



(/membre/tonidacruz)

Adoption des nouvelles technologies et franchises



()

Le Digital occupe une place de plus en plus importante en point de vente. L'adoption de ces nouvelles solutions est cependant assez inégale d'un outil ou d'une enseigne à l'autre.

Enfin ! Enfin vous avez trouvé la solution à ce problème que vous pensiez structurel !

Qu'il s'agisse de management à distance, d'opérationnel terrain ou encore de gestion des flux, des irritants apparaissent et il est de votre devoir de les diminuer.



Vous avez donc trouvé le fameux outil digital qui permet de libérer les vendeurs, voire de les augmenter, pour ré-enchanter l'expérience client face à la poussée de l'e-commerce !

Et pourtant... La solution miraculeuse est lancée... et rien ne se passe, c'est même pire ! personne ne comprend l'utilité de cet « outil de plus ».

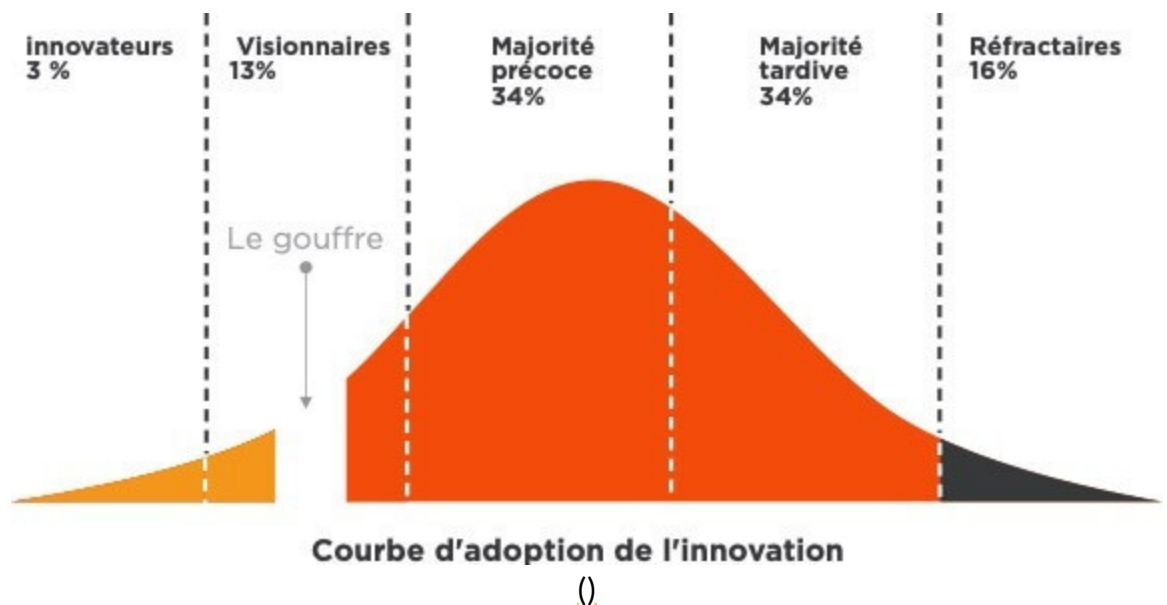
Pourquoi ? Que s'est-il passé ? Est-ce que le besoin a mal été identifié ? La réalité est en fait un peu plus complexe...

Douleur latente ou douleur identifiée ?

Cette différence de perception quant au besoin vient souvent du degré de maturité des acteurs face au problème. Si cette « douleur » est latente, le besoin de changer n'est pas identifié. L'effort à faire pour changer ne vaut donc pas la peine pour eux. Si elle est identifiée, alors le jeu en vaudra la chandelle !

Courbe d'adoption de l'innovation : l'objectif des 84%

La différence peut également venir de l'appétence pour le changement. La courbe d'adoption de l'innovation telle que décrite dans *Crossing the Chasm* de Geoffrey Moore est en ceci une aide précieuse :



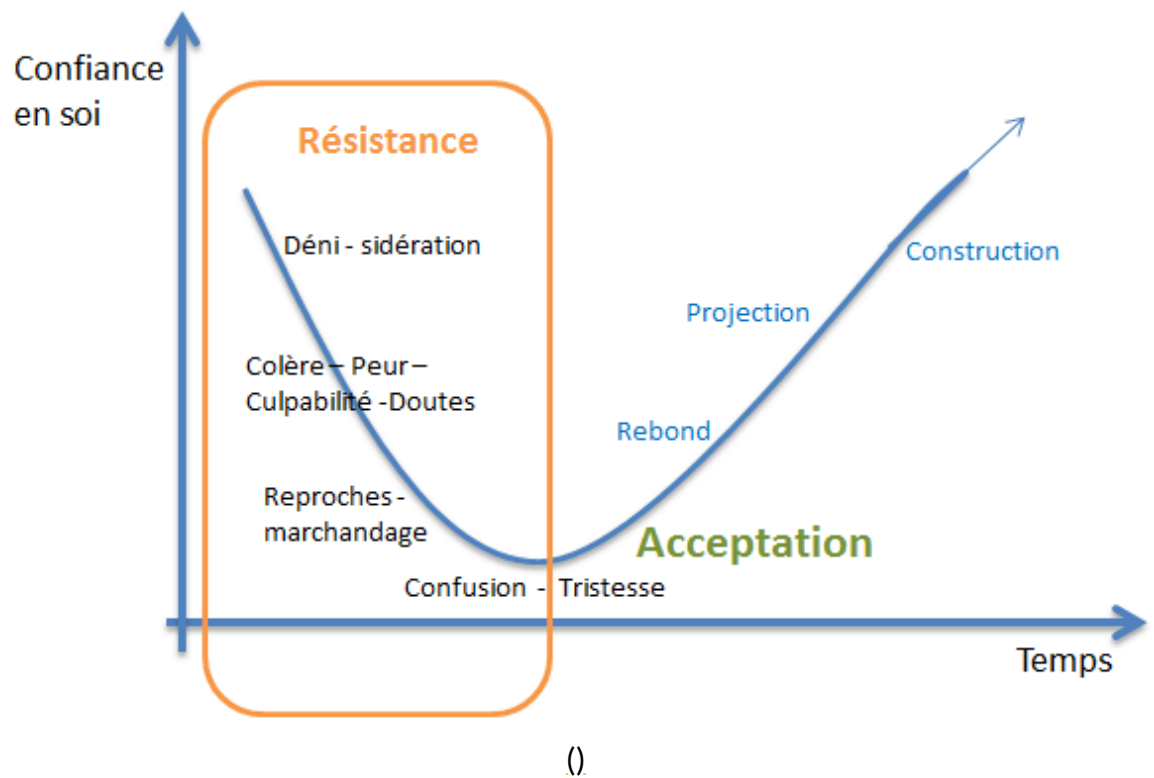
Les personnes qui lancent un projet d'innovation sont eux-mêmes souvent des innovateurs et des visionnaires. Leur goût pour la nouveauté, combiné à une douleur identifiée, peuvent s'avérer être un handicap car 16% des personnes concernées par le changement vont leur faire un retour fantastique ! Les 16% réfractaires vont également se faire entendre, mais seront cantonnés au rôle de râleurs.



Et les 68% restants ? Ce sont eux qui devraient être la vraie cible des attentions. Leur silence ne vaut pas pour acceptation. Leur vécu, leurs habitudes et leur résilience peuvent même être contre-productifs dans ce cas précis. Comment les aider à comprendre et accepter ce changement ?

Courbe du changement : passer de la résistance à l'acceptation.

Cette courbe de *Kübler Ross*, également appelée courbe du deuil, décrit toutes les étapes par lesquelles un utilisateur passe pour accepter un changement. Le but n'est pas ici de passer par-dessus certaines étapes mais de raccourcir le temps entre 2 étapes et d'éviter de rester bloqué sur l'une d'elle afin que le lancement de la solution intervienne lors de la phase d'acceptation.



Faisons donc un focus sur les 2 paramètres de l'abscisse et l'ordonnée : **Le TEMPS** et la **CONFIANCE**.

1. LE TEMPS

Pour aller du déni initial à la tristesse en passant par la colère, il est nécessaire de démarrer le process de changement le plus tôt possible ! Vouloir faire de ce changement une surprise est alors tout sauf une fausse



bonne idée. Il est également important de communiquer dans un premier temps largement sur la problématique plus que sur la solution. C'est également ce que *John Kotter* nomme « créer un sentiment d'urgence ».

Le changement lui-même aura donc impérativement lieu après le rebond.

2. LA CONFIANCE

L'un des paramètres qui permettra d'aller plus vite dans ces étapes tient dans la personne qui va relayer le changement. Plus elle sera proche de l'utilisateur final, et plus elle sera elle-même convaincue, plus elle sera à même d'aider cet utilisateur à comprendre le caractère inéluctable du changement, et ainsi s'y projeter et s'y impliquer.



()

Étape par étape : mener le changement pour digitaliser ses points de vente

Voici donc les secrets d'une conduite du changement réussie sans y mettre un budget insensé.

1/ Plantez une graine tôt pour faire du temps un allié.

Cette étape de communication est primordiale, paradoxalement pour créer un choc et aider les futurs utilisateurs à se mettre en colère ! Attention il ne s'agit pas de semer le chaos dans son réseau mais bien de passer par une



phase d'incompréhension exprimée auprès des managers opérationnels, préalablement informés.

2/ Passez par des relais internes pour co-construire la diffusion.

La solution elle-même ne peut pas toujours être le fruit d'une co-construction en interne, mais la façon de la communiquer et d'aider à la prise en main si ! Il est donc important de créer un groupe-relais, idéalement constitué d'early adopters, mais aussi de pragmatiques, afin de réfléchir aux temps de communication ainsi qu'aux canaux adaptés à la culture de l'entreprise.

3/ Mettez sur la confiance en passant par les managers.

C'est en informant ces managers par le groupe relais, puis en les formant, que ceux-ci pourront eux-mêmes être les relais du changement. Cela peut paraître plus long mais ils sont des professionnels du déploiement à distance et sont les interlocuteurs de confiance des équipes terrain.

4/ Pas d'alternative : halte au marchandage.

L'un des passages obligés de la résistance au changement est le marchandage. Il faut donc être clair dès le début sur le caractère irréversible du changement ainsi que sur le fait que l'ancienne solution ne pourra pas rester une alternative. C'est également ce qui permettra d'aller chercher les 16% de réfractaires qui resteront à la fin.

5/ Communiquez différemment à chaque étape pour favoriser le rebond !

Nous en parlons précédemment, il est important d'avoir une communication adaptée à chaque phase. Commencez par une communication globale sur la problématique et la nécessité de changement et ainsi créer le choc initial.

Passées les phases de colère et de marchandage, quand les futurs utilisateurs sont passés d'une « douleur » latente à une « douleur identifiée », communiquez de façon plus précise afin d'assouvir la curiosité des uns et des autres et de les aider à rebondir. Des visuels de la solution seront à ce stade très appréciés !



La 3ème phase concerne le lancement, avec des tutoriels très pragmatiques sur l'utilisation de la solution. Veillez à ce qu'ils soient intuitifs et accueillants !

Enfin, pensez à communiquer après le lancement pour ancrer les usages ! Les « Quick Wins » théorisés par Kotter sont autant de façons de rassurer les indécis !

6/ Ancrez les usages et restez ouvert.

Maintenant que le lancement est réussi, il reste une réelle phase d'appropriation à soutenir, aller aider les points de vente qui l'utilisent peu en mesurant l'usage, et laisser la porte ouverte à des extensions d'usage. C'est également le moment de fêter les victoires, pour ancrer dans l'esprit collectif que le changement a été une réussite. Le cerveau limbique enverra alors de bonnes informations lors des prochains changements !

Nous aurions pu mettre un 7/ oubliez que vous aviez déjà fonctionné autrement mais il faut bien garder quelques surprises (idéalement des bonnes !)

Ne pensez pas que c'est parce qu'une solution est intuitive que la conduite du changement en est pour autant optionnelle : le frein ne repose pas dans la technologie de la solution mais dans la prise de conscience du problème.

Toni Da Cruz (<https://franchisebusinessclub.com/membre/tonidacruz>)

Directeur Commercial & Associé d'**Idélink**

(<https://franchisebusinessclub.com/p/idelink>)

(<https://www.idelink.fr/webinar/>)

Webinars Idélink (<https://www.idelink.fr/webinar/>)

La digitalisation des points de vente n'a de succès que si ...





Antoine Garbez ou Toni Da Cruz d'Idélink interviendra le 10 novembre lors de notre journée de webinars sur le thème de la productivité et de l'efficacité du management de réseau, notamment à distance en cette période compliquée. **Lien ici** (<https://franchisebusinessclub.com/article/webinar-10-nov-productivite-efficacite-du-management-de-reseau-en-cette-periode>)

[#digital](/recherche?terms=digital) (</recherche?terms=digital>) [#digitalisation](/recherche?terms=digitalisation) (</recherche?terms=digitalisation>)

[#franchiseur](/recherche?terms=%20franchiseur) (</recherche?terms=%20franchiseur>)

[#change](/recherche?terms=change) (</recherche?terms=change>)

2  1 



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter

[Connexion \(\)](#)



Commenter



[\(/membre/jeansamper\)](/membre/jeansamper)

[JeanSamper \(/membre/jeansamper\)](/membre/jeansamper) Consultant Expert e...

Antoine Garbez ou Toni Da Cruz d'Idélink interviendra le 10 novembre lors de notre journée de webinars sur le thème de la productivité et de l'efficacité du management de réseau, notamment à distance en cette période compliquée.


<https://franchisebusinessclub.com/article/webinar-10-nov-productivite-efficacite-du-manage...>

(<https://franchisebusinessclub.com/article/webinar-10-nov-productivite-efficacite-du-management-de-reseau-en-cette-periode>) [Voir plus \(\)](#)

1   Répondre • 26/10/2020

Recommandations d'article




(/article/programme-d-ateliers-franchise-a-tunis-les-13-et-14-decembre-2022)
(/membre/jeansamper)


Document

Programme d'Ateliers Franchise à Tunis les 13 et 14 décembre 2022



3

(/article/programme-d-ateliers-franchise-a-tunis-les-13-et-14-decembre-2022)


(/article/bien-selectionner-ses-franchises)

Article


Bien sélectionner ses franchisés

(/article/bien-selectionner-



(/article/bien-selectionner-ses-franchises)

18 juillet 2022


(/p/evenements-2022)
(/article/webinar-le-2-juin-business-liberer-du-temps-a-votre-reseau-en-automatisant-vos-process-administratifs)

Article

WEBINAR le 2 juin : Comment libérer du temps à votre réseau en automatisant

3



(/article/webinar-le-2-juin-comment-liberer-du-temps-a-votre-reseau-en-automatisant-vos-process-administratifs)

31 mai 2022

