une différenciation efficace qui valorise l'intégration des différentes marges et leur capacité à offrir des services 24/7.
- **Opportunités** Avec une présence dans plusieurs pays clés d'Afrique de l'Ouest et une stratégie d'expansion anticipée, la holding a l'opportunité de renforcer son leadership à l'échelle de la digitalisation et la demande croissante en formation professionnelle créent un terrain fertile pour une offre de services BPO globalement intégrée.

Notre expertise technique et opérationnelle reste un avantage stratégique majeur, soutenu par une équipe qualifiée et motivée. Ces atouts permettent à notre entreprise de maintenir un niveau élevé de service et d'efficacité opérationnelle, crucial dans un secteur aussi concurrentiel.

Cependant, nous devons faire face à d'importants challenges pour soutenir la croissance future.

La dépendance à quelques gros clients expose notre entreprise à des risques significatifs et ces clients réduisent leur volume d'activités ou cessent de se tourner vers des concurrents.

Les coûts opérationnels élevés et l'actualisation des technologies représentent des défis considérables, nécessitant des investissements et la capacité à répondre aux demandes croissantes de notre clientèle.

Les opportunités présentes sont nombreuses. La croissance du marché des centres de contact en Afrique subsaharienne, stimulée par les innovations technologiques, offre

des perspectives d'expansion que nous envisageons saisir à travers notre stratégie de croissance géographique et de diversification de nos offres.

En outre, la demande grandissante pour des services personnalisés nous offre également des opportunités de différenciation de nos offres et de conquête d'une clientèle plus large.

Le GROUPE MEDIA CONTACT s'engage à développer des stratégies pour diversifier sa clientèle, moderniser ses technologies, et s'adapter rapidement aux évolutions du marché et des régulations

LES FONDAMENTAUX de notre Culture d'Entreprise

- La confiance
- Le relais
- Le respect
- La compétence
- La transparence
- Le partage
- La complicité
- Le dialogue

NOS ENGAGEMENTS au quotidien

- Satisfaction des donneurs d'ordres
- Amélioration de l'expérience Collaborateurs
- Agilité et efficacité pour une entreprise rentable

Les Objectif de Communication que nous visons :

Le GROUPE MEDIA CONTACT souhaite **développer sa notoriété** en Afrique et **se positionner comme un acteur BPO de premier plan**, capable de proposer des solutions globales couvrant l'ensemble des besoins d'externalisation des entreprises. L'agence de communication devra :

- **Renforcer l'image du GROUPE MEDIA CONTACT** en tant qu'Organisation leader et innovante sur le marché BPO africain.
- **Valoriser chaque marque** tout en soulignant leur complémentarité au sein d'une offre unique et intégrée.
- **Créer un discours cohérent** qui parle à la fois aux entreprises locales et aux grands groupes internationaux cherchant à externaliser leurs processus en Afrique.

Validation	
Fonction et date Directrice Qualité et Expérience Client 18/09/2024 	Fonction et date Directeur de la Stratégie et de la Transformation  18/09/2024