

## Catalogue

C2-BONDUELLE-2018-Stratégie Digitale Retail.....	1
C2-BORDEAUX METROPOLE-2023-Définition d'une architecture d'un système de télécommunications_1.....	2
C2-BOUYGUES CONSTRUCTION-2017-App store interne_1.....	3
C2-BOUYGUES CONSTRUCTION-2019-Etudes IoT Bâtiment connecté_1.....	4
C2-BOUYGUES ENERGIE ET SERVICES-Définition d'une offre de gestion intelligente des espaces de travail_1.....	5
C2-BOUYGUES IMMOBILIER-2016-Amélioration de l'expérience client_1.....	6
C2-BNP PARIBAS-2017-Centre de service design_1.....	7
C2-BNP PARIBAS-2018-Définition de la stratégie voix_1.....	8
C2-BNP PARIBAS-2022-Mise en place d'un Studio Design_1.....	9
C2-BNP PERSONAL FINANCE-2018-Etude autour des usages de la voix_1.....	10
C2-BNP REAL ESTATE-2019-Cadrage et développement d'une usine à sites_1.....	11
C2-BODYNATURE-2016-Boutique e-commerce grand public_1.....	12
C2-BONDUELLE-2017-Usine à sites_1.....	13
C2-BIOGEN-2018-Application pour neurologues_1.....	14
C2-BIOTRIAL-2021-Refonte site web recrutement de volontaires pour essais cliniques_1.....	15
C2-BLOT IMMOBILIER-2022-Construction d'une feuille de route digitale_1.....	16
C2-BLOT IMMOBILIER-2022-Site Web_1.....	17
C2-BMW ASIA-2022-Reprise TMA Plateforme Salesforce_1.....	18
C2-BMW-2020-EN-Salesforce Analytics Tableau Dashboards_1.....	19
C2-BMW-2020-EN-Salesforce Einstein Analytics Reporting automation_1.....	20
C2-BNP PARIBAS BANK-2020-EN-Sales Cloud CRM_1.....	21
C2-BNP PARIBAS CIB-2019-Once, design system_1.....	22
C2-BNP PARIBAS LEASING SOLUTIONS-2019-Transformation digitale_1.....	23
C2-BNP PARIBAS LEASING SOLUTIONS-2020-Stratégie API_1.....	24
C2-BNP PARIBAS-2016-Conception du wallet du futur_1.....	26
C2-BNP PARIBAS-2017-Accompagnement démarche innovation_1.....	27
C2-BANDAI NAMCO-2023- Run et Build de l'écosystème Web EMEA_1.....	28

C2-BANKS OF PHILIPPINES-2022-Implémentation de Talkdesk_1.....	28
C2-BANQUE POPULAIRE GO-2020-Améliorer la performance opérationnelle du réseau bancaire_1.....	30
C2-BEABA-2021-Déploiement plateforme e-commerce_1.....	31
C2-BEAUMANOIR-2016-Application commerce_1.....	32
C2-BEDROCK-2021-Programme Management international_1.....	33
C2-BETCLIC-2018-Déploiement internationale webapp en agile_1.....	34
C2-BETCLIC-2018-Expertise UX_1.....	35
C2-BETCLIC-2021-Refonte expérientielle_1.....	36
C2-AUCHAN-Traçabilité Alimentaire_1.....	37
C2-AUDENCIA BUSINESS SCHOOL-2017-Amélioration du cycle de recrutement dans un seul outil_1.....	38
C2-AUDENCIA-2022-Refonte de l'écosystème d'acquisition client - Copie_1.....	39
C2-AUDENCIA-2022-Refonte de l'écosystème d'acquisition client_1.....	40
C2-AUDENCIA-2023-Maintenance Akeneo & Salesforce_1.....	41
C2-AUTODISTRIBUTION-2017-Améliorer le traitement de dossiers_1.....	42
C2-AVEM-2023-Centre de compétences en réalisation logicielle_1.....	43
C2-AVEM-2023-Gain référencement durée 3 ans_1.....	44
C2-AXA HEALTH KEEPER-Salesforce DBS_1.....	45
C2-AXA-2019-Améliorer l'engagement clients_1.....	46
C2-AXIONE-2020-Développement SI Inventaires des biens de retour_1.....	47
C2-ARKEA-2019-Cadrage gestion relation prospects_1.....	48
C2-ARMOR-2017-Transformation de la relation client_1.....	49
C2-ARVAL BNP-2020-Testing Factory_1.....	50
C2-ARVAL-2017-Automatisation des tests fonctionnels_1.....	51
C2-ARVAL-2017-Banque-Usine à sites & Design_1.....	52
C2-ARVAL-2018-Business model de la mobilité_1.....	53
C2-ARVAL-2022-Audit Factory mobile Arval_1.....	54
C2-ARVAL-EN-2020-Development of a global Multi-website platform_1.....	55
C2-ASMODEE-2022-Charte emailpptx_1.....	56
C2-ASMODEE-2022-Refonte de chartes graphiques CRM_1.....	57

C2-AST-2021-Outil métier No Code Mendix_1.....	57
C2-AUCHAN-2022- Accélération de l'implémentation de la traçabilité_1.....	59
C2-AON-2021-Création d'applications mobiles et Mise en place d'une Mobile Factory Espace Client_1.....	60
C2-APICIL-2023-Centre de compétences en réalisation applicative_1.....	61
C2-APICIL-2023-Gain référencement 2024_1.....	62
C2-APRIL-2017-Faciliter la vie des expatriés_1.....	63
C2-APRIL-2019-Améliorer la relation client et la performance opérationnelle des CRC_1.....	64
C2-APRIL-2020-EN-CTI platform and CRM tool_1.....	65
C2-APRR-2020-Analytics design_1.....	66
C2-APRR-2020-Mutualisation des sites marchands_1.....	67
C2-APRR-2021-Accompagnement SEO Mango Mobilités_1.....	68
C2-APRR-2021-Agence de communication_1.....	69
C2-APRR-2021-Stratégie de positionnement et de communication_1.....	70
C2-AGENCE ORE-2017-Automatisation de tests fonctionnels_1.....	71
C2-AGENCE ORE-2018-Open Data des données énergétiques_1.....	72
C2-AKENEO-2017-Mise en place d'un CRM_1.....	73
C2-AKENEO-2020-EN-Salesforce. CRM. Pardot. Sales efficiency_1.....	74
C2-ALBEA-2019- Cadrage fonctionnel et technique d'un portail client_1.....	75
C2-Alchimie-2023- Run Application TVPlayer_1.....	76
C2-ALLIANZ-2018-AMOA Centre de Contacts_1.....	77
C2-ALLIANZ-Application mobile Mon Allianz_1.....	78
C2-ALZOHIS-2018-Conception et développement de la plateforme patient et prescripteur_1.....	79
C2-ANS BIOTECH-2022-Pilotage AMOA de l'intégration d'Akuitéo_1.....	80
C2-ANTARGAZ-2021-Run site ANTARGAZ_1.....	81
C2-AON-2016-Assurance Espace client mobile_1.....	82
C2-AON-2021-Accompagnement à la mise en place de SDK Mobile_1.....	83
C2-ACQUA DI PARMA-2021-Intégration d'un PIM Akeneo_1.....	84
C2-ADDEV MATERIALS-2021-Accompagner pour la définition de services à valeur_1.....	85
C2-ADDITI-2023-Audit des process commerciaux et du CRM Salesforce_1.....	86

C2-ADECCO-2019-EN-Salesforce. Marketing Cloud. Campaign implementation_1.....	86
C2-ADEXSI-2020-Intégration Pardot_1.....	89
C2-ADIE-2017-Déploiement d'un espace client_1.....	90
C2-ADIKTEEV-2021-Développement d'un projet de retargeting mobile_1.....	91
C2-ADIKTEEV-2022-Mise en place de l'Innovation Factory_1.....	92
C2-Adikteev-2023-Développement du SDK Mobile de retargeting_1.....	93
C2-ADP-2018-Application Mobile_1.....	94
C2-AEROPORT DE BORDEAUX-2021-Cadrage stratégie E-commerce_1.....	95
C2-AEROPORT PARIS-2019-EN-Improve the traveler experience in airport_1.....	96
C2-AG2R-Agilité_1.....	97
C2-[NOM DU CLIENT]-[Année]-[Nom du projet]_1.....	99
C2-6PLAY-2022-Refonte-emailing_1.....	100
C2-ACACDOMIA-2022-Création d'une application mobile Enseignants_1.....	101
C2-ACCOR HOTEL-2016-Luxe Fiche Hotel_1.....	102

# Formalisation de la stratégie Digital

Cadrage. Stratégie Digitale. Connaissance client

Le challenge

La réponse

- Benchmark des initiatives inspirantes
- Définition de la vision digitale Bonduelle Retail et des axes stratégiques associés
- Définition macro de l'écosystème digital à mettre en œuvre pour soutenir cette vision
- Construction de la roadmap et priorisation des chantiers



# Définition d'une architecture d'un système de télécommunications

Conseil. Architecture Cible. Télécommunications. Analyse.

## Le challenge

Dans un contexte d'accélération des modalités de mobilités des agents est une réalité répondant à des besoins de continuité de services lors de la crise sanitaire et d'autre part par des enjeux de modernisation et d'optimisation financière de nos services de communication. Pour répondre à ses enjeux, Bordeaux Métropole souhaitait être accompagnée afin de définir une ou plusieurs solutions permettant de répondre aux différents besoins et cas d'usages.

La Métropole de Bordeaux a souhaité être accompagnée sur la définition d'une architecture répondant aux besoins communs numériques dans le domaine des télécommunications et des services de téléphone de Bordeaux Métropole et des communes ayant mutualisé le numérique.

## La réponse

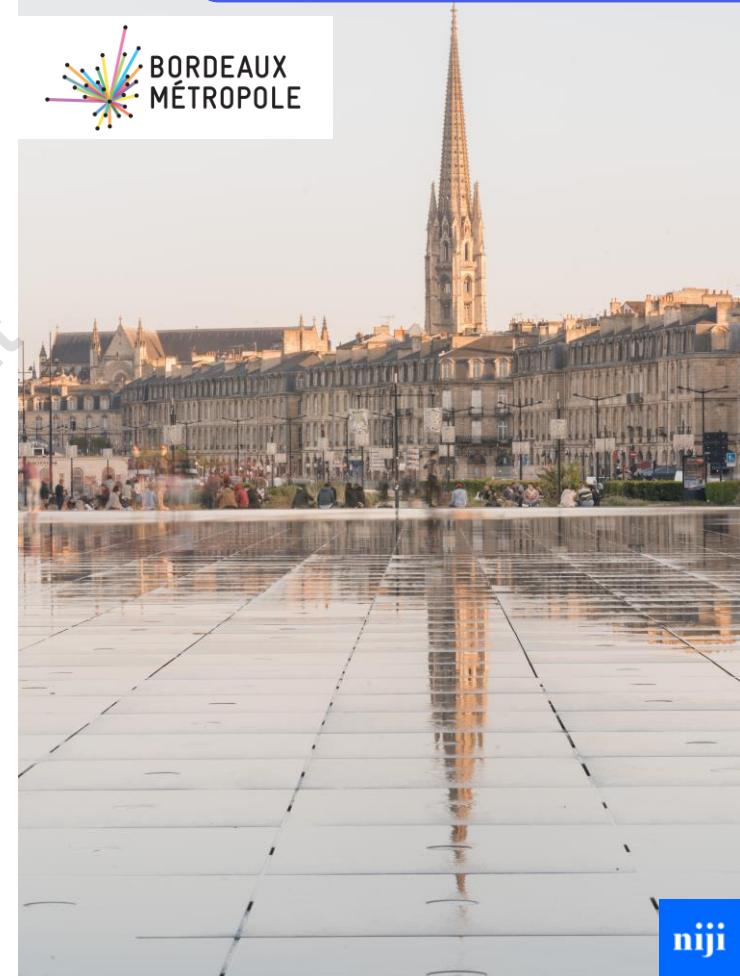
Niji s'est engagé à relever ce challenge selon 2 volets distincts :

### ✓ Volet 1 : Partager des solutions répondant au contexte et cas d'usages

Il s'agit de prendre connaissance et challenger les productions déjà réalisées, de proposer des nouveaux cas d'usages fréquemment rencontrés dans des organisations similaires, et de le confronter aux bonnes pratiques et à l'état de l'art.

### ✓ Volet 2 : Définir les modèles d'architecture cible

Il s'agit de proposer les modèles d'architecture permettant de répondre aux besoins communs numériques liés aux communications et les services de téléphonie pour Bordeaux Métropole et les communes.



# Prototypes métier digitalisant les process existants

Cadrage. Design. Prototypage. Industrialisation.

## Le challenge

Simplifier & digitaliser les process pour plus d'efficiency, imaginer des postes de travail plus performant adaptés aux usages nomades et développer la qualité des échanges intra métiers.

## La réponse

- Réalisation de 6 POC métier.
- Conception et réalisation de 6 prototypes fonctionnels.
- Confrontation des prototypes à la réalité métier lors de 18 tests utilisateurs.

Industrialisation de 5 dispositifs, gain de temps dans la gestion des tâches administratives et satisfaction unanime des équipes métiers.

The collage illustrates the digitalization of existing processes. The top left image shows a mobile application interface for Bouygues Construction, listing five buildings. The top right image shows a mobile application interface displaying a floor plan with a specific area highlighted in orange, likely indicating a point of interest or a task location. The bottom center image shows a laptop screen displaying a software interface for task management, showing a list of tasks and a progress bar at 40%, suggesting the industrialization of administrative tasks.

# Etude IoT sur les bâtiments connectés

Conseil. Etude. IoT.

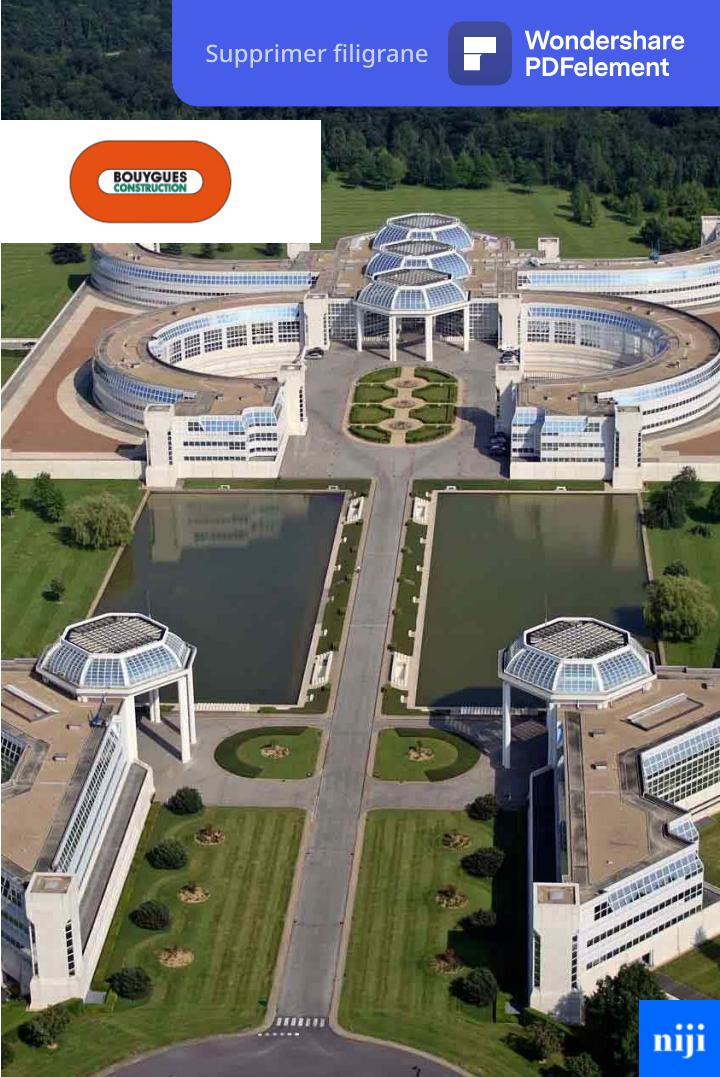
## Le challenge

Bouygues Construction a décidé de lancer une étude sur les bâtiments connectés afin de faire un état des lieux sur le marché du Smart Building. Niji a donc été retenue comme partenaire digital pour les 3 grandes phases de ce projet :

- Etat des lieux et cartographie à travers des entretiens en interne et en Externe sur les aspects business et technologiques
- Projeter l'ambition à travers les synthèses mapping et positionnement des acteurs

## La réponse

- Comprendre le marché à travers l'identification des acteurs et leur positionnement sur la chaîne de valeur du SmartBuilding ainsi que les tendances sur le marché du SmartBuilding
- Se positionner : Faire un état des lieux des projets en interne pour savoir où en est BYCN sur le marché du SmartBuilding par rapport aux autres acteurs du marché
- Se projeter : Identifier les scénarios possibles et non exclusifs pour BYCN sur le marché du SmartBuilding, les qualifier et les prioriser



# Gestion intelligente des espaces de travail

Transformation. Measurement.

## Le challenge

Bouygues Energies & Services, filiale de Bouygues Construction, conçoit, installe, entretient et exploite des systèmes techniques et des services sur-mesure offrant une meilleure maîtrise des consommations énergétiques ainsi qu'une meilleure qualité de vie et de travail pour les utilisateurs. Son expertise s'articule autour de 3 grands métiers :

- Réseaux d'énergies et numériques
- Génie électrique, climatique et mécanique
- Facility management

Dans cette dernière division, Bouygues Energies et Services souhaite développer une nouvelle offre, baptisée « Space Intelligence ». L'offre porte autour des services proposés aux entreprises dans la gestion des espaces de travail et de la mise en place du flex office. Bouygues Energies & Services souhaite maintenant détourner l'offre (proposition de valeur, business model, ROI...).

## La réponse

- Accompagner le client dans la phase de définition de l'offre sur 6 semaines
- Une analyse autour de 3 champs d'opportunités : Technologie, Data et Aménagement
- Une phase de Design Sprint.



# Amélioration de l'expérience client

Community Cloud. Marketing Cloud.

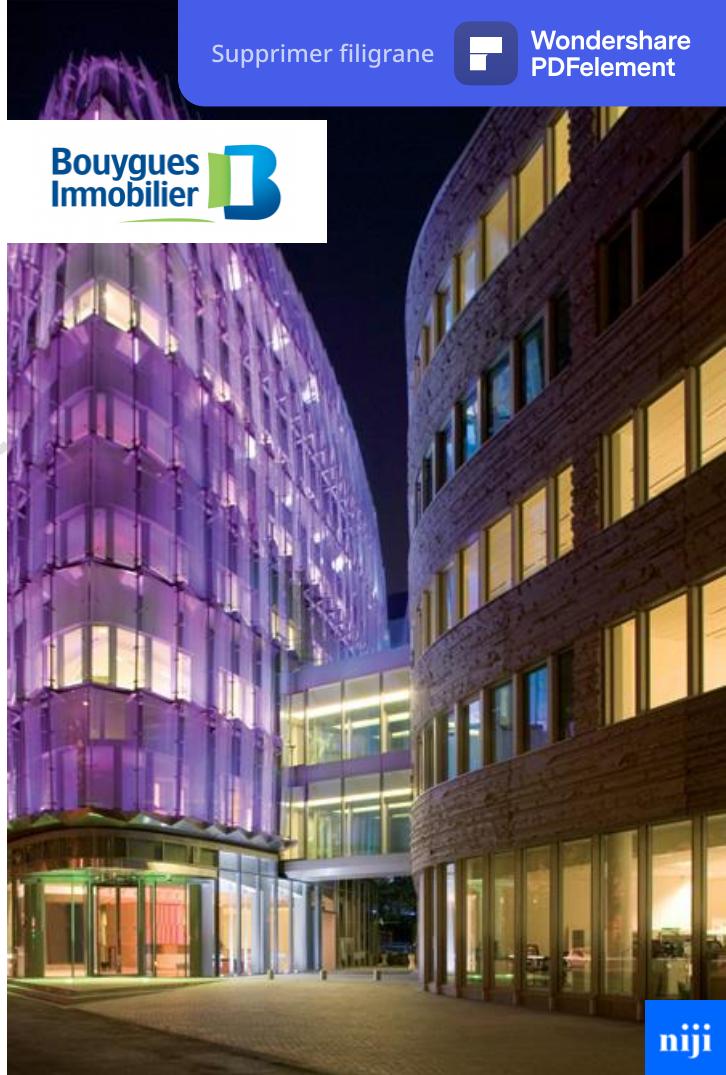
## Le challenge

Dans la roadmap à 2 ans, l'expérience client est au cœur de la stratégie de Bouygues Immobilier. L'ambition est de fournir une approche individualisée du client pour déclencher et accompagner sa solution immobilière. Bouygues Immobilier a choisi Salesforce comme solution unique de gestion de son CRM :

## La réponse

- Développer une approche personnalisée, automatisée et cross-canal
- Créer un espace client propriétaires et futurs propriétaires
- Améliorer l'efficacité opérationnelle
- Mise en œuvre Solutions et Accompagnement métiers
- Service Cloud, Community Cloud et Marketing Cloud
- Design de l'UX de l'Espace Client
- Continuité de la relation avec le client via un espace sécurisé

Meilleure connaissance de la base clients / prospects grâce à un ciblage plus précis.



# Centre de service design

## Design d'interfaces. Recherche utilisateurs.

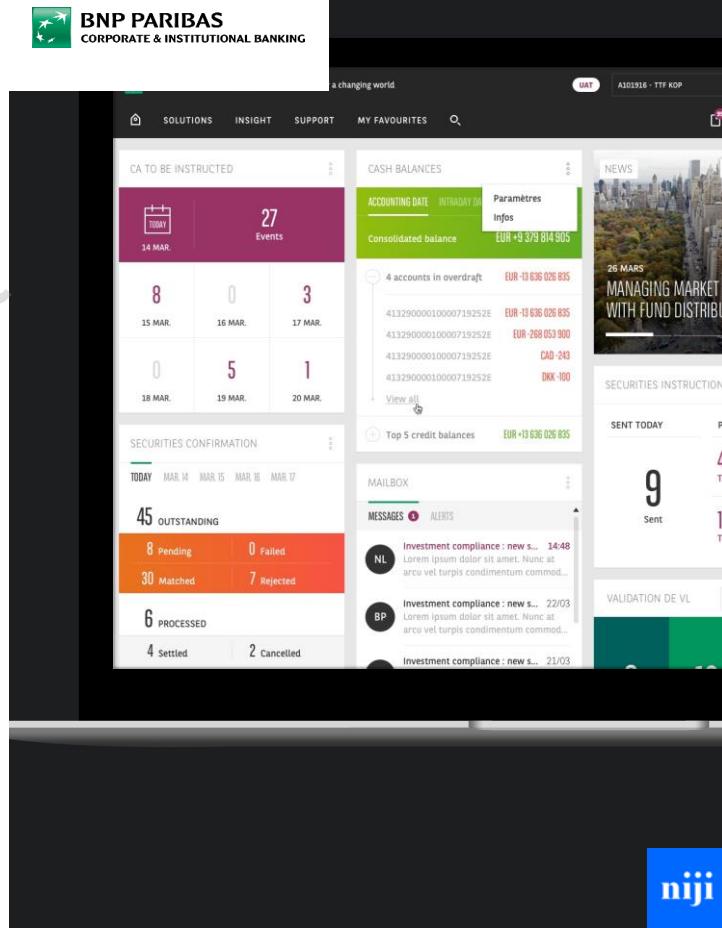
### Le challenge

BNP Paribas CIB, banque de financement et d'investissement, a souhaité se doter d'un centre de service UX / UI sur lequel peuvent s'appuyer les donneurs d'ordre internes lors de la conception de leurs applicatifs B2B.

### La réponse

- Mise en place d'un centre de service souple et flexible, adapté aux fluctuations de charge et aux besoins des projets
- Ergonomie et design des dispositifs, en particulier des outils Centric, Connexis Cash et Neolink
- Travail avec l'ensemble des parties prenantes : développements Front et Back, MOA, métiers, utilisateurs..

Agilité et pragmatisme dans le modèle opérationnel déployé pour répondre aux besoins de BNP Paribas CIB



# Définition de la stratégie voix

Design de nouveaux services.

## Le challenge

Accompagner BNP PF dans la définition de sa stratégie voix pour ses clients B2C et B2B2C.

## La réponse

- Etude et analyse de l'ensemble de la stratégie relation client Benchmark des services voix déjà en place
- Développement d'un jeu de carte créatif pour stimuler la créativité
- Sprint créatif de 2 jours pour identifier les nouveaux usages voix
- Cadrage des scénarios d'usage de la voix sur 4 parcours clients cibles.



# Mise en place d'un Studio Design

Design. UX. UI.

## Le challenge

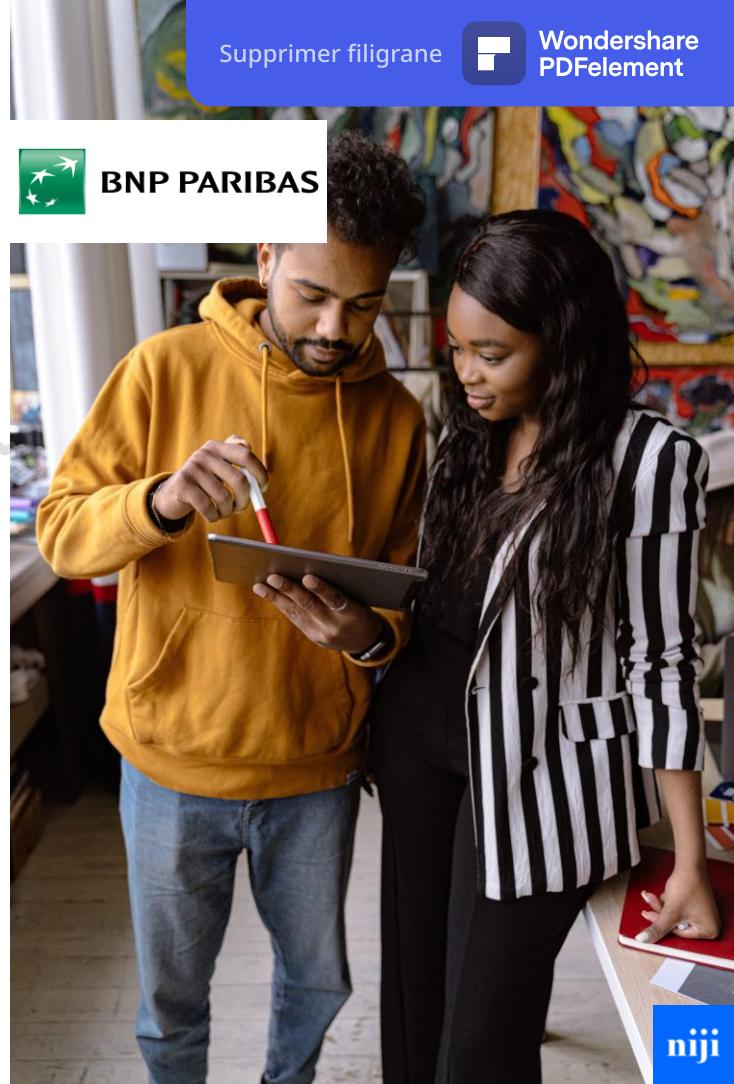
Dans le cadre de son nouveau plan stratégique GTS 2022/2025, le Groupe BNP Paribas a souhaité accélérer sa transformation et renforcer sa position de leader européen. En effet, le Centre d'excellence d'Expérience digitale (équipe pluridisciplinaire UX/UI) réalisait les projets de refonte de l'application Mes Comptes et du site MaBanque.

BCEF souhaitait se faire accompagner par Niji afin de lui proposer un dispositif clé en main avec des designers experts, pour accélérer leur transformation mais aussi pour traiter l'ensemble des sujets stratégiques du plan GTS autour de l'expérience client et propulser la transformation digitale du groupe.

## La réponse

Niji s'est engagé à relever ce challenge de la manière suivante :

- ✓ Accompagnement UX et UI pour l'ensemble des refontes
- ✓ Design de parcours digitaux (produits bancaires, fonctionnalités, e-signature...) sur mesure pour chacun des sujets

 niji

# Etude autour des usages de la voix pour le crédit

## Assistants vocaux. Intelligents.

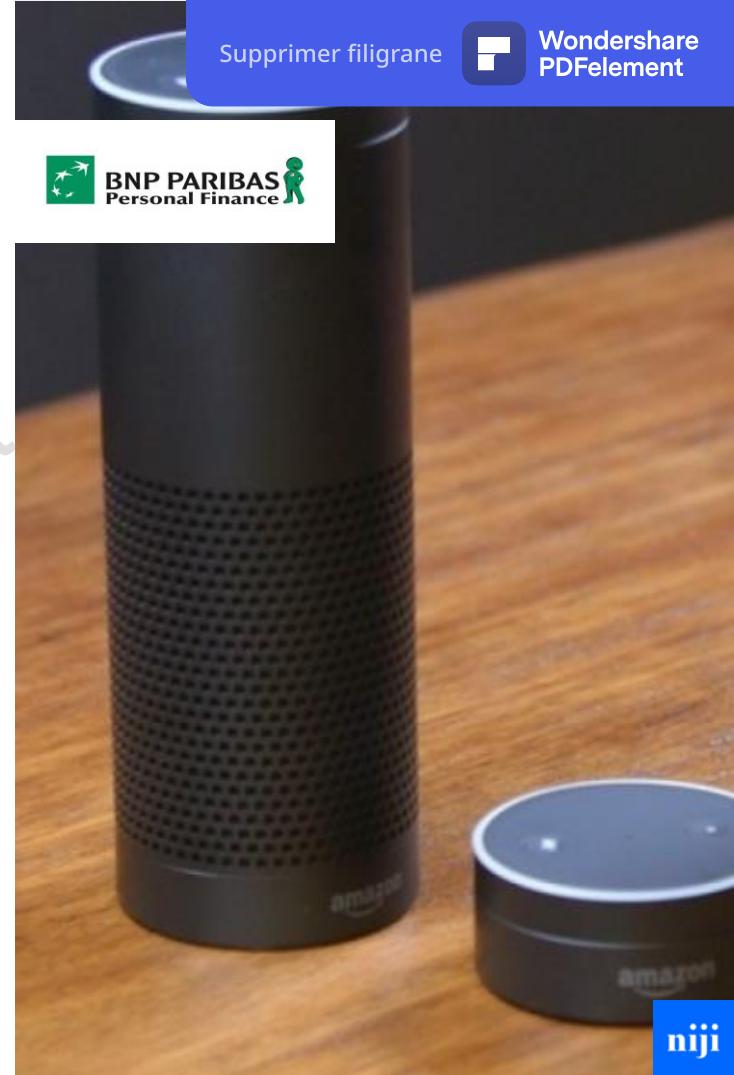
### Le challenge

BNP PF souhaite mieux comprendre les solutions du marché et définir sa stratégie servicielle et technique sur les assistants vocaux intelligents.

### La réponse

- Identification des usages du vocal sur trois sujets (mobilité, maison et véhicule) aux UX, UK et France
- Comparaison des assistants vocaux du marché
- Organisation d'un workshop avec les différents métiers pour réfléchir aux futurs usages de la voix pour les clients et prospects BNP PF
- Synthèse des meilleurs concepts
- Priorisation des concepts en fonction de l'utilité pour les clients et la facilité/rapidité de mise en œuvre

Workshop réunissant les métiers BNP PF permettant d'étudier plusieurs usages de la voix autour du crédit à la consommation.



# Cadrage et développement d'une usine à sites internationale

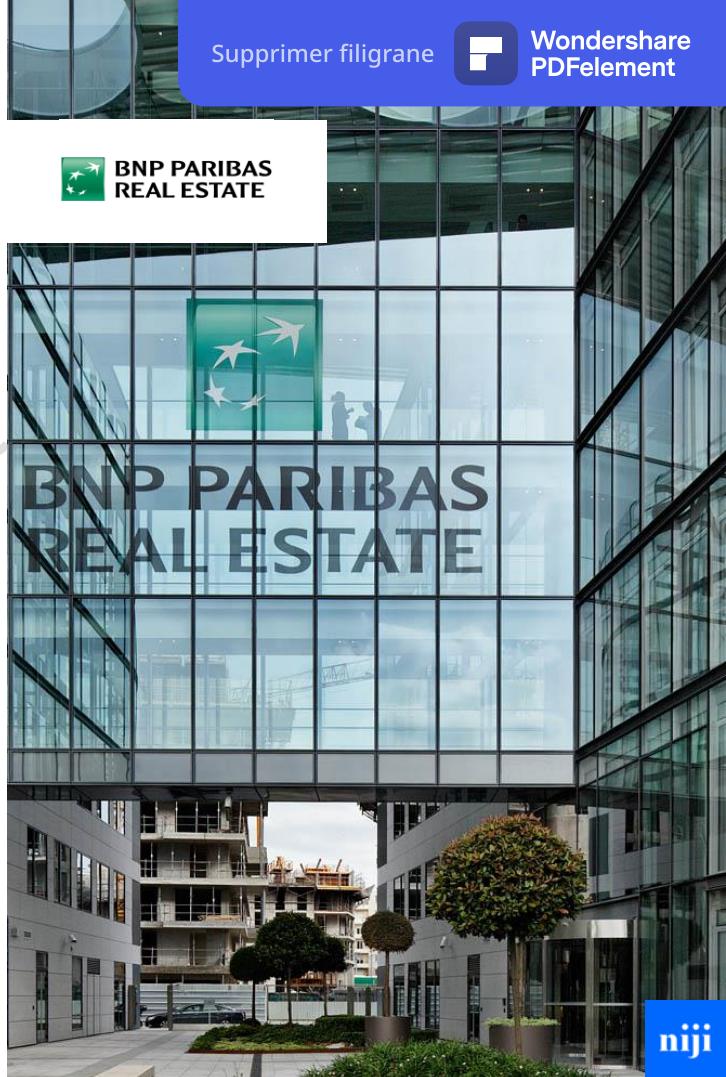
## Cadrage. Drupal 8. Usine à sites.

### Le challenge

BNP Real Estate souhaite créer une plateforme digitale internationale complète répondant aux besoins métiers et utilisateurs tout en tenant compte des spécificités de chaque pays.

### La réponse

- Définition d'une approche méthodologique claire et efficace
- Compréhension de 100% des besoins métiers et utilisateurs
- Crédit d'un concept commun à tous les pays en tenant compte de la spécificité de chaque pays
- Développement sous Drupal 8



# Boutique e-commerce grand public

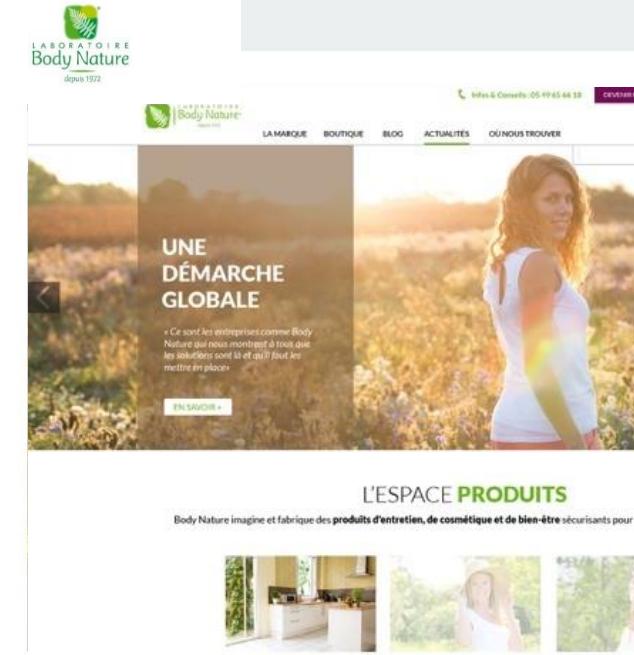
Plateforme e-commerce. Conseil. Intégration.

## Le challenge

L'activité de Bodynature fonctionne sous un modèle reposant sur un réseau de conseillères / vendeuses, en vente à domicile. Bodynature souhaite ouvrir un canal supplémentaire de vente à ses clients, notamment pour ceux ne pouvant pas se rendre en RDV à domicile, tout en conservant la relation client / conseillère :

## La réponse

- Un accompagnement AMOA pour le cadrage des besoins fonctionnels (interviews des utilisateurs, définition des besoins et priorisation).
- Un accompagnement au choix des solutions PIM
- La mise en œuvre de la plateforme PIM intégrant multiples catalogues aux normes spécifiques ETIM



# Application d'aide à la vente

Centre de service. Drupal 8.

## Le challenge

Mise en place d'une solution visant à industrialiser la création des dispositifs Web de Bonduelle en s'appuyant sur une solution permettant de centraliser les contenus et d'apporter une forte mutualisation et une flexibilité en termes d'interface utilisateur.

## La réponse

- Un accompagnement delivery s'appuyant sur la solution Drupal 8 en mode Headless
- Un développement Front sous Angular 4
- Une intégration des solutions PIM de Bonduelle et de la solution Prediggo

Un gain évident en termes de charge pour le déploiement de futurs sites de la marque Bonduelle.



# Design et développement d'une application pour les neurologues : digicog

Design. Architecture. Développement Web.

## Le challenge

À travers des technologies scientifiques et médicales de pointe, Biogen découvre, développe et propose aux patients du monde entier des thérapies innovantes pour le traitement de maladies neurologiques et neurodégénératives graves.

Biogen a conçu, en étroite collaboration avec des neurologues du CHU de Bordeaux, une application basée sur une tablette permettant aux praticiens de réaliser des tests neurologiques pour analyser la santé des patients.

## La réponse

Biogen recherchait un partenaire tel que Niji pour la conception de l'application, le design et le développement, dans un délai de moins de 3 mois.

Un développement rapide et fiable d'une application de tests cognitifs pour suivre l'évolution de la maladie du patient.



# Refonte du site web pour le recrutement des volontaires pour essais cliniques

Refonte. Développement. Wordpress.

## Le challenge

Biotrial est un groupe rennais dont l'activité historique est de réaliser des essais cliniques de phase I en France et aux Etats-Unis.

Afin d'accompagner la croissance soutenue de la demande, il faut recruter des volontaires. L'entreprise Biotrial avait pour objectif de doubler le nombre de volontaires en base (12000 à l'époque). Pour cela, il ont sollicité Niji afin de les accompagner dans leur refonte de leur site Web.

## La réponse

Niji s'est engagé à relever ce challenge de la manière suivante :

- ✓ Refonte du site web en Wordpress
- ✓ Travailler sur l'expérience utilisateur pour rassurer les candidats volontaires à travers un parcours d'inscription en plusieurs étapes : <https://www.aider-recherche-clinique.fr/>
- ✓ Résultats : augmentation du taux de transformations des visiteurs en candidats (+40%)



# Construction d'une feuille de route digitale

## Conseil. Design.

### Le challenge :

Le groupe Blot Immobilier a souhaité saisir l'opportunité du digital pour donner un nouvel élan au groupe. Les différents enjeux identifiés pour Blot sont d'être attractif pour les collaborateurs, de renforcer sa relation client et sa communication et aussi développer son business en créant de la transversalité entre les différents métiers.

Malgré des objectifs clairs il était difficile pour Blot de définir et prioriser les différents chantiers.

### La réponse :

L'accompagnement de Niji s'est appuyé sur les points suivants :

- ✓ Identification et priorisation des chantiers à mener pour le client au travers d'ateliers avec toutes les parties prenantes (direction générale, direction métiers, clients et partenaires)
- ✓ Sur un horizon moyen terme., cette mission a donné lieu à l'identification de 10 chantiers activables notamment par le recours pendant la mission à des designers pour illustrer le service rendu.
- ✓ Rédaction du cahier des charges de refonte web



# Développement d'un site Web

2022-2023. Design. Technologie.

## Le challenge :

Le groupe Blot Immobilier a souhaité saisir l'opportunité du digital pour donner un nouvel élan au groupe. Les différents enjeux identifiés pour Blot sont d'être attractif pour les collaborateurs, de renforcer sa relation client et sa communication et aussi développer son business en créant de la transversalité entre les différents métiers.

La feuille de route digitale menée avec Niji a permis d'identifier que la refonte du site Web était la priorité.

## La réponse :

Refonte du site en Wordpress :

- ✓ Expérience client repensée
- ✓ Intégration de la nouvelle identité
- ✓ Mise à disposition de nouvelles fonctionnalités (prise de rdv, chat, moteur de recherche performant, ...)
- ✓ Travail en collaboration avec l'agence Design du client
- ✓ Préparation de l'intégration avec les futures briques SI (Solution métier, solution d'état des lieux digitalisé, ...)



# Reprise TMA de la plateforme Salesforce

TMA. Salesforce. Marketing Cloud. CRM Analytics. Conseil.

## Le challenge

BMW Asia a bénéficié du soutien d'un partenaire Salesforce qui a assuré régulièrement la maintenance et les évolutions de la plate-forme.

Cependant, BMW Asie a été confronté à de multiples problèmes et limitations avec le partenaire existant, en particulier :

- Un manque d'expertise sur les solutions Salesforce, en particulier Tableau CRM.
- Un manque de réactivité de la part de l'équipe projet du partenaire pour résoudre le problème lorsqu'un ticket est créé par BMW.
- Un manque de visibilité sur la résolution des problèmes et le calendrier de livraison de la solution.

En outre, BMW Asie n'a pas de point de contact unique du côté du partenaire, ce qui ne permet pas à BMW d'être mis à jour ou d'escalader les problèmes, et peut avoir contribué à la situation mentionnée ci-dessus.

BMW Asia était donc à la recherche d'un nouveau partenaire pour reprendre et maintenir leur plateforme Salesforce et fournir de nouvelles évolutions en 2023.

## La réponse

Niji s'est engagé à relever ce challenge de la manière suivante :

- ✓ Réversibilité entrante
- ✓ Périmètre Salesforce : Sales Cloud, Marketing Cloud, CRM Analytics
- ✓ Maintenance, évolution au quotidien
- ✓ Migration Salesforce Classic -> Lightning
- ✓ Utiliser enfin Marketing Cloud



# Set up an analytics platform to steer the sales performance

Salesforce. CRM. Analytics platform. Tableau CRM. Augmented Dashboards.

## What is at stake

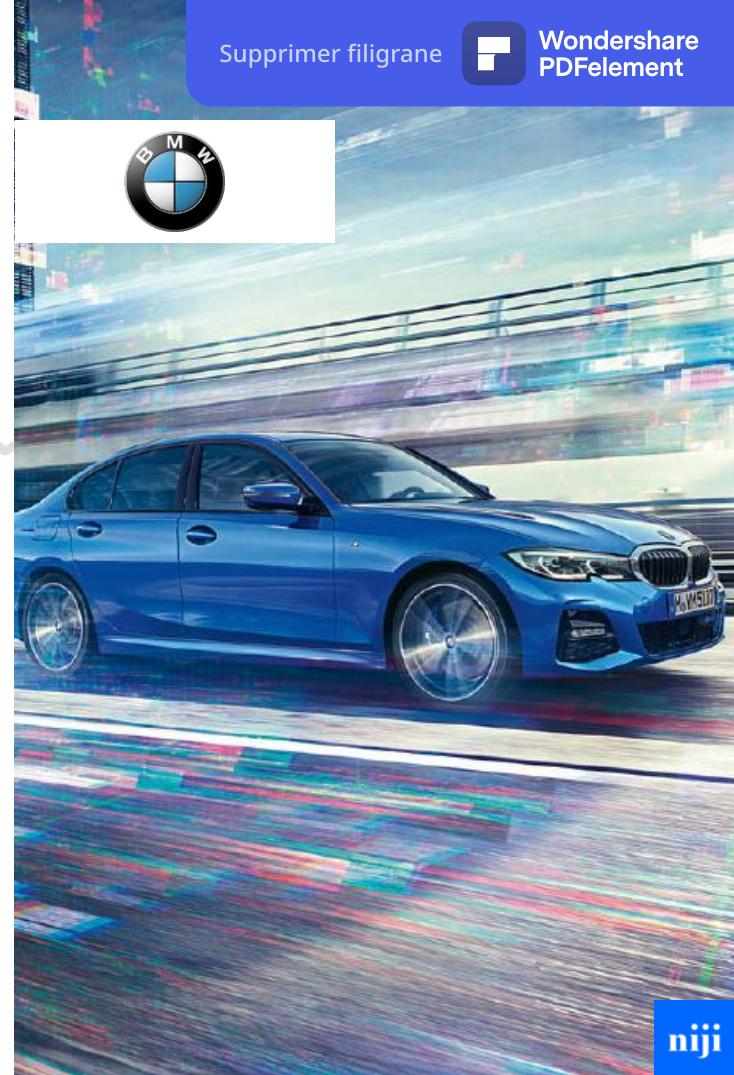
BMW Asia wanted to fully automatize its regional reporting as well as uncovering analytics insights from their Salesforce data to better understand both their partners and customers.

The main ambitions are:

- To provide Corporate Management with an analytics platform unifying the data of Southeast Asian markets. (13 countries)
- To allow Importers and Dealerships to track and identify how to achieve their business goals through the use of augmented analytics dashboards

## What Niji did

- Integration of 6 Salesforce orgs into a single Einstein Analytics platform
- Transformation of the data to produce targeted KPIs
- Building of Einstein Analytics dashboards (Sales and Marketing) for Corporate (Sales Cloud) and Markets (Community Cloud) user's
- Workshops to promote a data-driven culture within the organization



# Set up an analytics platform to steer the sales performance

Salesforce. Einstein Analytics. Data analytics. Reporting automation.

## What is at stake

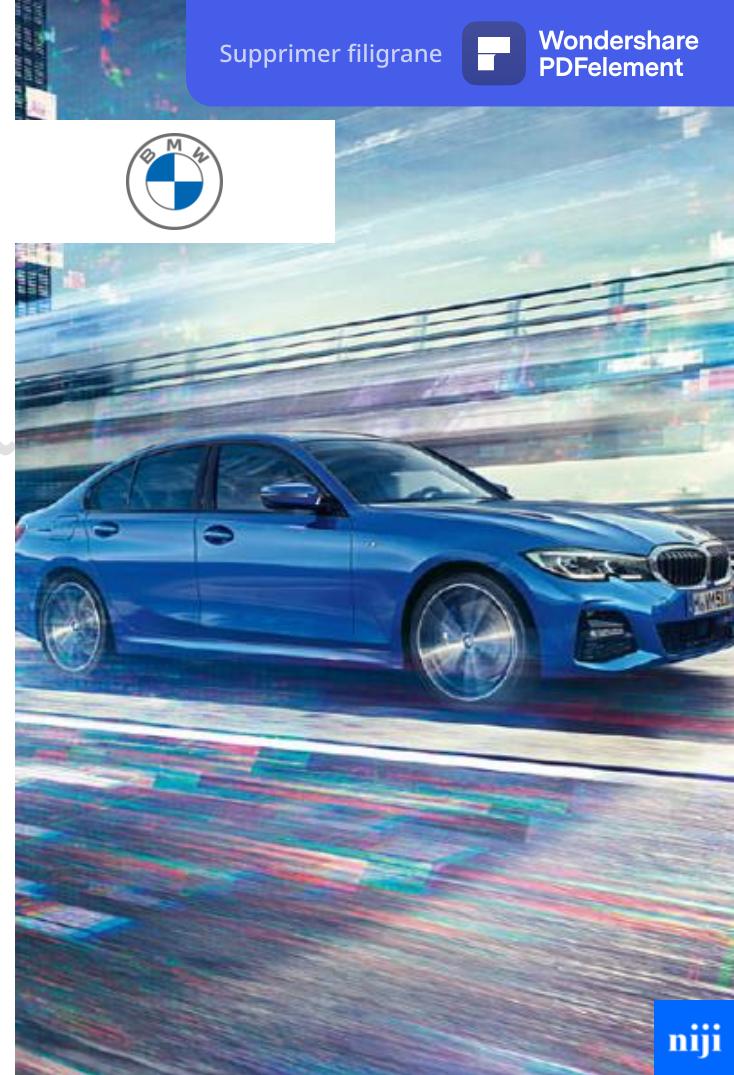
BMW Asia wanted to fully automatize its regional reporting as well as uncovering analytics insights from their Salesforce data to better understand both their partners and customers.

The main ambitions are:

- To provide Corporate Management with an analytics platform unifying the data of Southeast Asian markets. (13 countries)
- To allow Importers and Dealers to track and identify how to achieve their business goals using augmented analytics dashboards

## What Niji did

- Integration of 6 Salesforce orgs into a single Einstein Analytics platform
- Transformation of the data to produce targeted KPIs
- Building of Einstein Analytics dashboards (Sales and Marketing) for Corporate (Sales Cloud) and Market (Community Cloud) users
- Workshops to promote a data-driven culture within the organization



# Improve the investors experience using Salesforce

Salesforce. CRM. Community Cloud. Customer portal.

## What is at stake

Exane Asset Management, part of BNP Paribas bank, is a pioneer of absolute return in Europe through a range of long/short market neutral equity funds. At the end of June 2021, Exane AM had 3.94 billion euros of assets under management.

The company is already equipped with Salesforce & now would like to provide its clients (investors, partners) with information from the CRM. These professionals are looking for very precise news and wish to be regularly informed about the performance of their funds.

Thus, Exane AM decided to rely on Salesforce Community Cloud to build a portal with the main ambition to:

- Offer a unique & differentiating experience to the customers
- Provide up to date information to partners & clients
- Manage events & animate their community easily

## What Niji did

- Lead workshops to gather needs & expectations
- Define with the stakeholders the customer journeys & design of the portal
- Configure & Deploy Community Cloud to deliver the portal
- Connect the portal to Salesforce CRM to have up to date data
- Support Exane AM over time to enhance the platform



# ONCE, Design System BNPP CIB

## Expérience client. Audit. Crédit graphique

### Le challenge

BNP CIB a décidé de rationaliser le Look & Feel et la Stack Technique de l'ensemble de ses projets IT en ligne avec la nouvelle charte graphique BNPP.

### La réponse

Niji a mené le chantier du Design System:

- Audit design et technique
- Recherche et prise en compte des besoins utilisateurs (métier, designer et développeur)
- Développement
- Déploiement du site
- Création de package NPM pour les développeurs
- Run et maintenance
- Evangélisation et plan de communication



The screenshot shows a clean, modern website layout for the ONCE Design System. At the top right, there's a blue bar with the text "Supprimer filigrane" and the Wondershare PDFelement logo. The main content area has a white background with several sections: "WHAT'S NEW?", "OUR APPROACH", "COMPONENTS", "CONTRIBUTE", "START PLAYING WITH ONCE", "DOWNLOADS", and "XAMANTHA". Each section includes small icons, descriptive text, and a "LEARN MORE" button. The overall design is professional and user-friendly, reflecting the ONCE branding.

# Transformation digitale de la DSI

Digital Factory, conduite du changement.

## Le challenge

Un accompagnement complet de la DSI dans sa nouvelle proposition de valeur : générer de la valeur pour l'utilisateur, transformer son IT et faire évoluer les process et méthodes de travail

## La réponse

BPLS a retenu Niji comme partenaire pour l'accompagner dans sa transformation digitale :

- Conseil et mise en place de la Digital Factory
- Redesign de l'architecture globale de la plateforme
- Refonte des applications existantes via la mise en place de « features teams » Niji (design & dev) pour atteindre les nouveaux standards.
- Migration de l'ensemble de la plateforme d'un hébergement « on premise » vers le « Cloud » IBM
- Transformation Agile de la DSI et des métiers : acculturation, formations et change management

## Digital Factory

Dispositif de future team, qui travaille sur des produits digitaux, que l'on met en place dans des modèles d'engagement hybride, facturation en charge, en respectant des engagements SLA (point de développement, stabilité, montée en charge, turnover, satisfaction métier)

Diminuer le cout de 15%, par la structuration, l'outillage que l'on dispose et l'industrialisation



# Définition de la stratégie API

API.

## Le challenge

Pour faire face à la concurrence, développer son business et fidéliser l'existant, BPLS doit proposer à ses clients et partenaires des services de leasing à intégrer directement dans leurs parcours par le biais d'API. Le but : simplifier, fluidifier, enrichir les parcours et bénéficier d'une expérience « sans couture ».

BPLS a été pris de court par ces nouveaux usages et a dû rapidement développer en mode réactif des API à destination des partenaires sans stratégie long terme.

Niji a accompagné BPLS pour une vision et une stratégie partagée entre business et IT pour optimiser les futurs développements.

## La réponse

- Définition de l'offre API
- Définition de la gouvernance et l'organisation
- Définir l'outillage adéquat



# Définition de la stratégie API

API.

## Le challenge

Pour faire face à la concurrence, développer son business et fidéliser l'existant, BPLS doit proposer à ses clients et partenaires des services de leasing à intégrer directement dans leurs parcours par le biais d'API. Le but : simplifier, fluidifier, enrichir les parcours et bénéficier d'une expérience « sans couture ».

BPLS a été pris de court par ces nouveaux usages et a dû rapidement développer en mode réactif des API à destination des partenaires sans stratégie long terme.

Niji a accompagné BPLS pour une vision et une stratégie partagée entre business et IT pour optimiser les futurs développements.

## La réponse

- Définition de l'offre API : structure de l'offre, catalogue, besoins business prioritaires...
- Définition de la gouvernance et l'organisation : rôle du head of API et de son équipe, fonctionnement avec le reste de l'IT et revue des process avec les métiers sur les projets partenaires...
- Définir l'outil adéquat : plateforme d'API Management, IAM, Architecture cible...



# Conception du wallet du futur

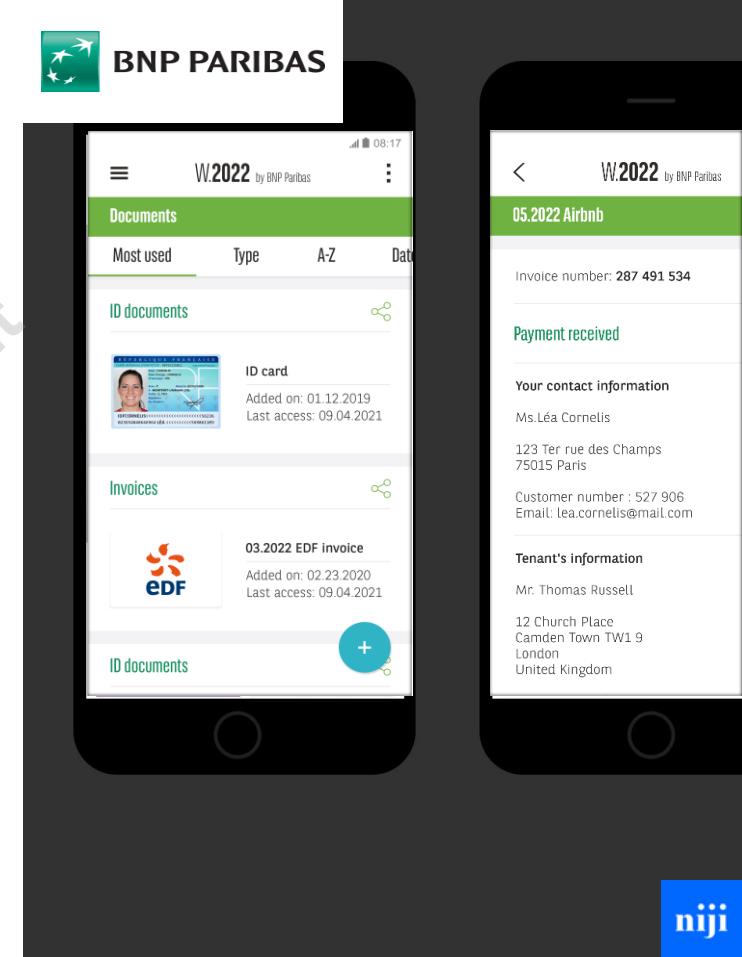
Conseil. Ergonomie. Design. Proof of concept.

## Le challenge

Après avoir déployé plusieurs solutions de paiement sans contact sous forme d'applications mobiles dans plusieurs pays, BNPP a fait le constat que le paiement sur smartphone peine à se développer. Niji a accompagné BNPP pour imaginer et co-créer l'application mobile de la banque de demain.

## La réponse

- Animation d'une série d'ateliers de co-conception avec différentes typologies de cibles dans 3 pays
- Conception d'un prototype d'app mobile intégrant des fonctionnalités innovantes autour du paiement
- Test du prototype par d'autres consommateurs, validant la proposition de valeur et l'expérience utilisateur.



# Accompagnement démarche innovation

Innovation. Agile. Digital. Technologies.

## Le challenge

Le Cardif Lab est un espace d'acculturation et de présentation des innovations digitales de BNP Paribas Cardif et des nouvelles technologies qui impacteront l'assurance de demain. Niji a accompagné BNP Paris Cardif pour co-développer avec ses partenaires (distributeurs, startups, partenaires...) des prototypes pour expérimenter les nouveaux cas d'usages.

## La réponse

- IoT, robotique, big data, impression 3D, VR, AR
- Contribuez à la veille des nouvelles tendances
- Imaginer et définir collectivement les contours des futurs produits et services d'assurance via divers ateliers
- Piloter les projets de prototypes technologiques y compris dans des démarches d'open innovation



# Run et build de l'écosystème Web EMEA

Run. Build. Design. Drupal. UX. UI. Sécurité.

## Le challenge

Bandai Namco Europe est responsable de la distribution et de la promotion des jeux vidéo de la société en Europe, ainsi que de la gestion des activités de jeux vidéo de la société dans la région. La société est surtout connue pour ses franchises de jeux vidéo populaires telles que Pac-Man, Tekken, et Soulcalibur. L'écosystème web est composé d'un site principal en Drupal 9 (suite à migration Drupal 8) et de 5 applications Symfony (SSO, ApiPlatform, ...). Niji accompagnait Bandai Namco dans la maintenance corrective et évolutive de sa plateforme depuis septembre 2020. Cependant, le périmètre applicatif s'est enrichi durant 2022 et début 2023.

## La réponse

Niji s'est engagé à relever ce challenge de la manière suivante :

- ✓ Réalisation et intégration de la nouvelle charte graphique de l'écosystème
- ✓ Réalisation d'un audit de sécurité sur une de ses plateformes



# Implémentation de la solution Talkdesk

Développement. Talkdesk. Salesforce.

## Le challenge

La Bank of the Philippine Islands (BPI) est une grande banque commerciale des Philippines. La BPI propose une large gamme de services bancaires, notamment des comptes d'épargne et de chèques, des prêts, des cartes de crédit, des opérations de change, des investissements et des produits d'assurance.

En Juin 2022, La BPI a signé un premier projet avec Talkdesk pour les Virtual Store. Ce projet nommé MVP 1.0, devait se limiter à un périmètre réduit et être implémenté en quelques semaines.

Dû à la complexité de l'environnement BPI et à l'engouement créé par la solution, le projet a pris du retard et le scope a grossi.

De nombreuses demandes additionnelles ont ainsi été repoussées dans une Phase 1.5, que Talkdesk a souhaité confier à Niji pour le delivery.

## La réponse

Niji s'est engagé à relever ce challenge de la manière suivante :

- ✓ Reprise complète du projet et mise en place d'une équipe 100% Niji
- ✓ Delivery des features du SOW du MVP 1.5 (400 heures scopées)
- ✓ Intégration de la solution Talkdesk avec Salesforce



# Améliorer la performance opérationnelle du réseau bancaire

Performance opérationnelle. Design sprint. Workflows métiers.

## Le challenge

Née du rapprochement de deux banques régionales, Banque Populaire Grand Ouest était confronté à une grande complexité de gestion dans son réseau de distribution

## La réponse

Niji accompagne la direction générale de BPGO pour améliorer la performance opérationnelle de son réseau. Notre accompagnement consiste à:

- simplifier l'ensemble des processus métiers
- garantir une vision temps réel du suivi de chaque tache métier entre le front et BO
- Embarquer DG et opérationnels à travers des sprint design d'une semaine

Grâce à cette approche centrée utilisateurs, Niji a simplifié et redéfini l'ensemble des workflow en moins de trois mois.



# Déploiement plateforme e-commerce

## E-Commerce.

### Le challenge

La marque de puériculture française Béaba a fait de son accélération E-Commerce BtoC une de ses priorités stratégiques et souhaite atteindre 10M€ de CA dans les 3 années à venir.

Niji a été choisi pour le déploiement de la solution SFCC (Salesforce Commerce Cloud) et ainsi mettre à profit son savoir-faire pour répondre aux multiples enjeux :

### La réponse

- Capitalisation sur un écosystème Salesforce existant qui détient les informations produits, clients et qui doit être simple à interfaçon
- Une intervention globale de Niji sur l'intégralité de la chaîne de valeur (UX/UI, conception technico-fonctionnelle et mise en œuvre technique)
- Un roll out progressif par pays
- Une méthodologie full agile permettant la priorisation des besoins et l'adoption progressive des utilisateurs à la nouvelle plateforme
- Disposer d'une plateforme évolutive et fiable pour répondre aux objectifs de croissance à l'international (multi-langue, multi-devise, multi-entrepôt, ...)
- Une expérience utilisateur et des parcours optimisés pour une meilleure efficacité
- Une plateforme grâce à laquelle offline et online ne feront qu'un



# Application mobile des 8 marques

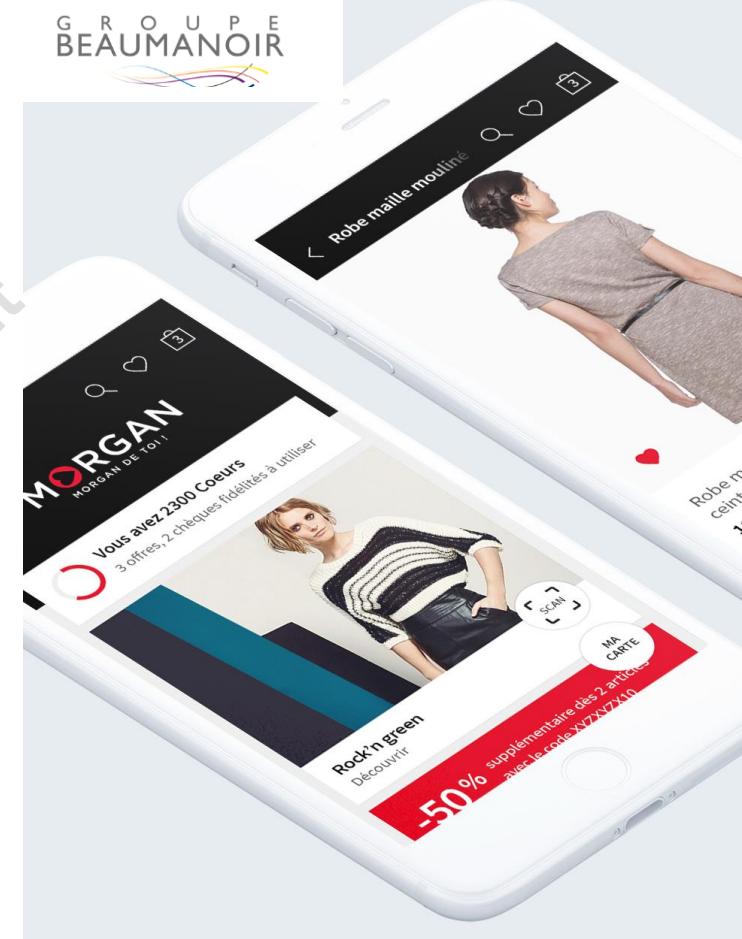
Cadrage. Design. Développement hybride. Maintenance.

## Le challenge

Le Groupe Beaumanoir, acteur majeur fashion, souhaite créer une application mobile destinée à l'ensemble de ses 8 marques. L'enjeu majeur de cette refonte est le nouveau programme de fidélité vib's partagé par l'ensemble des marques basé sur l'engagement de l'utilisateur sur les réseaux sociaux et sur son application mobile. Un seul développement et un seul compte pour les 8 marques.

## La réponse

- Design ergonomique et graphique de l'application mobile en mode marque blanche
- Développement de l'application sous Ionic
- Maintenance évolutive et corrective de l'application
- Un modèle contractuel en mode forfaitaire



# Program management international

## Conseil. Agile . Gouvernance.

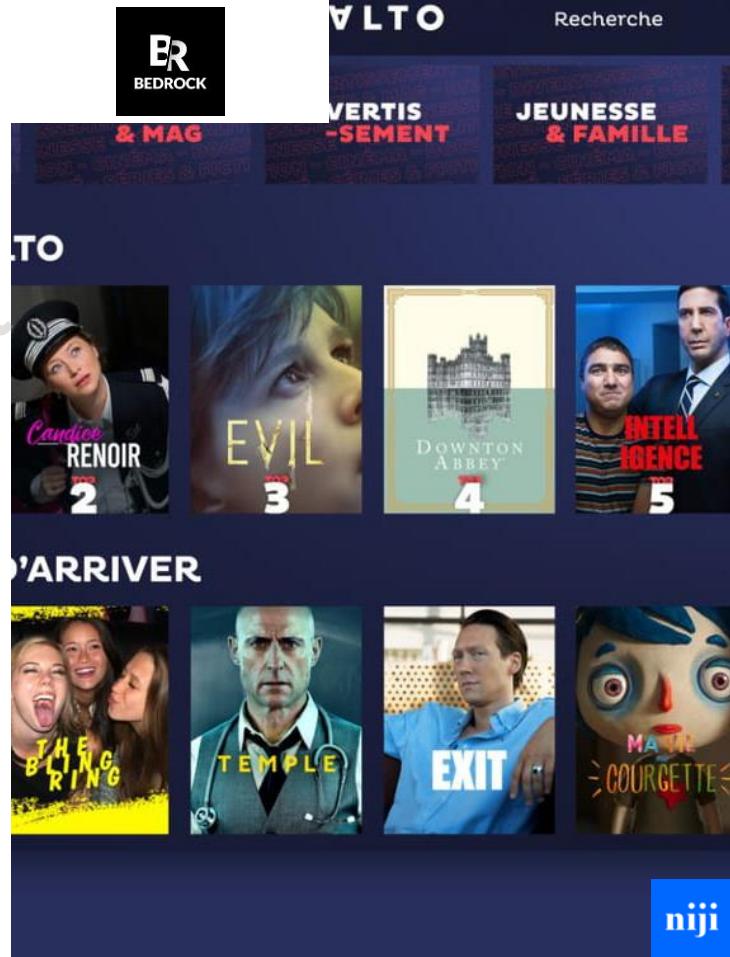
### Le challenge

Bedrock propose aux broadcasters une solution de plateforme de streaming clé en main qui permet la distribution et la monétisation de contenus audio et vidéo, VOD et live, avec des modèles AVOD, SVOD ou Freemium à destination des ménages. Parmi ses principaux clients, Bedrock compte 6play, Salto, RTLplay, RTLMost, mais l'enjeu principal est de devenir la plus grande plateforme de streaming en Europe pour le contenu local premium et de continuer à se développer.

Dans ce contexte, Bedrock était à la recherche d'un Program Manager, pour piloter le déploiement de nouvelles plateformes clients (Web, Apps mobiles et TV) ainsi que l'ensemble des sujets transverses en lien avec les 5 plateformes déjà existantes.

### La réponse

- Définir et cadrer les chantiers en interne : partage avec les PO des besoins clients, priorisation, accompagnement à la priorisation, puis, élaboration et mise à jour des suivis de déploiement en interne
- Coordination avec les Product Managers afin de cadrer les évolutions nécessaires sur le produit dans le cadre du déploiement client
- Accompagnement aux équipes produit et techniques à appréhender les spécificités du client et les dimensions stratégiques du projet
- Suivi du développement et de la mise en production
- Organise et cadence le projet pour les clients BtoB, centralise et structure la communication vers eux, leur présente et défend la perspective Bedrock, réceptionne et challenge les besoins, conduite au changement & animation transverse
- Coordination simplifiée & gestion améliorée des interdépendances projets entre 15 PO, 5PM et pour 5 pays différents
- Lancement de la nouvelle application mobile 6play



# Roll-out international d'une webapp en Agile

Expérience utilisateur. WebApp. Déploiement International.

## Le challenge

Déploiement de la webapp, en conformité avec les spécificités juridiques de chaque pays.

## La réponse

- Développement en techno Angular 2 des régulations .COM / .FR / .IT / .SE / .PL et .PT,
- Rédaction des spécifications fonctionnelles
- Optimisation des workflows,
- Mise en place et suivi des backlogs,
- Gestion d'équipes techniques maltaises, minskoises et bordelaises,
- Réalisation du plan de tracking et optimisations SEO
- Recette et conduite des plans d'UAT

Découpler le trafic et l'audience en vue de la Coupe du Monde et créer la meilleure expérience de mobile gaming chez les fans de sport et de jeux en ligne.



# Apporter une expertise et des méthodes UX/UI

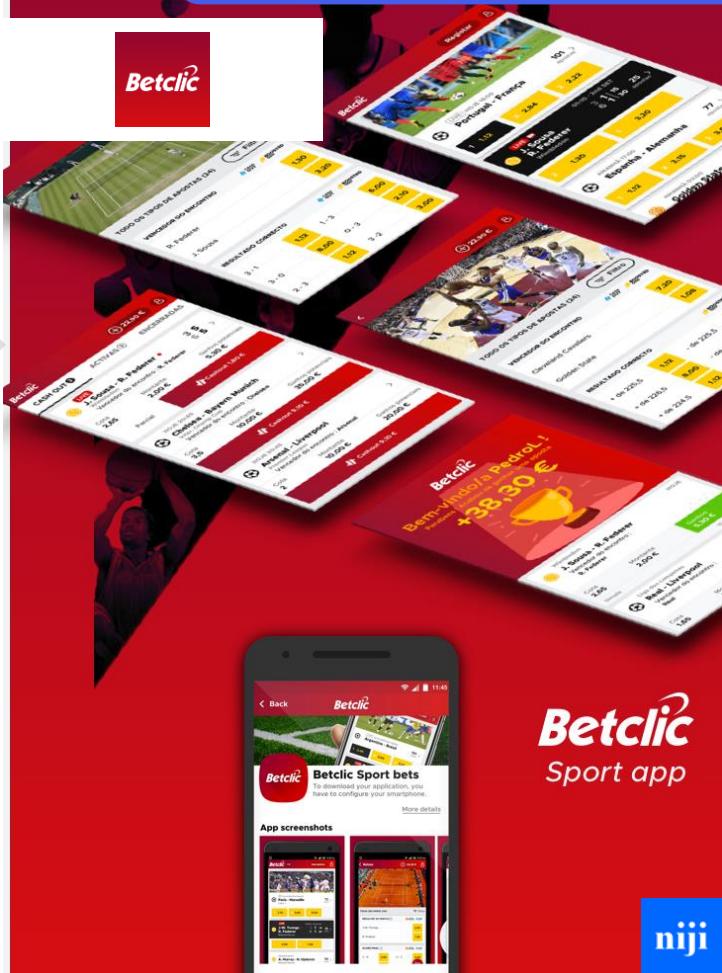
Expérience utilisateur. iOS. Android. Design System.

## Le challenge

L'enjeu de la refonte de l'expérience et de l'interface utilisateur était de donner un nouveau souffle à l'application afin de développer l'acquisition sans déstabiliser les clients fidèles de la marque.

## La réponse

- Redéfinition des userflows et userstories
- Prototypage et tests utilisateur en vue d'intégrer des nouvelles fonctionnalités
- Construction du design system
- Optimisation des interfaces pour le multilingue
- Uniformisation des interfaces et de l'UX pour les autres produits du groupe (Expect, Casino, poker)



# Imaginer l'expérience du Sports live betting

Expérience utilisateur. Idéation. Nouveau service

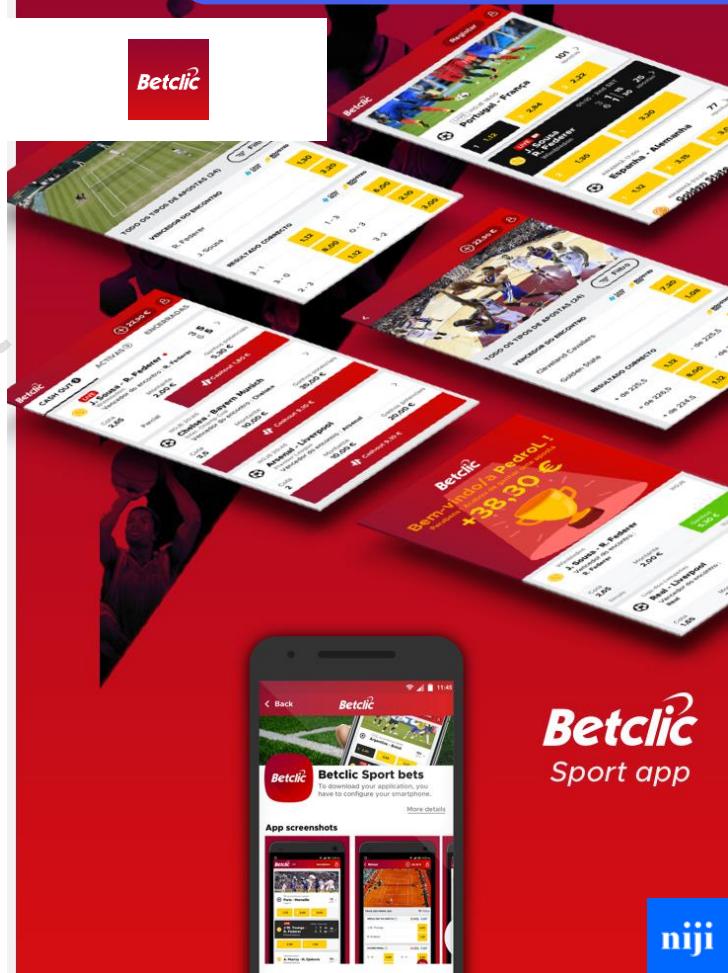
## Le challenge

Leader du pari en ligne, Betclic fait le constat du besoin de disrupter la façon de parier et de faire vivre plus intensément les évènements sportifs à ses joueurs.

Grace au framework Design Feeling, l'objectif de cet accompagnement de 4 mois est d'imaginer le nouveau concept du pari en ligne, plus social, plus participatif.

## La réponse

- Pilotage du projet dans un lieu dédié
- Phase d'immersion + recherche utilisateurs (définition des protocoles spécifiques Design Feeling)
- Phase d'idéation brute
- Phase d'idéation éclairée (permet d'affiner les premiers concepts)
- Craft low-fi (pour crafter 1 ou 2 concepts)



# Accélérer l'implémentation de la traçabilité

Pilotage projet. Intégration IT. Supply Chain. Blockchain. CRM. Digital.

## Le challenge

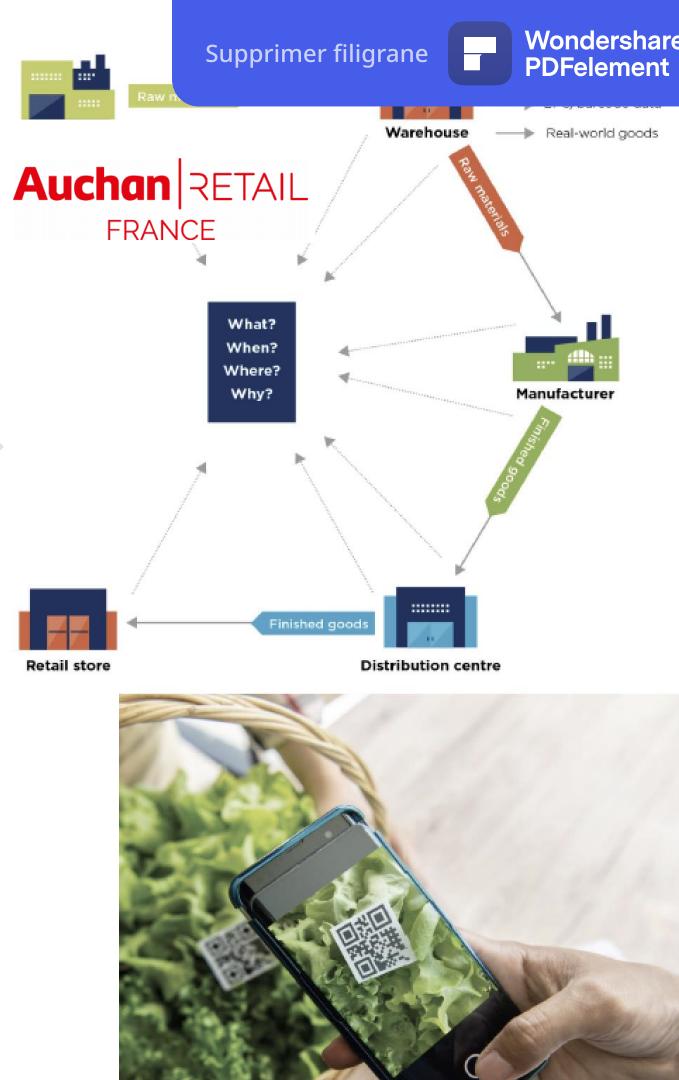
Auchan retail a lancé un programme de « deep traceability » reposant sur la mise en place d'un dispositif end-to-end du producteur au consommateur :

- Génération et impression de QR code pour les producteurs
- Gestion des données de traçabilité au standard GS1
- Sécurisation des événements de traçabilité dans la blockchain
- Application mobile pour le consommateur

Le projet démarre par un pilote restreint pour préparer un déploiement à l'échelle

## La réponse

- Planification et suivi du projet
- Intégration des prestataires (éditeur allemand)
- Intégration technique dans l'écosystème SI Auchan
- Mise en place d'interface EPCIS
- Design de la solution de reporting core
- Support aux pays



# Amélioration du cycle de recrutement

Sales Cloud. Community Cloud. CRM.

## Le challenge

Audencia Business School est une école supérieure de commerce française possédant la triple accréditation AACSB, Equis et AMBA. AUDENCIA a fait appel à Ikumbi Solutions pour intégrer la gestion de 3 processus via les solutions Salesforce.

## La réponse

- Gérer la commercialisation de formations inter et intra entreprises
- Gérer l'admission et l'évaluation de la candidature des futurs étudiants au travers d'un portail
- Gérer la prospection de candidats pour la filière Sciences Com
- Configuration de base du CRM : Prospects, Candidats
- Mise en place du portail candidats
- Interface avec l'ERP AURION
- Technologie : Sales Cloud, Community Cloud

Permet une gestion de tout le cycle de recrutement en centralisant toutes les candidatures dans un seul outil.



# Refonte de l'écosystème d'acquisition client : DATA, CRM, WEB

Master Data Plan. Salesforce Sales Cloud. Marketing Cloud. Site Web Drupal. Référentiel unique de l'offre

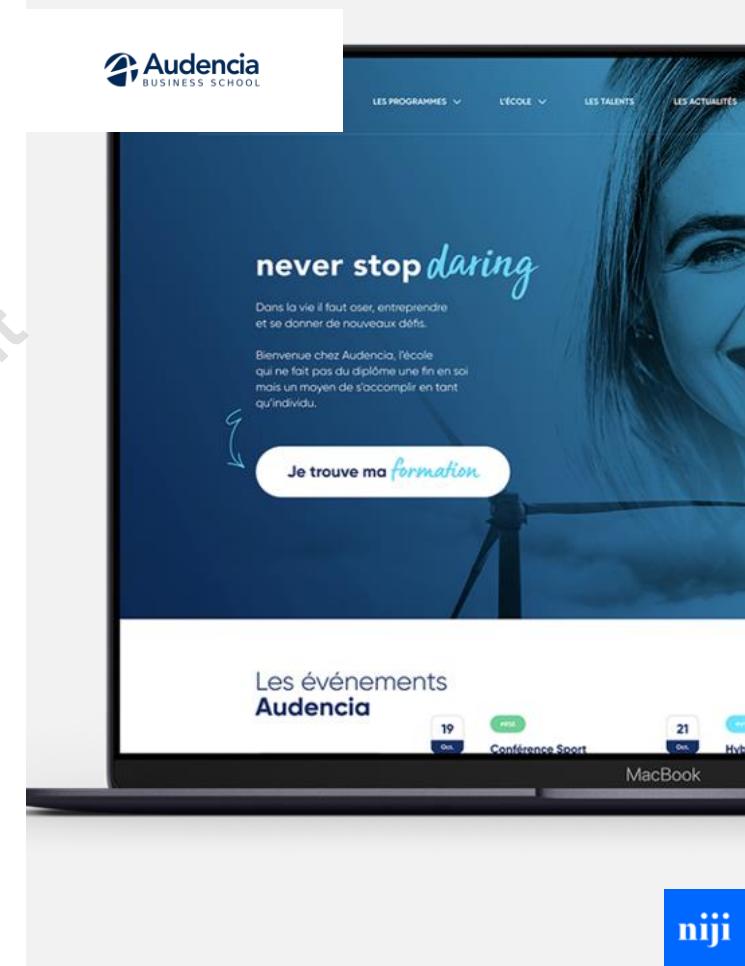
## Le challenge

Dans un contexte de digitalisation de plus en plus forte de l'acquisition client sur le secteur de l'éducation, Audencia cherchait à refondre sa plateforme de commercialisation en ligne, en atteignant le même niveau d'efficacité que les sites e-commerce grand public.

## La réponse

L'accompagnement de Niji se définit de la manière suivante :

- ✓ Mise en place d'un référentiel unique des offres à destination des particuliers et professionnels dans une logique de gestion transverse de la date
- ✓ Mise à niveau du CRM Salesforce Sales Cloud et des outils de Marketing Cloud dans le but d'avoir une vision 360 du prospect et du client
- ✓ Refonte complète de l'identité de marque sur le digital et des parcours web afin de mettre en place une réelle mécanique d'acquisition de leads
- ✓ Refonte de la plateforme web technique sur la base de Drupal
- ✓ Accompagnement SEO et Analytics complet permettant de piloter le nouveau dispositif de ROI



# Refonte de l'écosystème d'acquisition client : DATA, CRM, WEB

Master Data Plan. Salesforce Sales Cloud. Marketing Cloud. Site Web Drupal. Référentiel unique de l'offre

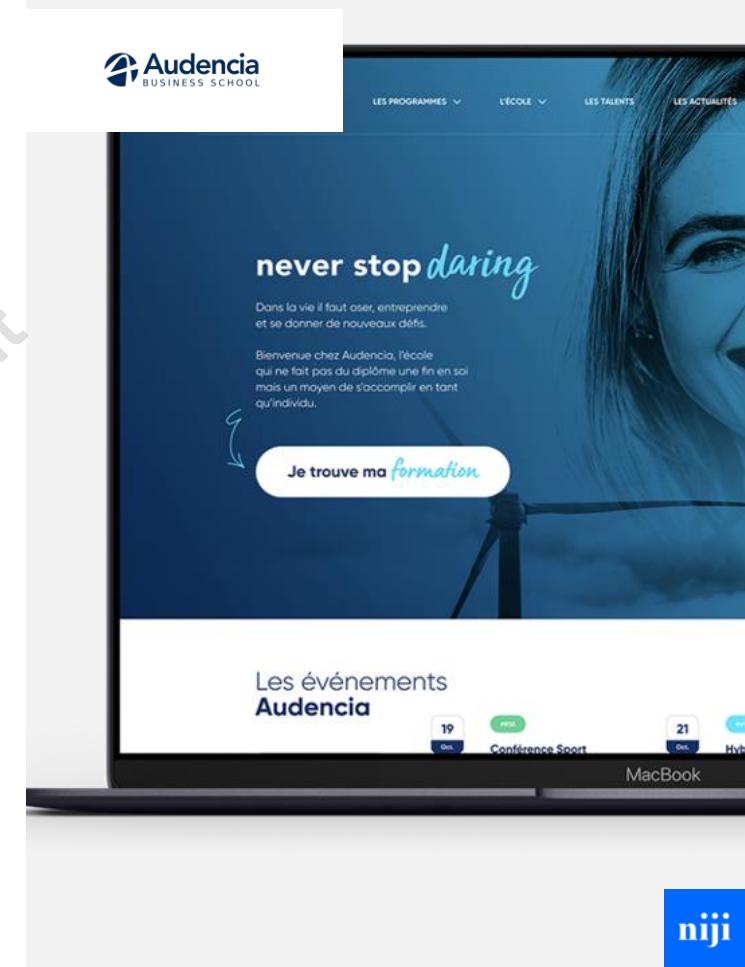
## Le challenge

Dans un contexte de digitalisation de plus en plus forte de l'acquisition client sur le secteur de l'éducation, Audencia cherchait à refondre sa plateforme de commercialisation en ligne, en atteignant le même niveau d'efficacité que les sites e-commerce grand public.

## La réponse

L'accompagnement de Niji se définit de la manière suivante :

- ✓ Mise en place d'un référentiel unique des offres à destination des particuliers et professionnels dans une logique de gestion transverse de la date
- ✓ Mise à niveau du CRM Salesforce Sales Cloud et des outils de Marketing Cloud dans le but d'avoir une vision 360 du prospect et du client
- ✓ Refonte complète de l'identité de marque sur le digital et des parcours web afin de mettre en place une réelle mécanique d'acquisition de leads
- ✓ Refonte de la plateforme web technique sur la base de Drupal
- ✓ Accompagnement SEO et Analytics complet permettant de piloter le nouveau dispositif de ROI



# Maintenance/TMA Akeneo & Salesforce

DSF. Maintenance. TMA. Akeneo. Salesforce

## Le challenge

Audencia, grande école de commerce nantaise a lancé début 2022 un grand projet de refonte de sa plateforme de commercialisation en ligne, avec pour objectif d'atteindre le même niveau d'efficacité que les sites e-commerce grand public. Ce qui s'est traduit côté back par la mise en place d'un référentiel unique des offres à destination des particuliers et professionnels dans une logique de gestion transverse de la data, et la mise à niveau du CRM Salesforce Sales Cloud et des outils de Marketing Cloud dans le but d'avoir une vision 360 du prospect et du client (Projet sur lequel NIJI est encore en cours de build).

## La réponse

Niji s'est engagé à relever ce challenge de la manière suivante :

- ✓ Maintenance d'Akeneo (connecteur SF/akeneo)
- ✓ Maintenance de Salescloud
- ✓ Maintenance de Marketingcloud.



# Améliorer le traitement de dossiers

Transformation Digitale. CRM. Gestion.

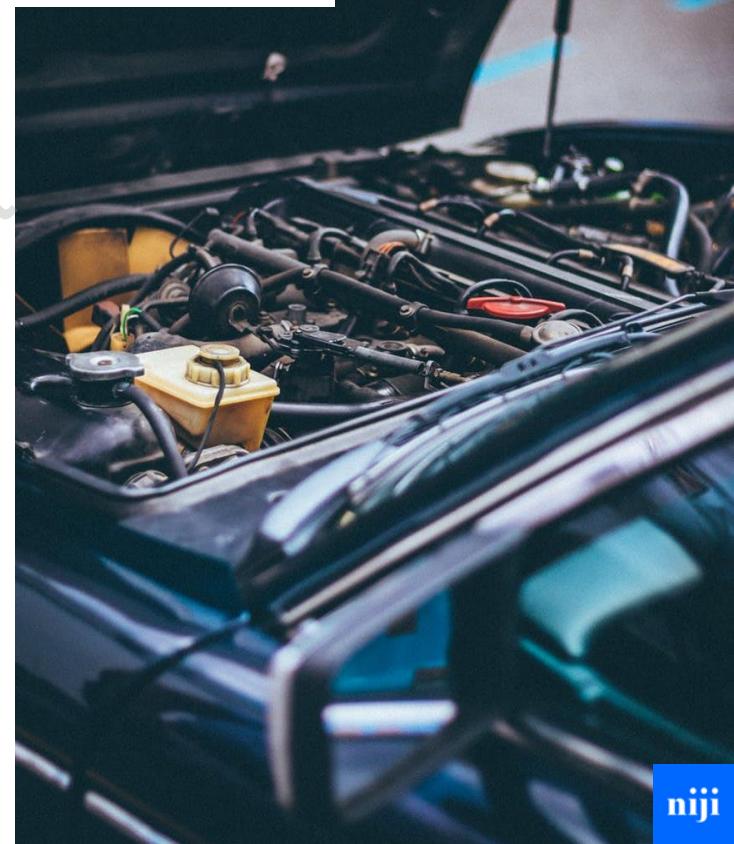
## Le challenge

Autodistribution est le leader de la distribution indépendante de pièces détachées Automobile et Poids Lourds en France. Plus de 6500 collaborateurs en France et en Pologne : une centrale d'achat, des plateformes logistiques et distributeurs.

## La réponse

- Augmenter rapidité et efficacité du traitement des dossiers réclamation
- Centraliser et partager le traitement des dossiers en un seul outil
- Expérimenter un pilote Salesforce en grandeur réelle sur 3 entités
- CRM Service Cloud + Console
- Flux de Gestion des prises de rendez-vous
- Intégration avec la plateforme « Avis Vérifiés »
- Intégration de Marketing Cloud

Amélioration des services grâce au pilotage des activités et une meilleure connaissance des clients.



# Centre de compétences pour la réalisation logicielle

Conseil. Management de projet. Maintenance. Sécurité. Données.  
Salesforce. Mulesoft.

## Le challenge :

AVEM est un Groupe leader dans le domaine bancaire avec un actionnariat solide (Groupe Crédit Agricole, Société Générale, La Banque Postale, BNP Paribas) est spécialiste de la monétique, du parcours de paiement et de l'informatique de proximité depuis plus de 30 ans.

Niji a été retenu pour accompagner AVEM sur la réalisation logicielle sur plusieurs domaines d'expertises

## La réponse :

L'accompagnement de Niji s'appuyait sur les points suivants :

- ✓ Technologies variées : Apache, Hibernate, struts, java, PHP, oracle, Talend, liferay, Nodejs, Cognos, BO...
- ✓ Prestation en assistance technique :
  - ✓ Production / Infrastructure
  - ✓ Architecture & Développement
  - ✓ E-commerce
  - ✓ Data & Business Intelligence
  - ✓ Pilotage projet & AMOA
- ✓ Partenariat de proximité notamment sur les sites de Lyon, Rennes et nantes



# Gain du référencement

## Durée : 3 ans

Conseil. Management de projet. Maintenance. Sécurité. Données.  
Salesforce. Mulesoft.

### Le challenge :

AVEM est un Groupe leader dans le domaine bancaire avec un actionnariat solide (Groupe Crédit Agricole, Société Générale, La Banque Postale, BNP Paribas) et issu du rapprochement de CIRRA, Monecam, Somaintel, Atem Solutions et Pebix notamment, spécialistes de la monétique, du parcours de paiement et de l'informatique de proximité depuis plus de 30 ans.

L'objectif de cette consultation est d'identifier plusieurs sociétés pouvant accompagner AVEM sur plusieurs domaines d'expertises en optimisant les coûts mais aussi de trouver des partenaires sur le long terme capables de prendre en compte le contexte de l'entreprise et de sa « capacité à faire ».

Dans le cadre de son plan stratégique, AVEM poursuit son développement ambitieux et souhaite consolider sa transformation.

### La réponse :

L'accompagnement de Niji s'est appuyé sur les points suivants :

- ✓ Prestation d'assistance technique, contrat cadre de référencement (potentiel consultation sur des projets aussi)



# Améliorer l'engagement clients à travers la data

Audit. Parcours automatisés. Multicanal. Projet International.

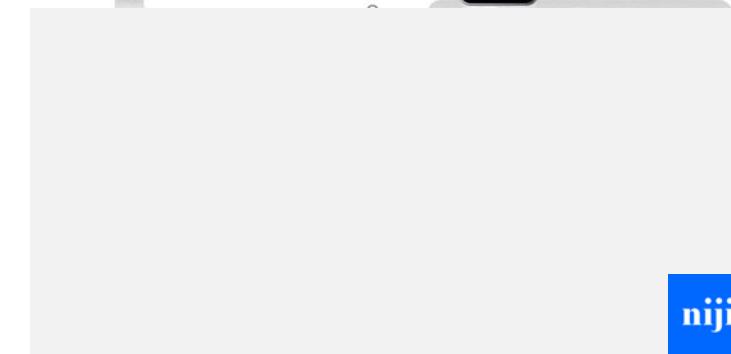
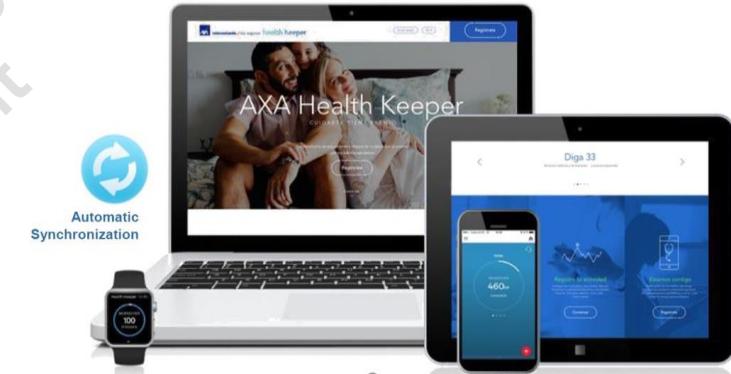
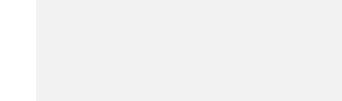
## Le challenge

Health Keeper est une application Axa qui permet de collecter les données de santé des salariés afin de proposer des contrats d'assurance différenciants par une personnalisation accrue. Malgré un lancement réussi, le taux de collecte ne parvenait pas à décoller. Axa a ainsi choisi Marketing Cloud pour augmenter l'engagement Salariés autour de « Journey » automatisées sur plusieurs canaux. Niji a accompagné Axa Partner Espagne sur un premier POC réussi en mettant en œuvre ses recommandations sur l'adoption de l'outil, l'engagement Salarié tout en s'adaptant au contexte locale.

## La réponse

Les améliorations ont été les suivantes:

- Augmentation de l'engagement Client (+25%)
- Gestion plus maîtrisé de l'engagement tout au long du cycle de vie
- Mise en œuvre d'une stratégie d'onboarding sur l'application
- Des réflexions autour de la monétisation de la donnée Santé



# Améliorer l'engagement clients

Salesforce. Marketing Cloud. Audit.

## Le challenge

Health Keeper est une application Axa qui permet de collecter les données de santé des salariés afin de proposer des contrats d'assurance différenciants par une personnalisation accrue. Malgré un lancement réussi, le taux de collecte ne parvenait pas à décoller.

## La réponse

Axa a ainsi choisi Marketing Cloud pour augmenter l'engagement Salariés autour de « Journey » automatisées sur plusieurs canaux. Niji a accompagné Axa Partner Espagne sur un premier POC réussi en mettant en œuvre ses recommandations sur l'adoption de l'outil, l'engagement Salarié tout en s'adaptant au contexte locale.

- Augmentation de l'engagement Client (+25%)
- Gestion plus maîtrisé de l'engagement tout au long du cycle de vie
- Mise en œuvre d'une stratégie d'onboarding sur l'application
- Des réflexions autour de la monétisation de la donnée Santé



# Développement d'un SI financier pour l'inventaire des biens de retours

SI Métier. Forfait. Java.

## Le challenge

Axione est un des acteurs prépondérants de l'aménagement des territoires en France. La société installe principalement des réseaux mobiles (4G, 5G) et Fibre pour le compte des opérateurs.

Le projet a pour objectif de mettre à disposition des métiers et de la DAF Axione, un SI qui valorise et effectue le rapprochement entre l'inventaire technique des millions d'équipements techniques d'Axione, et le rapport financier qu'Axione génère tous les ans.

## La réponse

Le projet, réalisé sur un planning de 6 mois, intègre :

- Une phase amont de cadrage et de définition UX,
- Une phase de développement et de recette (Java + Angular)
- Une importante phase d'accostage des données réelles (plusieurs millions de lignes),
- Une phase de test poussés et de prise en main avec les équipes pour permettre un switch rapide et efficace



# Cadrage de la gestion de la relation prospects

Transformation relation client. Recommandation solution Marketing Automation.

## Le challenge

Le Crédit Mutuel Arkéa a pour ambition d'améliorer, enrichir et centraliser sa relation prospects B2C en leur proposant une expérience multicanale et cohérente.

- Passer d'une vision centralisée à une vision distribuée
- Centraliser les données et interactions prospects en un seul outil
- Initier une démarche de marketing automation orientée parcours plutôt que campagnes
- Isoler les parcours prospects des parcours clients tout en garantissant une expérience cohérente

## La réponse

- Compréhension des enjeux business, des use cases prospects actuels et de l'écosystème IT
- Définition du backlog SalesCloud et priorisation des fonctionnalités
- Recommandation d'une solution de Marketing Automation
- Définition des scenarii archi cibles
- Proposition d'une trajectoire de déploiement cible et estimation des coûts



# Transformation de la relation client

## Transformation Digitale.

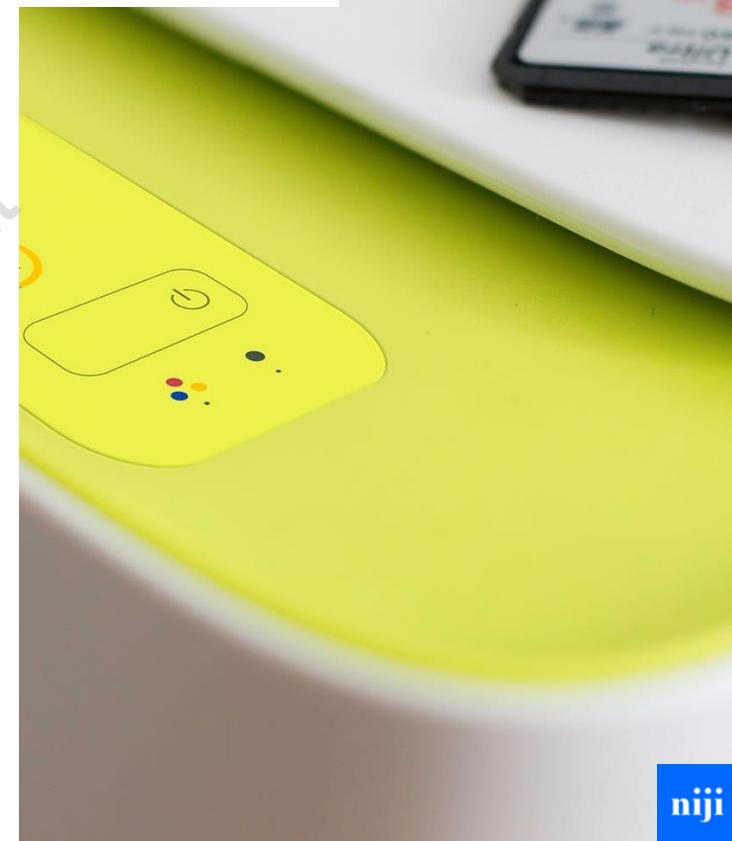
### Le challenge

Armor Group, acteur industriel, spécialiste mondial de la chimie des encres et des technologies d'impression, lance son offre OWA, de collecte et recyclage de cartouches usagées. Utilisateur de salesforce depuis 2011 pour ses forces de vente, Armor s'est à nouveau appuyé sur Salesforce et NijiSolutions pour poursuivre la transformation de sa relation client.

### La réponse

- Centraliser simplement la base de données clients
- Mettre à leur disposition un portail web simple et ergonomique, pour la commande de nouvelles cartouches et la collecte des cartouches usagées

Un projet de 3 semaines pour définir la vision digitale de l'entreprise à 3 ans, avec la mobilisation du comité de direction.



# Testing Factory Web

## Tests. QA.

### Le challenge

Arval souhaite un accompagnement pour industrialiser ses activités Testing au sein du projet MyArval Web (Drupal headless)

Fort de son expertise testing, Niji propose une approche afin d'accompagner les équipes MyArval Web sur ces enjeux de Testing depuis l'Audit jusqu'au Pilotage en passant par la stratégie cible et la mise en place des préconisations sur 6 mois.

### La réponse

- Pilotage des projets testing
- Cadrage des équipes tests
- Guidelines MyArval Web
- Préparation à l'élaboration des stratégies de test
- Mise en avant des bonnes pratiques de test
- Identification des difficultés et points de vigilance QA dans le contexte projet MyArval Web



# Automatisation des tests fonctionnels

Tests fonctionnels. Intégration continue.

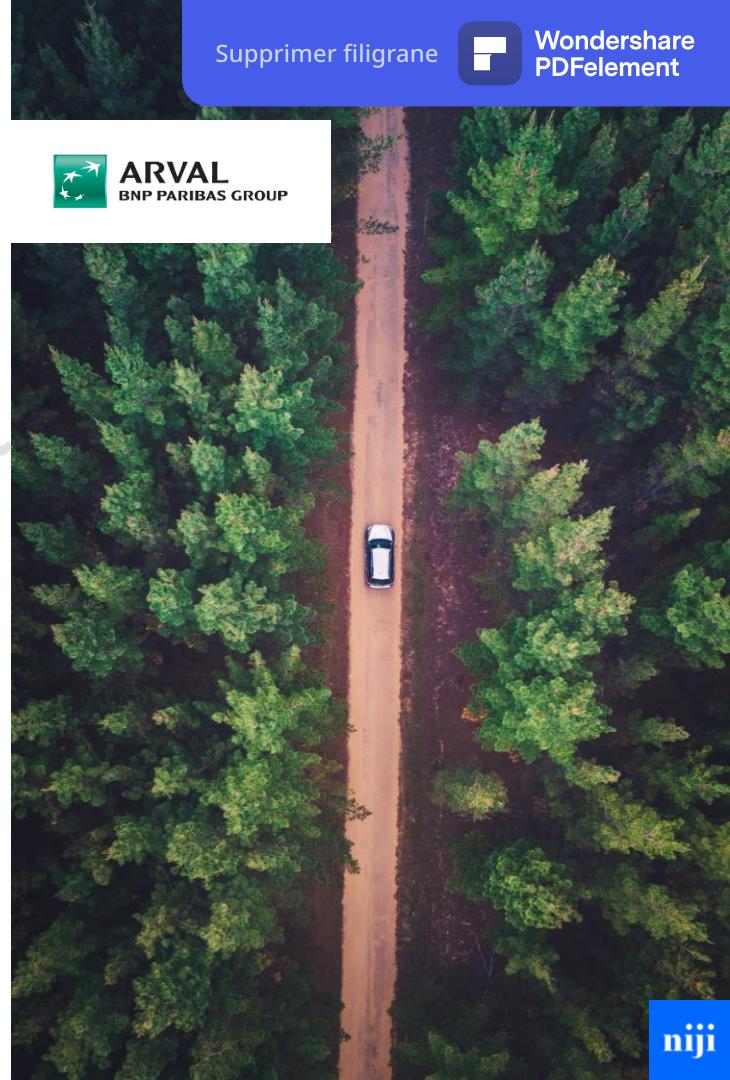
## Le challenge

Arval souhaite automatiser les tests fonctionnels sur un dispositif Durpal tout au long du cycle développement de son site public.

## La réponse

- Automatisation des tests fonctionnels à la fin de chaque sprints avec l'utilisation de l'outil Behat
- Mise en place de l'intégration continue
- Apport de nouveaux indicateurs de qualités en compléments des indicateurs de qualimétrie Sonar

Amélioration de la qualité et réduction des tests manuels de non régression.



# Plateforme E-shop B2C et B2B internationale

Cadrage. Usines à site E-commerce. Design. Delivery. SI.

Déploiement et accompagnement + 30 pays.

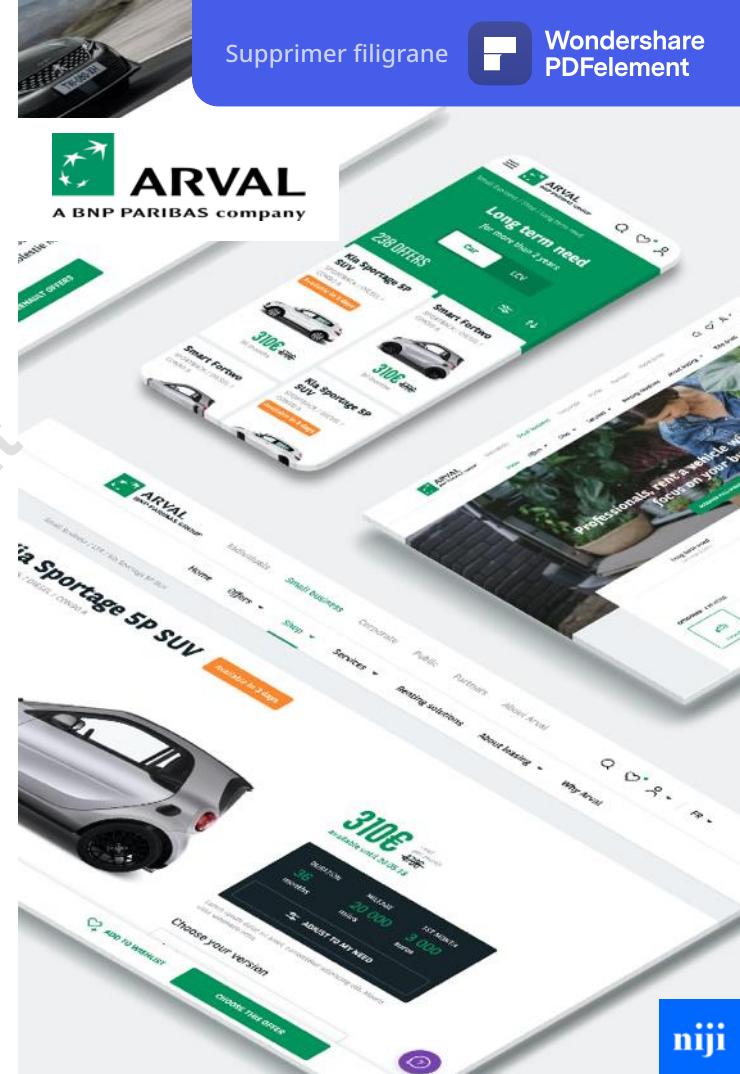
## Le challenge

Refondre l'intégralité de l'écosystème digital business d'Arval dans un site unique.

## Le résultat

Mise en plateforme d'une plateforme d'usine à site, pour un déploiement à l'international des sites pays (sites institutionnels et site de commande / souscription en ligne pour les réseaux d'entreprises – B2B). Du cadrage stratégique au développement en usine à site Drupal, en passant par le design conçu pour uniformiser l'expérience entre les différentes cibles commerciales et les spécificités pays, pour un projet international :

- UX / Design des templates types de la plateforme (approche modulaire)
- Développement de la plateforme d'usine à site
- Intégration dans le SI Arval de l'ensemble des processus de la souscription en ligne
- Gestion des parcours et différents profils utilisateurs des clients B2B, gestion du workflow de souscription et validation des commandes, ...
- Déploiement et accompagnement des pays



# Se positionner dans la mobilité

Business models. Servicification. Mobilité.

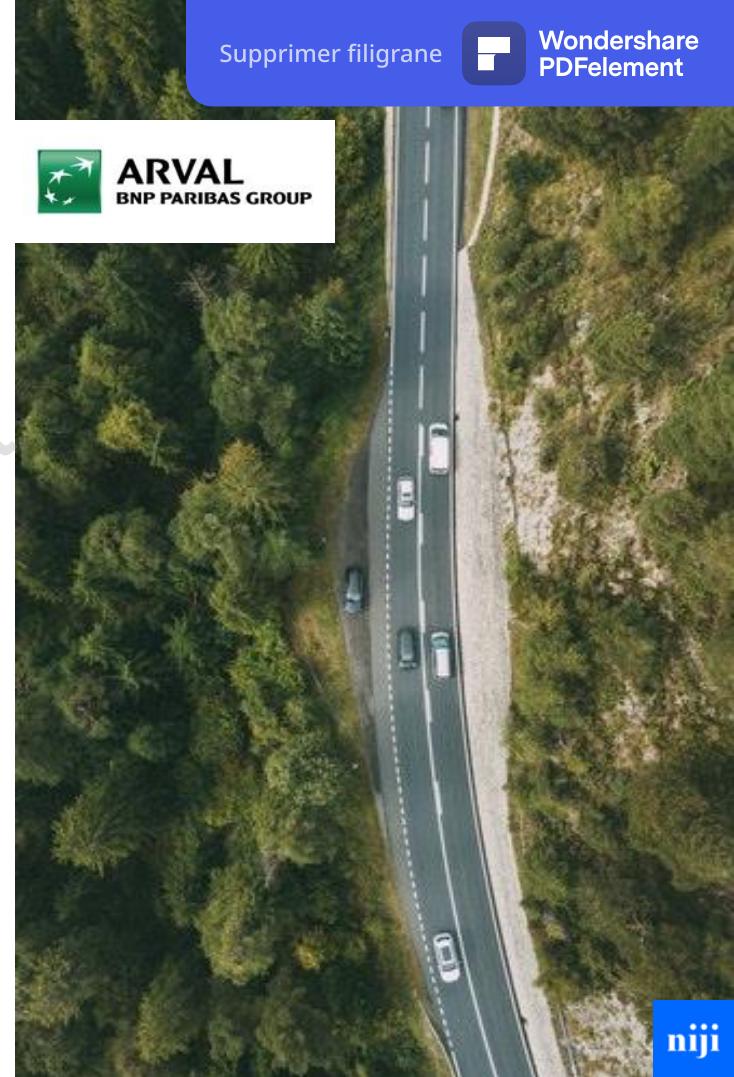
## Le challenge

Face à la transformation du business model, qui évolue de l'ownership vers la servicification, Arval veut définir sa stratégie digitale qui permettra de saisir l'opportunité de marché et évoluer du B2B vers le B2C en :

## La réponse

- Définissant la stratégie Go To Market sur le marché B2C
- Digitalisant les parcours d'acquisition clients B2C
- Se positionnant sur de nouveaux segments de marchés et de nouveaux produits
- Véhiculant son image de pionnier et d'expert de la mobilité dans un environnement de plus en plus concurrentiel

Définition du nouvel écosystème digital du groupe, des pains points client et des attentes de l'ensemble des métiers du groupe.



# Audit de la Factory Mobile Arval

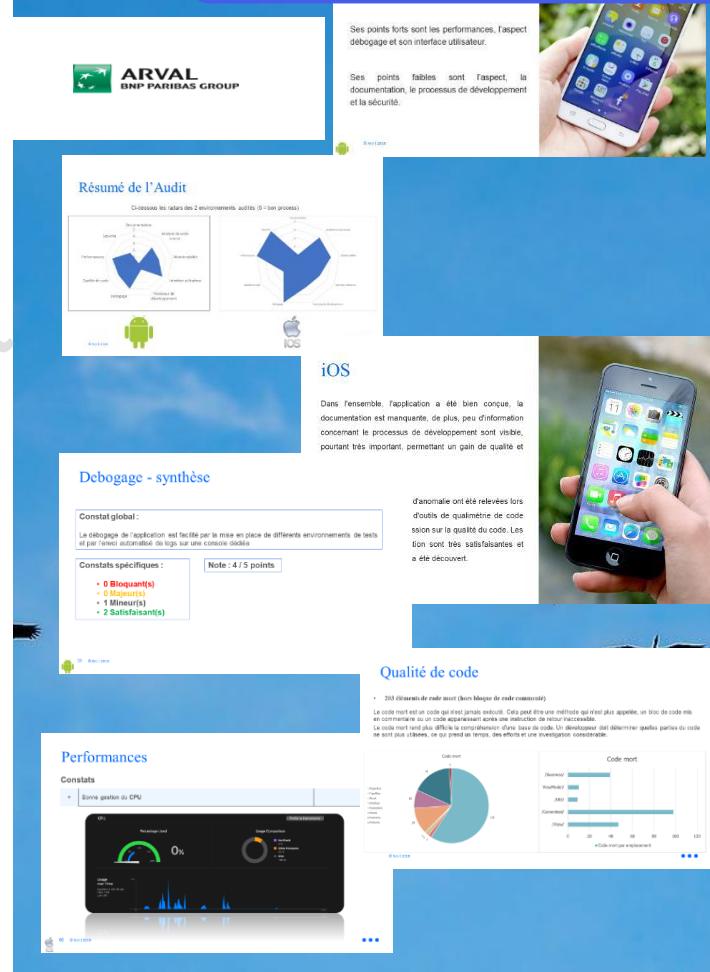
Audit. Android. iOS. Qualimétrie. Recommandation.

Arval sollicite régulièrement Niji afin d'auditer les applications mobiles afin de construire une cohérence technique, technologiques sur l'ensemble des applications :

Ces applications sont auditées par les experts NIJI dans le cadre fonctionnelle que technique.

L'ensemble du code source de l'application est audité et des recommandations et des axes d'améliorations sont émis.

Niji emets également des recommandation sur la cohérence globale des applications d'Arval.



The screenshot displays the Niji mobile application's audit interface. At the top, there's a header with the ARVAL BNP Paribas Group logo and a summary section with performance metrics. Below this, several cards provide detailed audit results:

- Résumé de l'Audit**: Shows radar charts for various audit categories like Performance, Security, and Usability across two environments (Android and iOS).
- Debugage - synthèse**: A global debug report with specific findings and a note of 4/5 points.
- Qualité de code**: A chart showing 303 elements of code smell (dead blocks of code) with a note explaining it's a common mistake.
- Performances**: A chart showing CPU usage at 0% with a note about dead code.

On the right side of the interface, there are images of hands holding smartphones displaying the ARVAL app's user interface.

# Develop a global Multi-website platform

Design. Development. Agile. Multi-website platform.

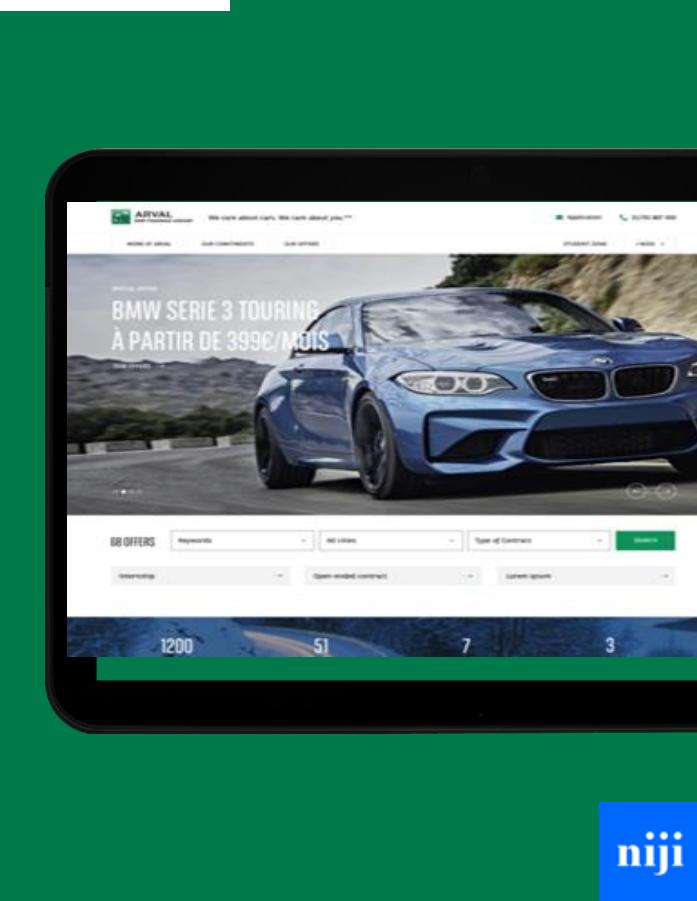
## The challenge

BNP Arval (Arval specialises in full service vehicle leasing) wishes to rationalise, harmonise and industrialise the maintenance and evolutions of their D7 platform, propelling more than 70 public sites in 28 countries with an ambitious migration to Drupal 8. The multi-site approach was a real transition for Arval to improve its performance and regain its autonomy on its devices.

## The Answer

Niji's support was based on the following points:

- ✓ UX / UI redesign
- ✓ New technological platform based on Drupal 8 multi-site, more efficient, maintainable and scalable
- ✓ long-term support, with maintenance and support for the continuous development of the platform



# Définition des chartes graphiques CRM

Stratégie. Crédit. Intégration HTML. CRM

## Le challenge

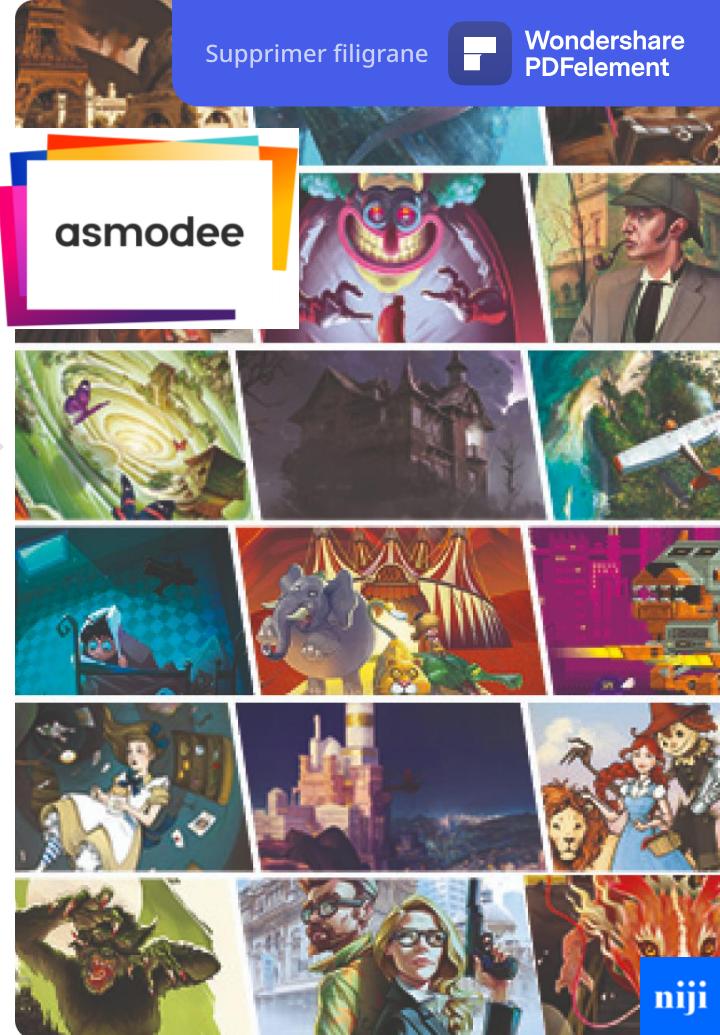
Asmodee est un éditeur de jeu fondé en 1995. Cette société est un créateur de board game, au travers de studio, puis distributeur, au travers des Distribution Units. C'est historiquement une marque BtoBtoC.

Depuis 2 ans, Asmodee souhaite accélérer son développement BtoC. Dans le cadre de ce projet de développement, Asmodee souhaite améliorer ses communications CRM vers les clients finaux (plus de 13 millions de contacts en base de donnée actuellement).

Asmodee a sollicité Niji pour faire une proposition d'accompagnement dans le développement de son identité CRM, à travers :

## La réponse

- Création de chartes emails pour les différentes marques du groupe
- Création de templates Masters
- Déclinaison d'emails finaux
- Création d'un Kit UI



# Refonte des chartes graphiques de campagnes marketing

Campagnes Marketing. Charte graphique de communication.  
CRM. Emailing

## Le challenge

Dans un contexte très concurrentiel, Asmodee, éditeur de jeu fondé en 1995 souhaite accélérer son développement B to C. Cette société édite et distribue principalement des jeux de sociétés, jeux de cartes à collectionner telles les carte **Pokemon**, ou des jeux **Star Wars...**

Dans le cadre de sa stratégie de développement notamment vers le B2C, Asmodee souhaitait améliorer ses communications vers les clients finaux en capitalisant sur ses données CRM (plus d'1 Millions de contacts en base de donnée actuellement).

## La réponse

L'accompagnement de Niji s'est définit de la manière suivante :

- ✓ Création de chartes emails pour les marques
- ✓ Création de templates
- ✓ Déclinaisons d'emails finaux
- ✓ Refonte de l'identité graphiques CRM



# Outil métier en No Code pour Aquitaine Science Transfert

## Outil métier. Low code. No code. Mendix

Le challenge :

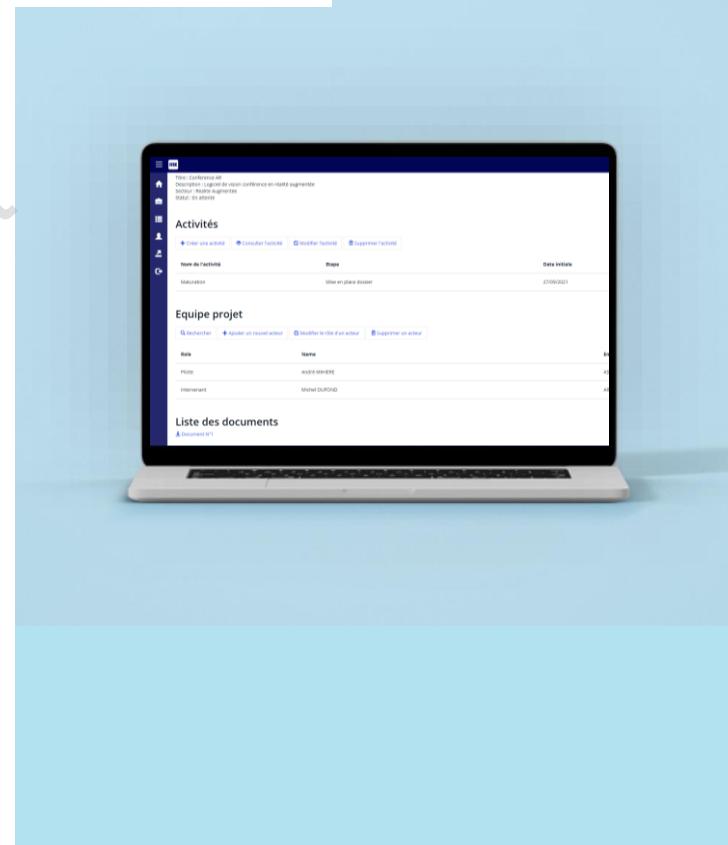
Aquitaine Science Transfert souhaite concevoir un nouvel outil métier pour gérer tout le pilotage d'affaires permettant d'identifier, d'évaluer et de valoriser le potentiel technologique et socio-économique d'une innovation.

L'accompagnement Niji :

Niji a proposé une approche no-code & low-code à AST pour adresser l'ensemble du besoin, automatiser les process, organiser une meilleure circulation de l'information, et une réduction des temps de traitement.

Notre approche était structurée en deux temps : un « proof of concept » pour démontrer la valeur et faisabilité de notre approche no code, suivi d'un projet d'implémentation complet

Niji travaille avec différentes solutions Low code et a choisi pour ce projet la solution Mendix, leader low-code en Europe et permettant le déploiement « on premise » de la solution pour garantir la souveraineté des données



# Accélération de l'implémentation de la traçabilité

Pilotage projet. Intégration IT. Supply Chain. Blockchain. CRM. Digital.

## Le challenge

Auchan retail a lancé un programme de « deep traceability » reposant sur la mise en place d'un dispositif end-to-end du producteur au consommateur :

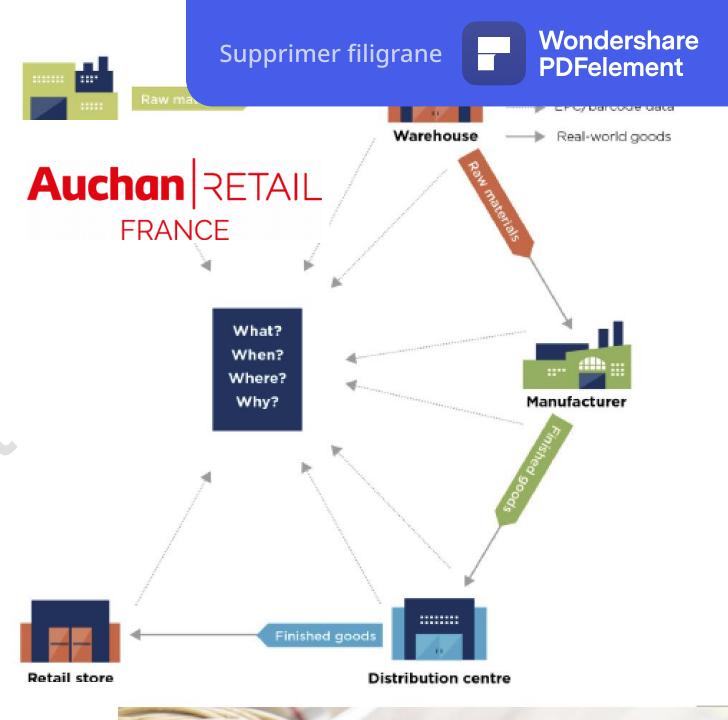
- Génération et impression de QR code pour les producteurs
- Gestion des données de traçabilité au standard GS1
- Sécurisation des événements de traçabilité dans la blockchain
- Application mobile pour le consommateur

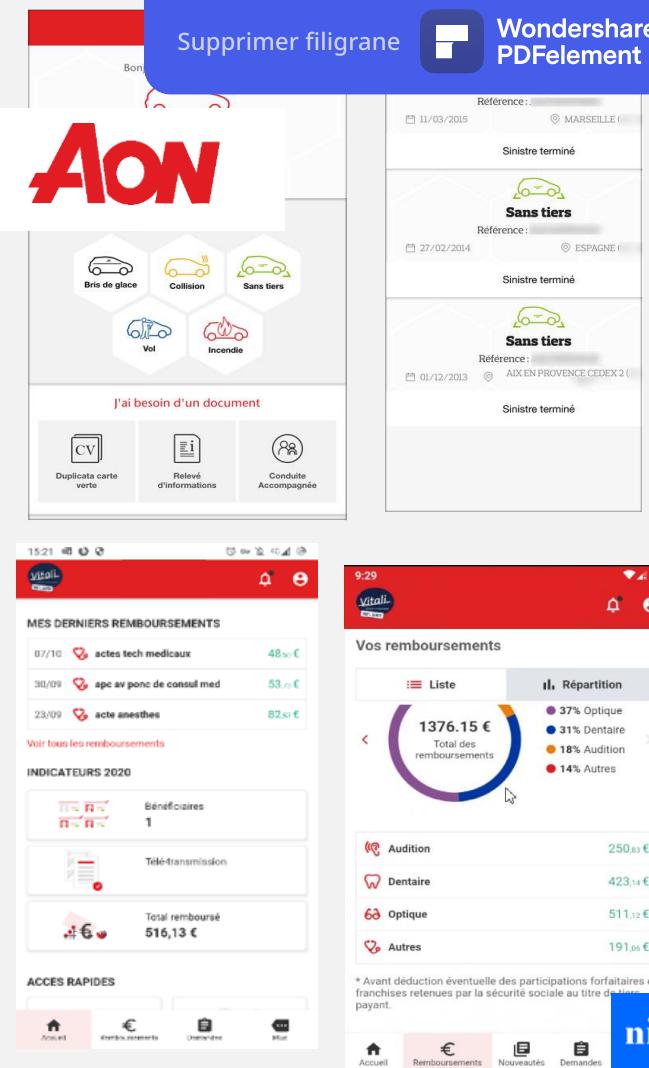
Auchan Retail souhaitait être accompagné dans le pilotage technico-fonctionnel du projet de traçabilité. Afin de piloter ce déploiement IT.

## La réponse

Niji s'est engagé à relever ce challenge de la manière suivante :

- ✓ Planification et suivi du projet
- ✓ Intégration des prestataires (éditeur allemand)
- ✓ Intégration technique dans l'écosystème SI Auchan
- ✓ Mise en place d'interface EPCIS
- ✓ Design de la solution de reporting core
- ✓ Support aux pays





# Création d'applications mobiles et Mise en place d'une Mobile Factory : Espace Client

Développement. Application Mobile. Flutter.

## Le challenge

AON est un leader dans les domaines de la gestion de risques, du courtage d'assurance et de réassurance, du conseil en ressources humaines et du management et de la souscription d'assurances spécialisées.

AON a confié à Niji la réalisation des applications du groupe Aon France. Les applications Aon Auto (Assurance véhicules) et Aon Santé (Assurance de Santé) ont été réalisé à partir de la technologie Flutter.

## La réponse

Niji s'est engagé à relever ce challenge de la manière suivante :

- ✓ Ré écriture de l'application Auto anciennement en ionic ré écrit en Flutter (pour répondre au problématique de soumission dans l'appleStore)
- ✓ Développement de l'application Santé
- ✓ Garantir un time-to-market rapide, en trois mois de la conception à la livraison sur les stores.

# Centre de compétences en pilotage et réalisation applicative

Management de projet. Développement. Maintenance. Sécurité.  
Données. Salesforce. Mulesoft.

## Le challenge :

Le Groupe APICIL, 3ème groupe français de Protection Sociale propose une gamme complète de solutions performantes et adaptées en santé prévoyance, épargne et services financiers ainsi que retraite pour particuliers et professionnels.

La DSI du Groupe APICIL poursuit sa transformation au service avec un accompagnement du plan stratégique HORIZON 2024 (H 24).

Afin d'améliorer le niveau de service apporté aux métiers tout en assurant la maîtrise des coûts, la DSI souhaite renforcer son modèle opérationnel et couvrir 80% de ses besoins via ce centre de compétences.

## La réponse :

L'accompagnement de Niji s'appuyait sur les points suivants :

- ✓ Pilotage, organisation et gestion des évolutions du système d'information
- ✓ Management de projet : projets de développement, déploiement, infrastructure ou méthode Informatique, risques
- ✓ Support méthode, qualité et sécurité
- ✓ Conception, développement et réalisation technique et applicative des projets.
- ✓ Mise à disposition et maintenance en condition opérationnelle des infrastructures
- ✓ Données : métiers liés au cycle de gestion de la donnée.
- ✓ Salesforce et Mulesoft : métiers / compétences spécifiquement liés à cet écosystème



# Gain du référencement 2024

Conseil. Management de projet. Maintenance. Sécurité. Données.  
Salesforce. Mulesoft.

## Le challenge :

Le Groupe APICIL, 3ème groupe français de Protection Sociale propose une gamme complète de solutions performantes et adaptées en santé prévoyance, épargne et services financiers ainsi que retraite pour particuliers et professionnels.

La DSI du Groupe APICIL poursuit sa transformation au service avec un accompagnement du plan stratégique HORIZON 2024 (H 24).

Afin d'améliorer le niveau de service apporté aux métiers tout en assurant la maîtrise des coûts, la DSI du Groupe souhaite renforcer le modèle de relation avec ses fournisseurs privilégiés tout en conservant l'objectif de couvrir 80% de ses besoins via ce référencement.

## La réponse :

L'accompagnement de Niji s'est appuyé sur les points suivants :

- ✓ Pilotage, organisation et gestion des évolutions du système d'information
- ✓ Management de projet : projets de développement, déploiement, infrastructure ou méthode Informatique, risques
- ✓ Support méthode, qualité et sécurité
- ✓ Conception, développement et réalisation technique et applicative des projets.
- ✓ Mise à disposition et maintenance en condition opérationnelle des infrastructures
- ✓ Données : métiers liés au cycle de gestion de la donnée.
- ✓ Salesforce et Mulesoft : métiers / compétences spécifiquement liés à cet écosystème



# Faciliter la vie des expatriés

Design. Développement. Mobile.

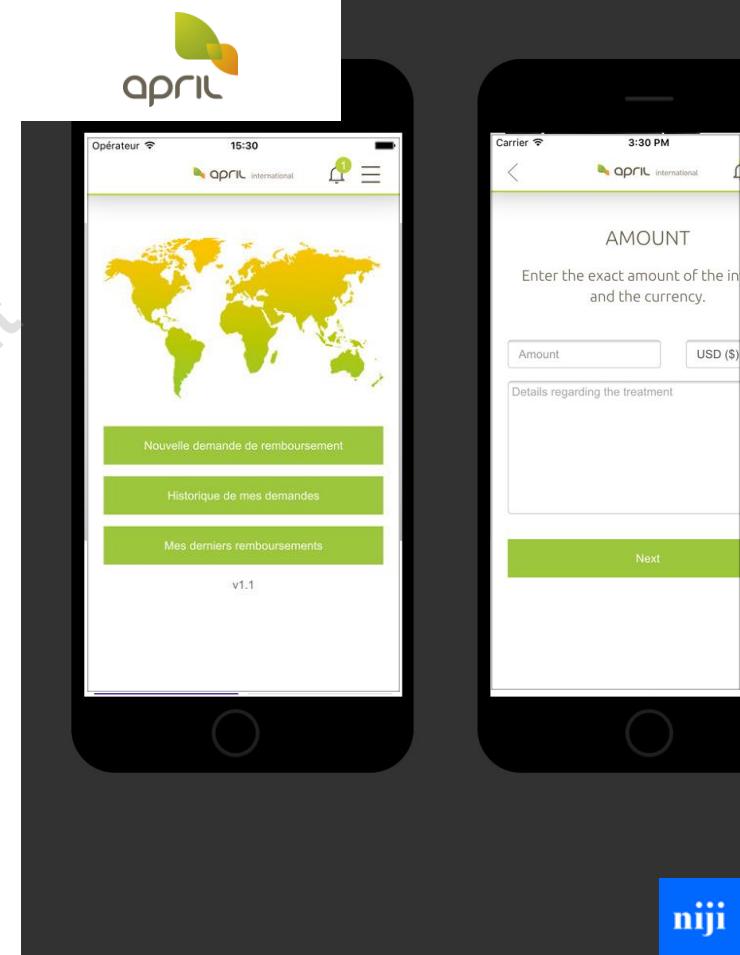
## Le challenge

April souhaitait faciliter les démarches de remboursement des expatriés internationaux et au travers d'une application.

## La réponse

- Mise en place d'une équipe pluridisciplinaire (lead technique, développeurs Cordova / AngularJS, ergonome & design)
- Modernisation de la charte graphique des apps mobiles
- Conception et développement d'une solution unique multi-device, hybride en 4 langues
- Rédaction de guideline material design pour future homogénéisation des multiples applications

Une expérience client optimale et une simplification des processus de remboursement.



# Améliorer la relation client et la performance opérationnelle des CRC

## CRM. Gestion relation client.

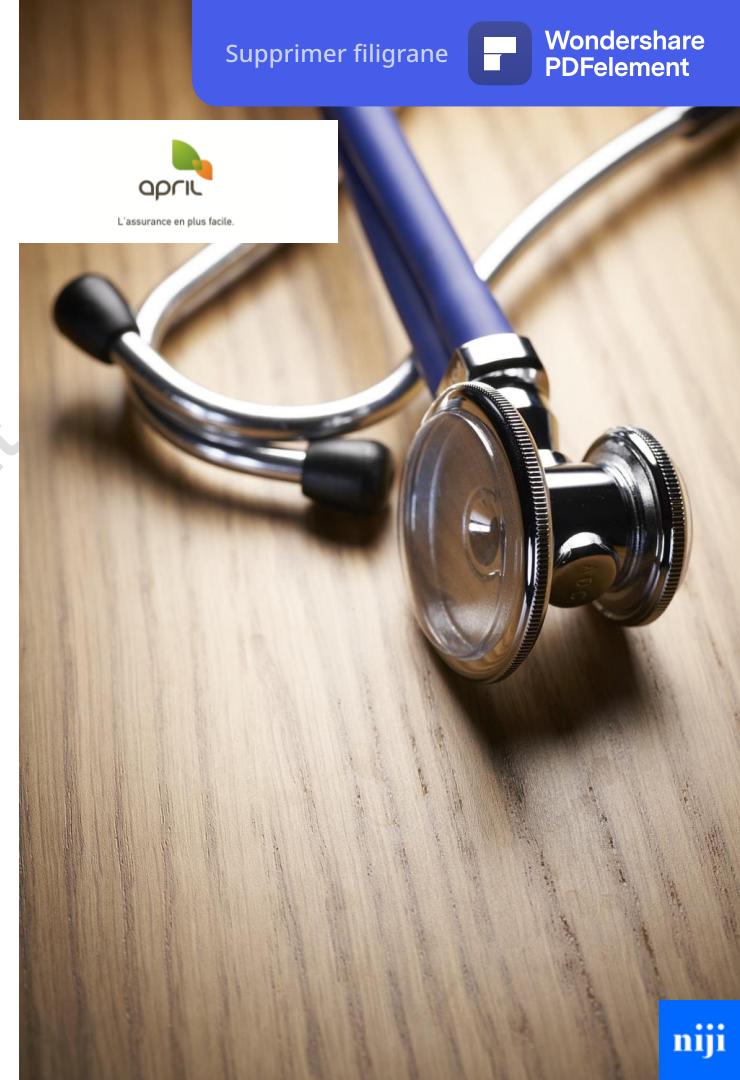
### Le challenge

April international Care souhaite améliorer la gestion de la relation client et la performance opérationnelle de ses centres d'appels en France et en Asie.

### La réponse

Niji a réalisé une première phase d'audit (processus, organisation et outils) qui a permis de lancer trois chantiers prioritaires:

- Centralisation des Interactions Omnicanal & CRM
  - Optimisation des Workflow back-office
  - Architecture et exposition des data client issus des ERP
- 
- Niji a ensuite accompagné April dans le choix d'une plateforme de gestions des interactions omnicanales qui soit commune aux entités France et Asie.



# Transform the customer relationship to get a better 360° view of the clients

Customer relationship strategy. Customer 360. Digital tools.

## What is at stake

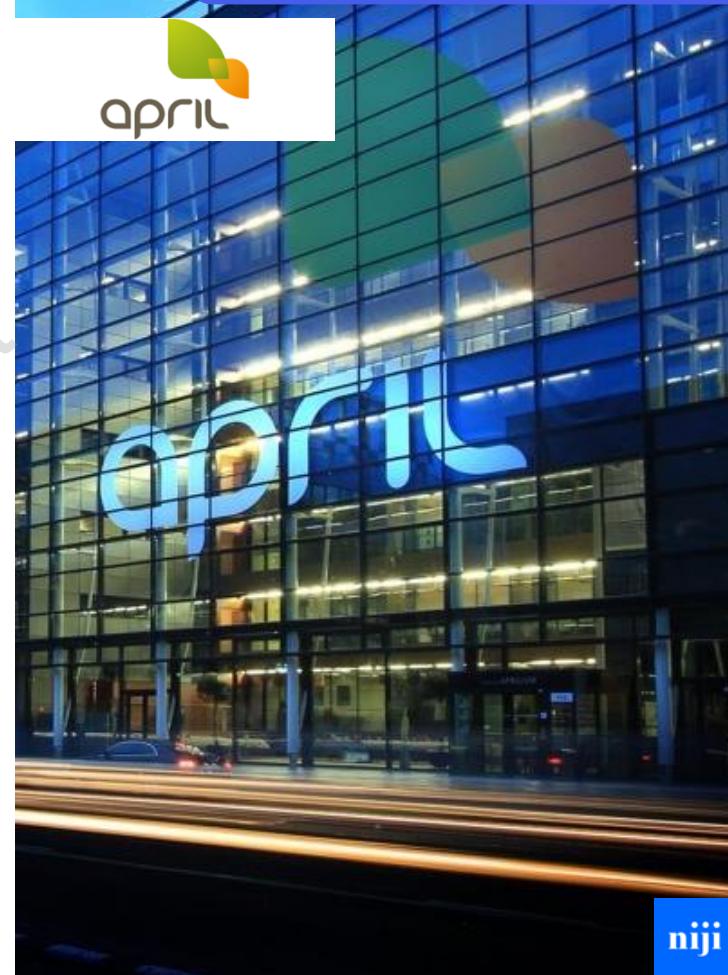
To improve the customer relationship and the way to manage it, April wants to transform it, starting with the claims management process and adopting a customer centric approach.

The main ambitions are:

- Define the new customer relationship strategy
- Optimize the claims management process
- Implement new efficient tools to manage the customer relationship

## What Niji did

- Map the existing claims management process & optimize it
- Build the guidelines for the new customer relationship strategy
- Write the functional & technical specifications of the future tools
- Build and lead a RFP to choose a CTI platform and a CRM tool
- Build the decision matrix, and select two solutions
- Collect & validate the IT strategic orientations from Board of Directors
- Implement the two solutions into the April IT environment
- Lead the change management



# Offrir une nouvelle expérience de voyage via la refonte du site APRR.fr

SEO. Analytics. Design. Développement.

## Le challenge

APPR a souhaité refondre son site afin de moderniser et repenser celui-ci comme un outil de préparation du voyage à travers le calcul d'itinéraires et le guide pratique à l'utilisation de l'autoroute via les services sur les aires, les règles de sécurité, le passage au péage :

## La réponse

- Audit SEO
- Audit Analytics
- Refonte Design UX & UI
- Développement DRUPAL 8



Services à découvrir



# Mutualisation de refontes E-commerce

Identité. Design. SEO. Analytics. Delivery Drupal 8 et intégration

Drupal Commerce. Maintenance.

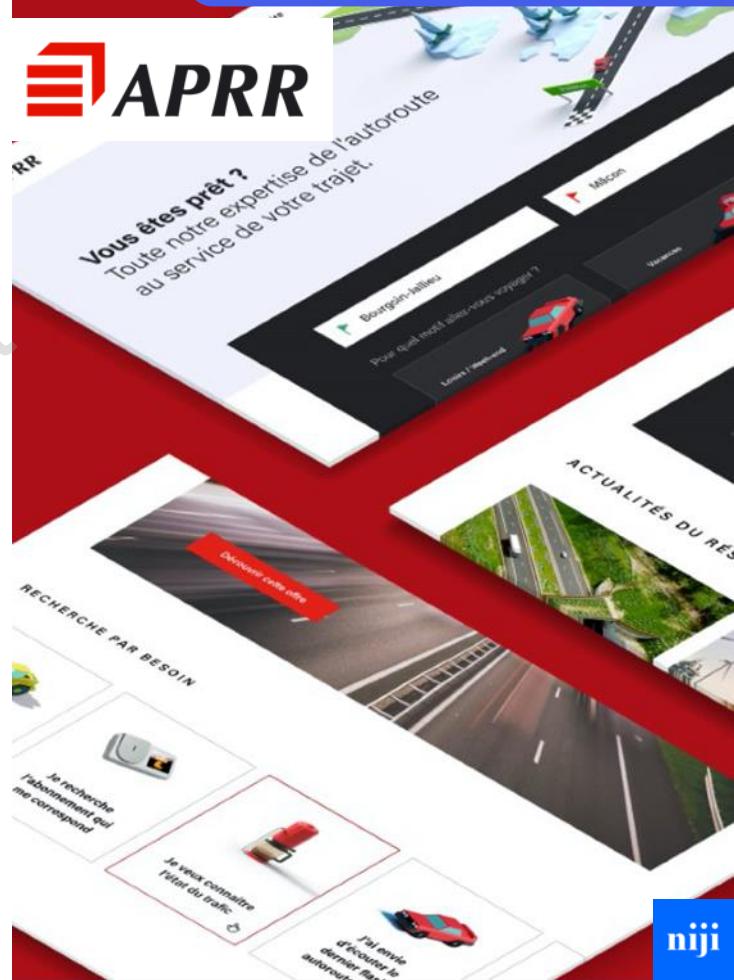
## Le challenge

Le projet « Site Marchand » a pour objectif la mutualisation de 2 sites marchands distincts (Aprr et Area) avec la mise en avant d'une nouvelle marque Mango Mobilités. Les objectifs : améliorer le volume de souscription via ce canal de vente et trouver un équilibre entre parcours client efficient, maîtrise du risque (fraude) et coût d'acquisition client.

## Le résultat

Réinventer la relation usagers/réseau autoroutier APRR, filiale d'Eiffage en charge des autoroutes de l'est de la France nous a demandé de repenser son expérience web, afin d'en valoriser la pertinence de son info trafic et de développer l'offre de service associée.

- Satisfaction client et leads qualifiés en hausse.
- Performance et sécurité améliorées.



# Accompagnement SEO

## Mango Mobilités

Accompagnement SEO.

### Le challenge

Dans le cadre de son programme de transformation digital et de diversification de ses activités, APRR a créé la marque « Mango Mobilités » qui a vocation à distribuer ses offres de mobilités actuelles et futures.

En plus de la réalisation du site internet destiné à mettre en avant celle-ci, Niji a réalisé un audit SEO qui a révélé des axes d'améliorations pour développer sa visibilité.

### La réponse

- Analyse de la performance et des actions passées,
- Définition du plan d'actions SEO sur l'année,
- Optimisation techniques et sémantiques,
- Mise en place d'un plan de redirections,
- Suivi de la performance et reporting,





# Agence de Communication

## AOR. Externalisation Activité Communication. Stratégie et déclinaison.

### Le challenge

Dans la continuité de la création de sa nouvelle marque mango mobilités et du lancement de son nouveau site marchand, APRR souhaite accélérer sur la vente de ses produits et services à commencer par les badges télépéages.

APRR a décidé de faire confiance à Niji pour reprendre l'ensemble de sa communication à partir de 2021 autour de ses produits et services.

### La réponse

- Définition du concept créatif,
  - Définition de la stratégie de communication (format / canal / temporalité)
  - Déclinaison de la stratégie de communication (campagne de transition avec ancienne agence / déclinaison du concept créa sur l'ensemble des formats / achat média)
  - Gestion de la relation avec les fournisseurs / sous traitants.
  - Suivi de la performance des campagnes
- 
- Promouvoir la marque et gagner en notoriété via une stratégie de communication multicanale ;
  - Installer un territoire d'expression pour la marque en tant qu'acteur de la mobilité moderne, frais, inspirant et accessible ;
  - Conquérir de nouveaux clients. Alors que la concurrence propose un service et des prix similaires, l'enjeu pour Mango mobilités était donc de frapper fort pour émerger et créer ainsi la préférence pour son offre de télépéage.

# Stratégie de positionnement et de communication

## Conseil. Stratégie.

### Le challenge

Le groupe APRR a décidé de lancer sa nouvelle marque de services « Mango mobilités ». L'enjeu du groupe sur ce sujet est de définir les positionnements, territoires et stratégies de communication respectifs des marques APRR et Mango mobilités l'une par rapport à l'autre, en tenant compte de la transversalité de certains domaines et services.

### La réponse

- Mapper la structure actuelle d'APRR et de ses marques pour comprendre leur hiérarchie, ce qui les relie entre elles et comment elles incarnent la vision APRR.
- Définir les critères fondateurs qui vont déterminer la logique de l'architecture de marques.
- Formaliser la structure, la logique et les relations entre les marques et le groupe.



# Automatisation des tests fonctionnels

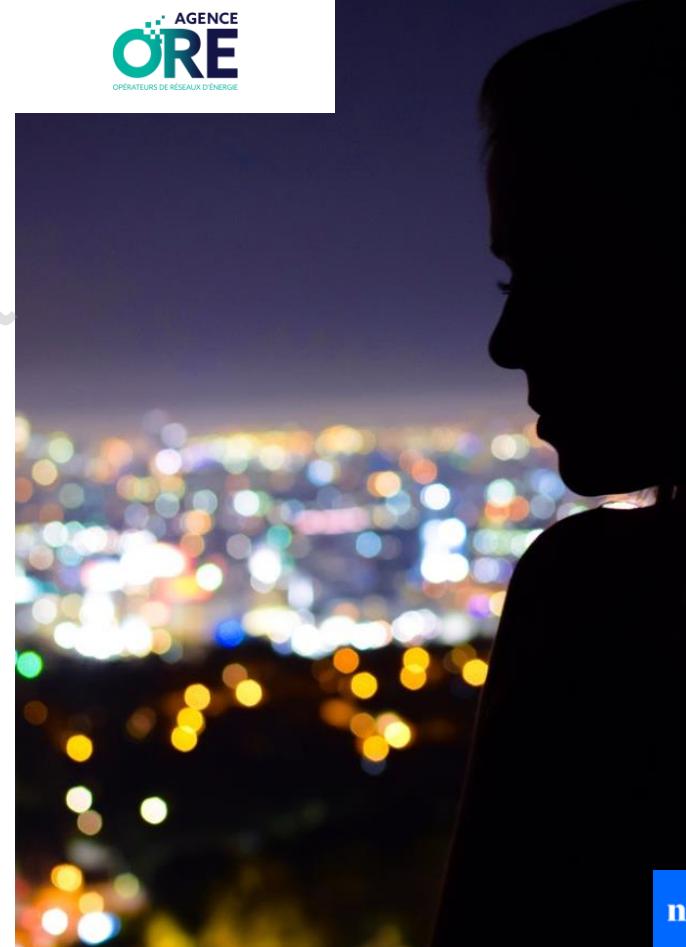
Tests fonctionnels. Intégration continue.

## Le challenge

L'agence Ore souhaite automatiser les tests fonctionnels sur un dispositif Durpal tout au long du cycle développement de son portail SI développé par Niji.

## La réponse

- Automatisation des tests fonctionnels à la fin de chaque sprints avec l'utilisation de l'outil Behat
- Mise en place de l'intégration continue
- Apport de nouveaux indicateurs de qualités en compléments des indicateurs de qualimétrie Sonar



# Portail open data unique des données énergétiques

Open data. Développement. Déploiement.  
Expérience utilisateur.

## Le challenge

Les distributeurs d'électricité et de gaz facilitateurs de la transition énergétique grâce au numérique. Mise en place d'une plateforme permettant de standardiser et uniformiser les échanges entre des demandeurs et des gestionnaires de réseaux de distribution.

## La réponse

- Proposition de solutions techniques.
- Mise en place d'une rétro-documentation et d'une SFG.
- Re-use de services existants.
- Animation d'ateliers visant à comprendre l'aspect métier afin de mettre en place les nouveaux services.
- Création et adaptation de parcours client
- Développement et déploiement du portail web.

Faciliter et améliorer les échanges entre les différents acteurs de l'énergie.  
Centraliser l'accès aux données énergétiques.



# Mise en place d'un CRM

## Intégration CRM. Pardot.

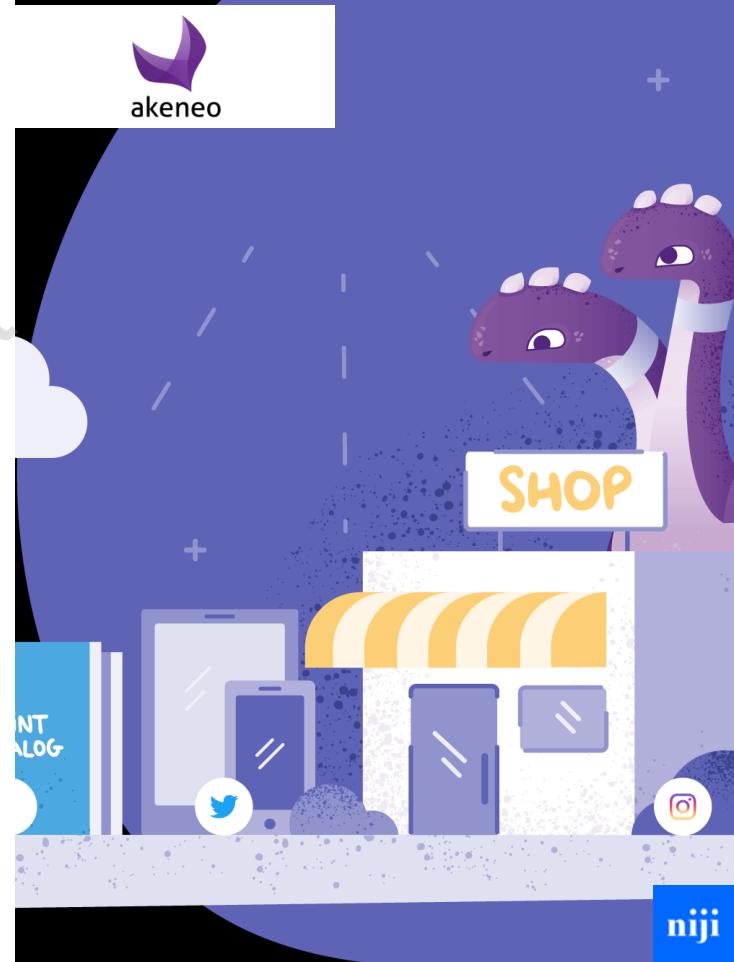
### Le challenge

Akeneo est un éditeur de la solution de gestion de catalogue produit, PIM open source (Product Information Management). Akeneo est née à Nantes, avec des bureaux à l'étranger (HQ Boston) et plus de 50 salariés. Clients: Auchan, Lancaster, Lagardère, Nestlé, Rexel...

### La réponse

#### Les enjeux métiers de AKENEO :

- Gagner des nouveaux clients par un meilleur ciblage ( Absence de PIM, version gratuite (Community))
- Mieux coordonner le travail de l'équipe marketing avec l'équipe commerciale
- Automatiser les interactions avec les prospects
- Reprise des modèles e-mail existants



# Better manage the Sales activities & interaction with prospects

Salesforce. CRM. Pardot. Sales efficiency

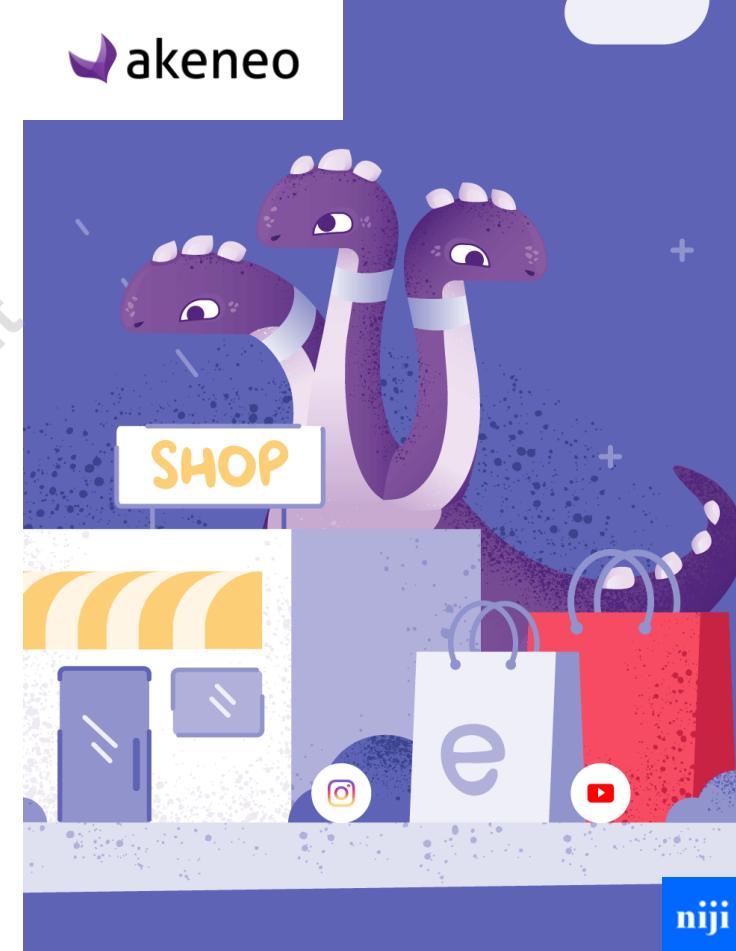
## What is at stake

Akeneo is a leading PIM (Product Information Management) solution editor with 250+ employees, 500+ clients & 40M€ turnover. Akeneo wants to support its growth & success by improving its operational efficiency. The company decided to rely on the Salesforce platform with the ambition to:

- Reinforce the follow-up on leads & opportunities
- Have a consolidated view of the business
- Acquire new customers through better target prospection
- Automate interactions with prospects

## What Niji did

- Lead user interviews & workshops with the different departments & stakeholders to understand & gather needs & expectations
- Customize & deploy Salesforce CRM to better manage the Sales operation
- Implement Pardot to automate the marketing campaigns to prospect
- Define the first campaigns to push to the prospects
- Implement & run the campaigns into Pardot
- Lead the change management & training of Akeneo team
- Manage the evolution & maintenance over time



# Cadrage fonctionnel et technique d'un future Espace Client et d'un portail Customer Service

Conseil. Salesforce. Cadrage. Portail Client.

## Le challenge

Albéa, Leader de l'emballage cosmétique a pour ambition de faire croître son activité au sein des entreprises de toute tailles et d'élargir sa gamme de services et de produits via le digital. Niji a été missionné par Albéa afin d'accélérer sa transformation vers une entreprise user centric en menant une étude permettant de définir l'expérience et la solution technique d'un futur espace client et d'un portail customer service.

## La réponse

Niji s'est engagé à relever ce challenge de la manière suivante :

- ✓ Améliorer la gestion de la relation client sur trois typologies de clientèle et amener davantage de réactivité sur des demandes spécifiques (expérience map...).
- ✓ Proposer une expérience fluide et transparente où l'entreprise parle d'une seule voix et de façon désilotée pour répondre plus vite aux projets des clients et sur chaque étape du process de l'avant-vente à la livraison
- ✓ Développer l'efficacité commerciale et initier le socle d'un futur dispositif e-commerce reposant sur les différents clouds Salesforce.

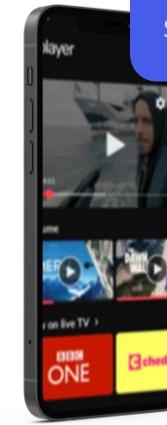


# RUN application TVPlayer

SVOD / Réversibilité / SWIFT / KOTLIN / RUN

## Le challenge :

Alchimie est un fournisseur tout-en-un pour créer et gérer des plateformes vidéo en marque blanche pour les entreprises, les médias, les youtubeurs,...qui a souhaité travailler avec Niji pour gérer et développer ses applications mobiles



Application TVwPlayer

## Le résultat :

La collaboration a été travaillée en 2 temps :

- Une phase de régie pour le build de l'application iOS qui n'existe pas
- Une phase de RUN pour la MCO évolutive de l'application Android et de la nouvelle application iOS

L'accent a été mis sur le développement d'applications mobile en marque blanche afin d'étoffer le catalogue de service d'Alchimie

Application TVPlayer en mode marque blanche dédiée à Astronogeek



# Centre de services

## Contacts clients

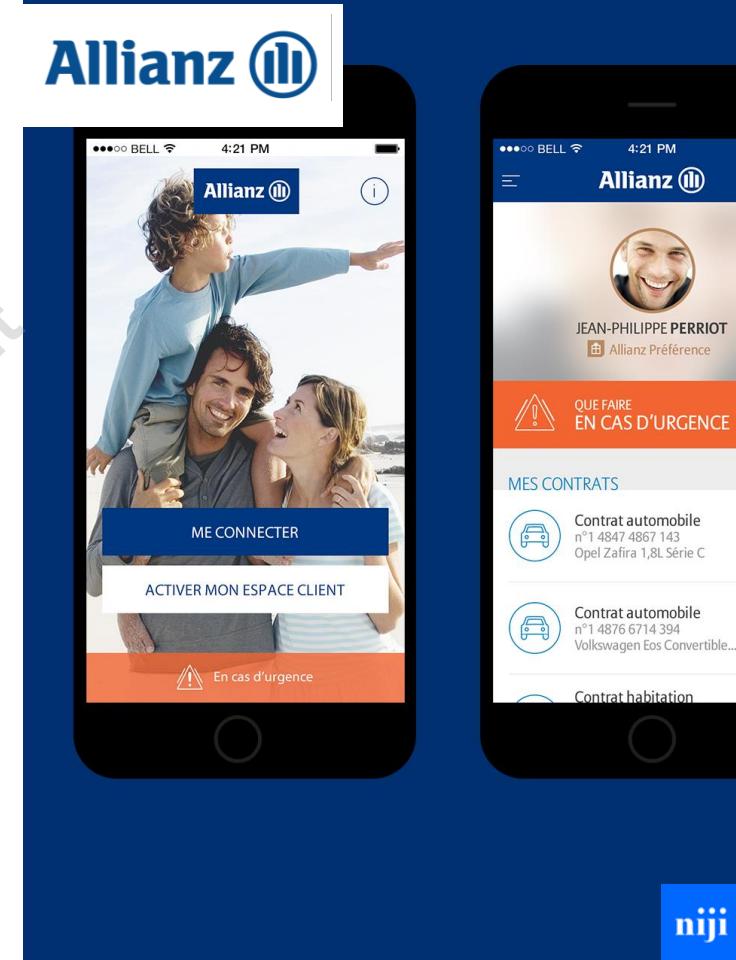
Centre de Services . Conseil . Accompagnement . Expertise technique. AMOA.

### Le challenge

Allianz a confié à Niji le périmètre d'activités projets et support sur les solutions de Contacts Clients. Niji a mis d'abord en place un Centre de Compétences (CDC) qui a évolué ensuite en Centre de Services (CDS) basé sur un Catalogue de Services afin de maîtriser la qualité des prestations et livrables tout en optimisant ses coûts :

### La réponse

- Accompagner les projets d'intégration et de déploiement des nouveaux outils
- Assister les métiers dans leur projet d'optimisation de la gestion de la RC
- Définir le plan et assurer la conduite du changement : communication interne/externe, formation des équipes
- Pilotage et accompagnement au déploiement de la solution
- Une pratique dédiée à la Relation/Contacts Clients du Conseil/AMOA au Pilotage/AMOE



# Factory mobile

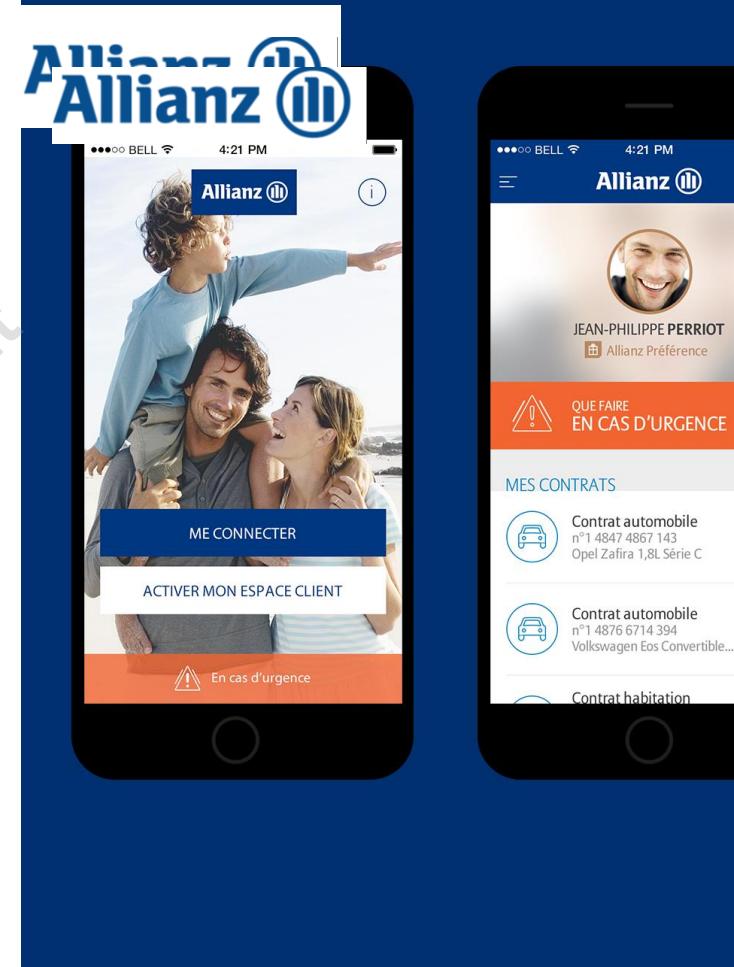
Centre de services. Design. Développement.  
Forge logicielle.

## Le challenge

Créer l'application Mon Allianz Mobile pour smartphone et tablettes en France dans un délai de 6 mois et avec une ambition de best in class, tant au niveau des services proposés (déclaration de sinistres, géo-localisation des services, notifications , etc.) qu'au niveau de la qualité de la présentation et des performances.

## La réponse

- Définition de la stratégie mobile
- Mise en place de la forge logicielle Niji chez Allianz pour industrialiser le process de développement
- Mise en place d'une méthodologie agile pour les activités de Design et de Delivery, en mode équipe intégrée dans les locaux de Allianz
- Une gestion en mode régie forfaitisée



# Conception et développement de la plateforme patient / prescripteur

Design. Architecture. Développement Web.

## Le challenge

Alzohis est une « biotech » réalisant un diagnostic de la maladie d'Alzheimer. Ce diagnostic est rendu via un algorithme délivrant un score mathématique.

Les valeurs issues des analyses biologiques sont les données d'entrée renseignées par différents clients et utilisateurs (Neurologues, Biologistes, laborantins) sur une plateforme en ligne hébergée dans le cloud. La plateforme rendra un score moyennant l'achat d'un diagnostic.

## La réponse

Le projet mené par Niji comprend l'ensemble des phases de la construction de cette plateforme permettant de connecter les futurs clients et utilisateurs, du Design au Développement, en passant par des préconisations d'architecture.



niji

# Pilotage et AMOA de l'intégration d'Akuitéo

AMOA. Akuiteo. Pilotage. Recettes.

## Le challenge

Afin d'améliorer le pilotage de leur marge et sans construction d'une équipe de gestion, ANS Biotech était à la recherche d'une solution permettant de suivre facilement la rentabilité de chaque affaire.

Akuitéo est un SI de gestion dont le but est de centrer sur des affaires les produits et les charges, que celles-ci soient des achats externes ou de la main d'œuvre valorisée.

Afin d'absorbée la charge de ce projet d'intégration et d'en sécuriser l'atterrissement, ANS Biotech à sollicité Niji afin de prendre en charge la maîtrise d'ouvrage de ce projet.

## La réponse

Niji s'est engagé à relever ce challenge de la manière suivante :

- ✓ Pilotage du projet MOA
- ✓ Restitution des processus à l'éditeur en se basant sur la documentation existante
- ✓ Prise en charge du chantier de reprise des données
- ✓ Recette de la solution avant le décommissionnement du système comptable actuel



# Conception, Création, Développement, Maintenance et infogérance du site antargaz.fr

Drupal, Symfony, maintenance, infogérance.

## Le challenge

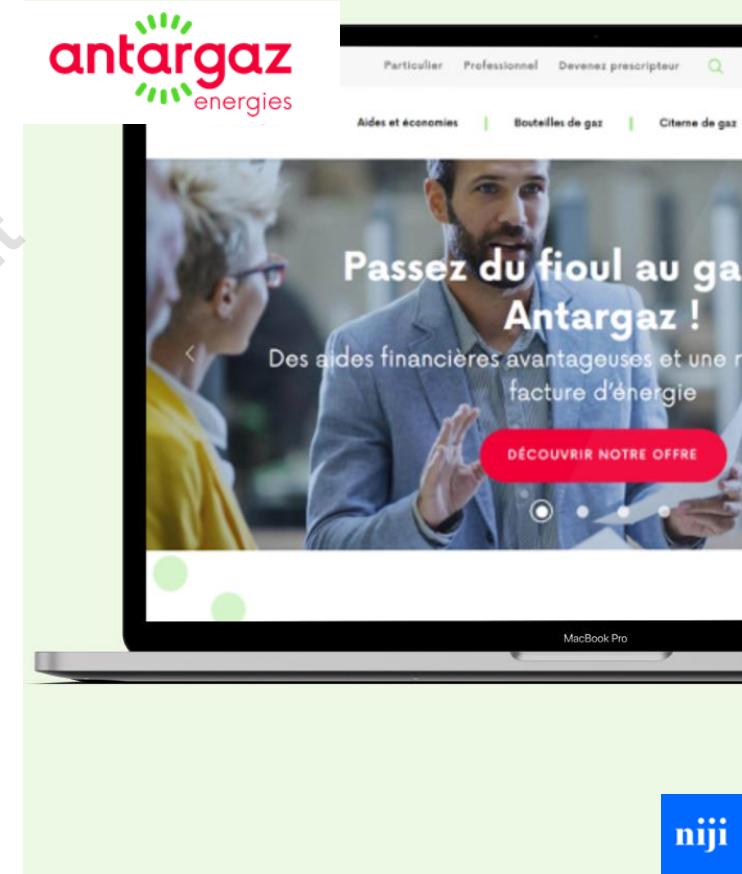
Leader sur le marché des GPL (Gaz de Pétrole Liquéfié) et acteur significatif sur le gaz naturel, Antargaz fusionne avec Finagaz (filiale gaz de Total) en 2017 et devient « Antargaz Finagaz SAS » en 2018.

Le site internet [www.antargaz.fr](http://www.antargaz.fr) a suivi une trajectoire identique en intégrant le site de Finagaz au sein de sa plateforme. La publication de la refonte du site a eu lieu au premier semestre 2019.

## La réponse

L'accompagnement de Niji s'est définit de la manière suivante :

- Niji accompagne l'équipe Antargaz dans la maintenance corrective et évolutive de sa plateforme depuis décembre 2019.
- Le site allie Drupal 9 (suite à migration Drupal 8) et VueJS.
- En 2021, le périmètre s'enrichit avec l'infogérance confiée à Niji pour le maintien en conditions opérationnelles des plateformes de recette, préproduction et production sous Microsoft Azure



# Espace client mobile

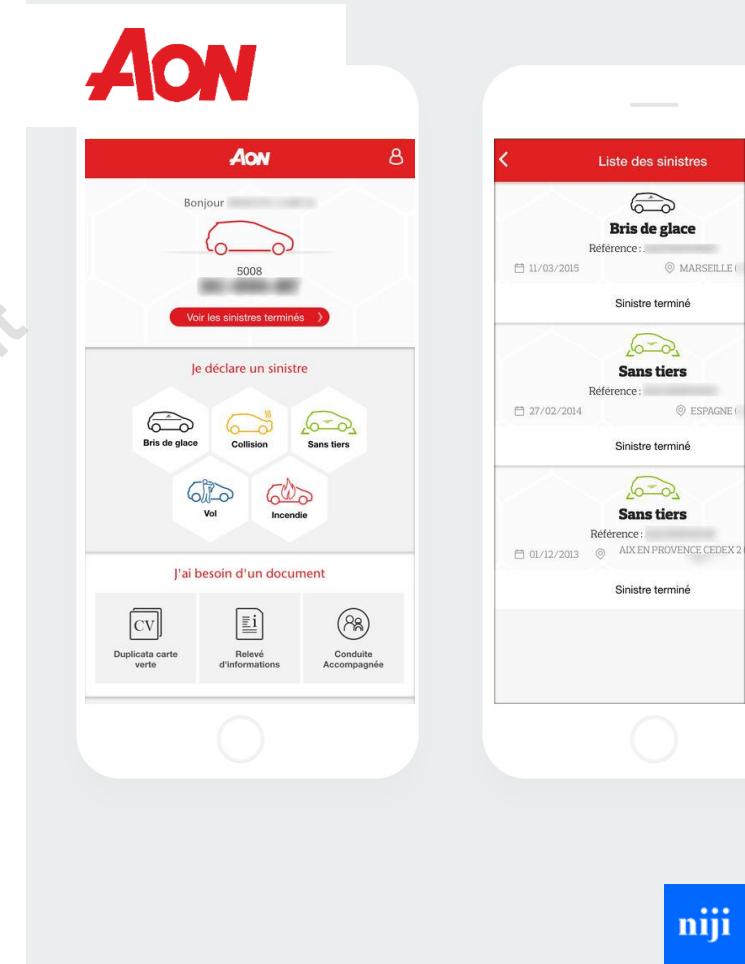
## Développement mobile.

### Le challenge

AON a confié à Niji la création d'une application mobile pour les clients d'Aon France avec l'ambition d'offrir un service complet de relation client : déclarer un sinistre, s'informer sur sa couverture, contacter son assureur, suivre des demandes...

### La réponse

- Mener une réflexion ergonomique et design complète pour fournir la meilleure expérience aux utilisateurs via une interface intuitive et épurée
- Développer une application s'appuyant sur le framework hybride Ionic, afin d'optimiser les coûts en mutualisant les développements
- Garantir un time-to-market rapide, en trois mois de la conception à la livraison sur les stores.



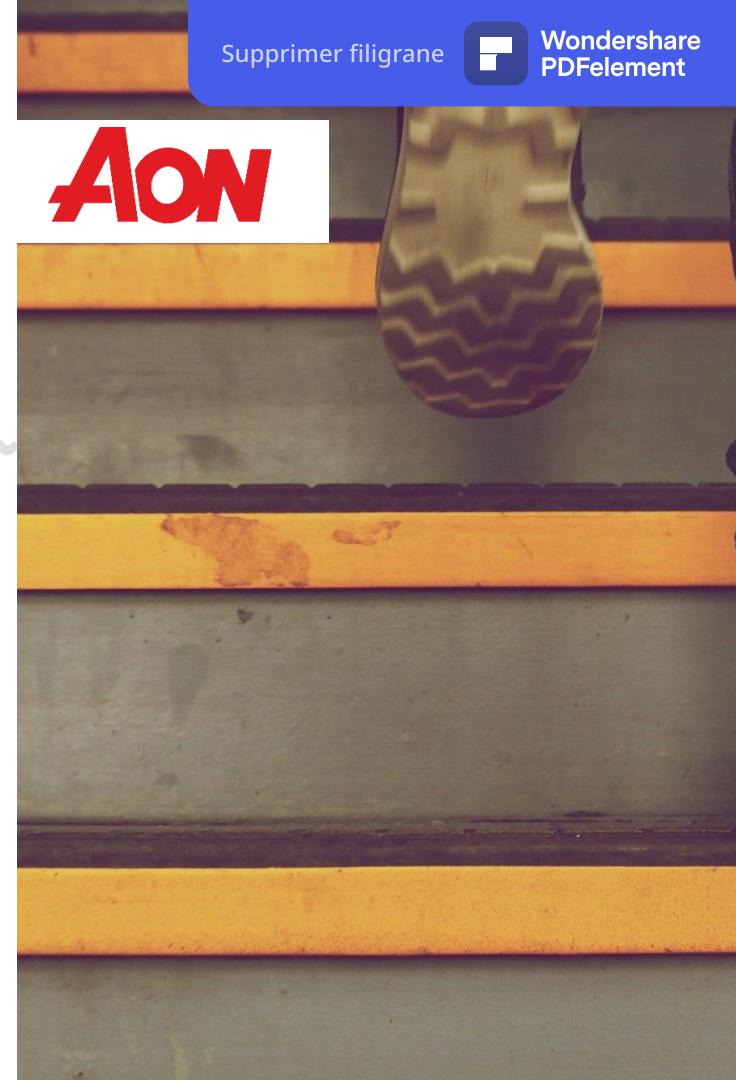
# Accompagnement à la mise en place de sous forme de SDK

SDK Mobile. Energie.

Nous avons accompagné Aon dans le choix technique sur la mise en place de SDK.

En effet Aon souhaite proposer à ces clients (B2B) la possibilité d'intégrer leurs services au sein des applications de leurs clients.

Aon a donc sollicité Niji afin d'évaluer la possibilité de répondre à ce cas d'usage et de proposer des solutions techniques et une conception de la solution Cible.



# Intégration d'un PIM Akeneo

## PIM Akeneo. Intégration. Industrialisation des process.

### Le challenge

Dans le contexte du développement du e-commerce et la multiplication des plateformes marketplace, Acqua Di Parma fait face à une complexité de gestion de son référentiel produit.

Le PIM joue un rôle clé dans la stratégie de développement web du groupe, grâce à la gestion multicanale et à la création de nouveaux produits, leur contextualisation et leur diffusion. Acqua Di Parma recherche un partenaire intégrateur pour la mise en place du PIM Akeneo, capable d'embarquer les équipes au fur et à mesure du déploiement. La mise en place du PIM Akeneo doit améliorer la gestion opérationnelle et éviter la duplication des informations et des tâches.

De plus, la mise en place du PIM contribue à la vision « Produit » que doivent avoir les équipes métiers, en partageant un référentiel produit unifié. Le premier objectif est de se concentrer sur le MVP et de s'assurer qu'il répond aux enjeux prioritaires de l'entreprise.

### La réponse

L'accompagnement de Niji se définit de la manière suivante :

- ✓ Cadrage du besoin
- ✓ Intégration d'Akeneo sur les besoins internationaux et multi-marque avec une personnalisation accrue de la solution.
- ✓ Création d'une équipe agile : priorisation du backlog, développement du sprint et accompagnement client dans la montée en compétence d'Akeneo



# Accompagner pour la définition de services à valeur ajoutée

Conseil. Stratégie. Roadmap. Nouveau service.

Développement international.

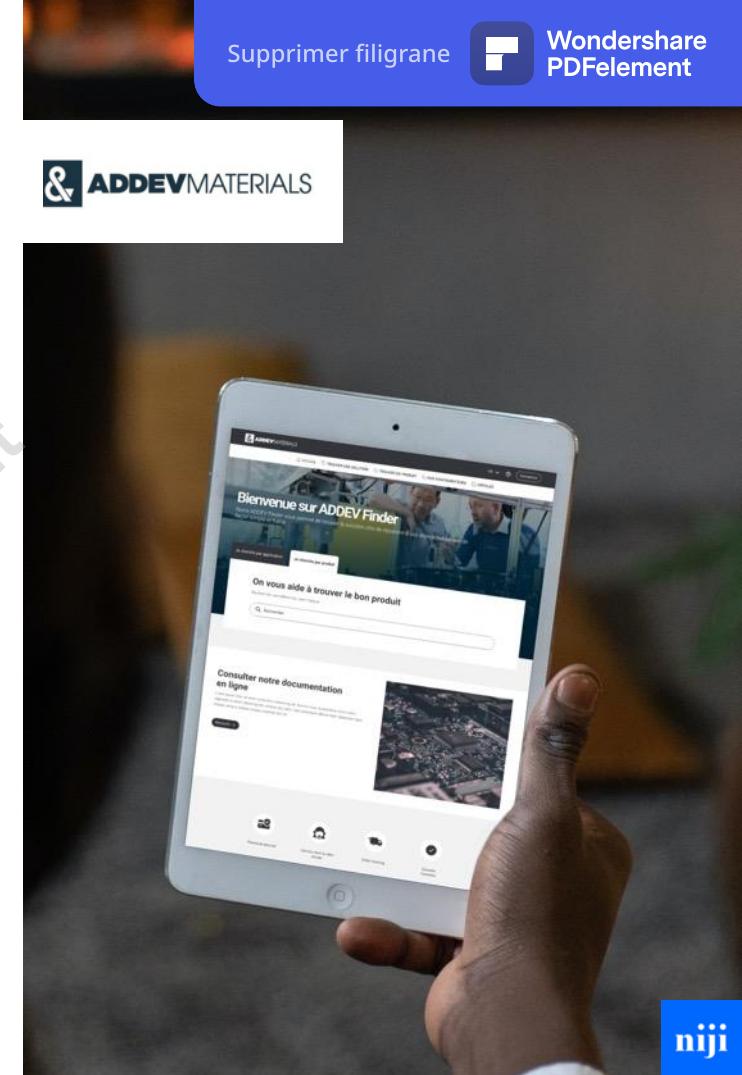
## Le challenge

Addev Materials, distributeur et transformateur de matériaux haute performance, a initié sa Transformation Digitale depuis quelques années mais fait face aujourd’hui à deux difficultés principales :

- Des équipes qui ont encore du mal à s'approprier la nécessité et la dynamique de transformation et à se projeter sur des idées qui sortent du cadre
- Un manque de focalisation autour de la valeur apportée par les projets, et des difficultés à la concrétiser en éléments tangibles (performance business, expérience client...)

## La réponse

- Prendre connaissance des chantiers déjà lancés pour intégrer la démarche à la réflexion globale
- Avoir une approche qui allie méthodologie et embarquement des équipes en les mettant au cœur du dispositif afin d'assurer une adhésion optimale au projet
- Concrétiser les idées de service rapidement grâce à des maquettes afin de permettre aux équipes de se projeter et s'approprier les services



# Audit Process Commerciaux / et du CRM Salesforce

Conseil. Audit. Organisation Commerciale. Salesforce.

## Le challenge

ADDITI, régie publicitaire du groupe Ouest France, a déployé Salesforce durant ces 5 dernières années.

Organisé autour de 8 BU indépendantes (Ouest France, Immo, Ouest France auto, Ouest France Emploi, etc.), chacune d'entre elles a configuré Salesforce en fonction de son organisation et de ses process commerciaux.

Cela a entraîné une charge importante de maintenance et l'absence de KPIs transversaux attendus par la direction

## L'accompagnement Niji

- ✓ Audit et analyse des organisations commerciales des 8 BU pour les faire tendre vers un modèle unifié
- ✓ Audit de l'instance Salesforce en place avec un architecte expert SalesForce
- ✓ Recommandations stratégiques pour une harmonisation des processus commerciaux et une optimisation de l'efficacité opérationnelle.
- ✓ Evaluation des aspects d'implémentation

Ce projet permet à NIJI d'acquérir une connaissance approfondie du secteur de la régie publicitaire. Grâce à une approche stratégique et une expertise technique solide, NIJI vise à fournir des recommandations pertinentes et une solution Salesforce optimisée, contribuant ainsi à l'amélioration de la performance commerciale et opérationnelle d'ADDITI.



niji

# Better engage candidates using a Marketing Automation solution

Salesforce. Marketing Cloud. Campaign implementation.

## What is at stake

The Adecco Group, a world leader in human resources solutions, wants to engage its candidates and temporary workers in a long-term relationship with the brand using Salesforce Marketing Cloud. The main ambitions are:

- Define a true engagement strategy for candidates
- Define the first use cases to prioritize
- Create loyalty to the brand

## What Niji did

- Frame the priority use cases and targets
- Define the KPIs for each campaign
- Analyze the architectural impacts of integrating the tool into the existing ecosystem
- Define the data model
- Build and follow the Marketing Cloud implementation roadmap
- Train teams to use Marketing Cloud



# Better engage candidates using a Marketing Automation solution

Salesforce. Marketing Cloud. Campaign implementation.

## What is at stake

The Adecco Group, a world leader in human resources solutions, wants to engage its candidates and temporary workers in a long-term relationship with the brand using Salesforce Marketing Cloud. The main ambitions are:

- Define a true engagement strategy for candidates
- Define the first use cases to prioritize
- Create loyalty to the brand

## What Niji did

- Frame the priority use cases and targets
- Define the KPIs for each campaign
- Analyze the architectural impacts of integrating the tool into the existing ecosystem
- Define the data model
- Build and follow the Marketing Cloud implementation roadmap
- Train teams to use Marketing Cloud



# Intégration Pardot

Salesforce. Pardot.

## Le challenge

Adexsi est un réseau d'experts pour la sécurité incendie et la gestion énergétique des bâtiments. Adexsi rassemble les acteurs incontournables de la sécurité incendie et de la gestion énergétique des bâtiments. Agissant au sein d'un réseau multi-compétences, ses filiales telles que Bluetek, Essertec, Souchier-Boulet, SIA, Langethermo et Tellier Brise-Soleil ont à cœur de rendre nos lieux d'activité et de vie plus durables et plus sûrs. En plaçant au centre de ses préoccupations le confort et la sécurité des occupants, tout en valorisant continuellement les énergies naturelles, Adexsi offre une vision inédite des bâtiments.

## La réponse

- Conception à travers des ateliers et workbook sur la solution
- Paramétrage de la solution Pardot
- Configuration des assets
- Formation des utilisateurs et création d'un guide utilisateur
- Suivi de recette et Bilan

Une intégration qui permet aujourd'hui de continuer à s'implanter dans le groupe et à devenir le partenaire de référence sur la solution Salesforce.



# Déploiement d'un espace client

Transformation digitale.

## Le challenge

L'ADIE (ADIE – Association 15 Régions, 120 antennes) intervient dans le financement de projets sous forme de micro crédits auprès de porteurs de projets d'origine et de nature variées. Le CRM Salesforce est utilisé pour gérer la relation commerciale entre l'ADIE et ses clients. Dans une dynamique de transformation digitale, l'ADIE souhaite mettre à la disposition de ses clients un Espace Client afin de simplifier et de fluidifier les échanges.

## La réponse

- Partager l'information « descendante » multimédia de l'ADIE vers ses clients
- Travail collaboratif entre clients ADIE et entre les clients et les conseillers
- Automatiser des tâches (prise de rdv, requête, selfcare...)

Une évolution du CRM et création de l'Extranet Communities ainsi qu'une intégration paybox pour le paiement en ligne.



# Développement d'un projet de retargeting mobile

## SDK Mobile. Retargeting.

### Le challenge

Adikteev est un des leaders mondiaux du retargeting mobile, en permettant à ses clients d'augmenter leur fidélisation, et de réengager leurs utilisateurs pour générer des revenus supplémentaires.

Cependant, les récentes évolutions réglementaires et technologiques ont changé la donne dans le monde du retargeting, et Adikteev souhaitait développer de nouveaux use cases pour ses clients finaux en leur donnant la possibilité notamment d'intégrer un nouveau SDK directement au sein de leur applications.

### La réponse

L'accompagnement de Niji s'est définit de la manière suivante :

- ✓ Constitution d'une équipe experte sur le mobile
- ✓ Développement d'un SDK mobile à destination des clients finaux de Adikteev.
- ✓ Support et maintenance

The collage includes:

- A top banner for "adikteev" with the tagline "THE MOST ADVANCED USER ACTIVATION PLATFORM". It shows a smartphone displaying a game with the text "HAPPY SAVORS" and "PLAY NOW".
- The "WE ARE" section featuring the Adikteev logo and a brief description: "Addikteev is the leading app re-engagement platform for performance-driven marketers, consistently ranked in the top 3 of the AppIndex Performance Index. We help the world's top spending app publishers increase retention, re-engage churned users and drive incremental revenue. App publishers in gaming, e-commerce, on-demand, services and entertainment rely on us to deliver made-to-measure strategies, creatives and algorithms."
- A "PERFORMANCE INDEX" badge with a blue ribbon.
- A section titled "3 reasons to re-engage your audience:" with three icons: a red bar chart for "60% HIGHER RETENTION RATES", a green line graph for "30% INCREMENTAL REVENUE", and a yellow shopping cart for "20% MORE IN-APP ACTIONS".
- A "WHAT SETS US APART" section with three USPs:
  - USP #1: "Pre-launch analysis and custom strategy". It discusses budget allocation and the creation of a pre-launch analysis and strategy.
  - USP #2: "Memorable & immersive custom creatives". It highlights the in-house design team's ability to create high-quality, memorable ads.
  - USP #3: "From segment to user-level optimization". It explains how the platform optimizes campaigns at the user level.
- A "niji" logo in the bottom right corner.

# Mise en place d'une Digital Innovation Factory

Nouveaux produits. Tech. UX. UI. Développement agile

## Le challenge

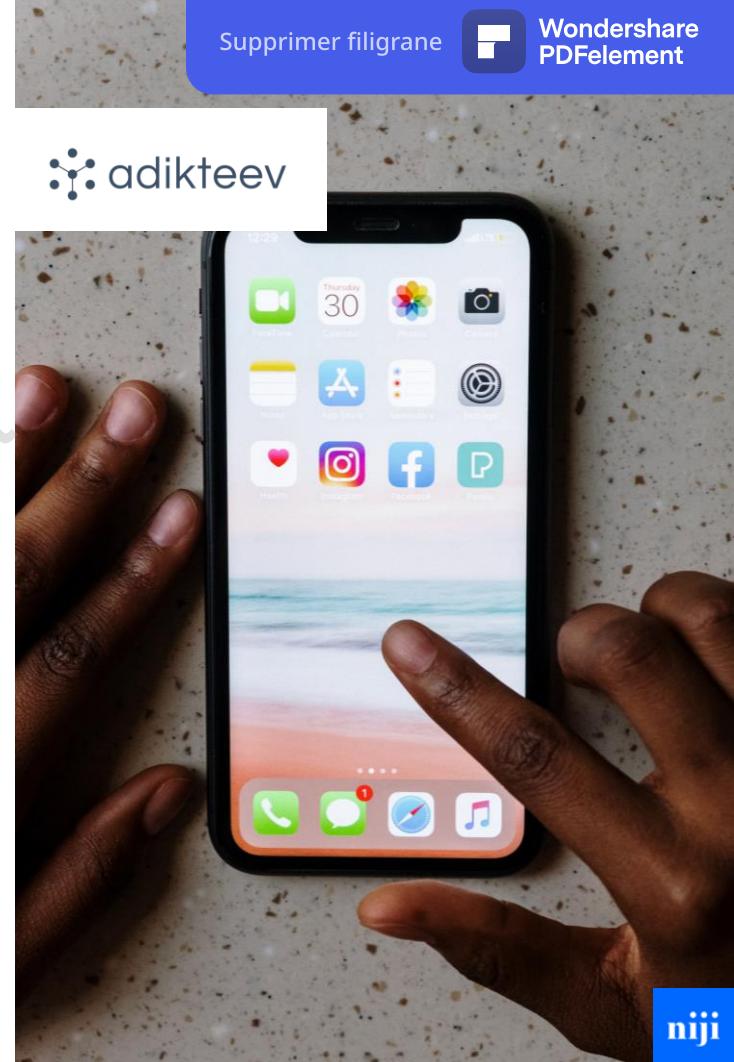
Adikteev est une startup leader du marché de l'Adtech (Advertising Tech). Leur produit principal est une solution permettant de faire du retargeting mobile (des pubs ciblées in-app pour vous faire revenir sur vos applis ou vos jeux préférés).

Souhaitant lancer de nouveaux produits mais n'ayant pas la bande passante suffisante pour le faire en interne, Adikteev a sélectionné Niji comme partenaire pour développer ses nouveaux concepts et MVP, via une Digital Factory dédiée, avec une forte orientation autour de l'innovation et l'IA.

## La réponse

Niji s'engage à relever ce challenge de la manière suivante :

- ✓ Mise en place d'une feature Team dédiée pour chaque projet, avec un staffing adapté (front, back, mobile, data engineer...)
- ✓ Engagement au sprint pour garantir une vélocité sur le delivery des projets
- ✓ Support UX et UI dès la conception des projets pour démontrer la valeur des projets de manière optimale



# Développement du SDK de retargeting Mobile

## Retargeting Mobile. SDK. iOS.

Créé en 2012, Adikteev est un des leaders dans le monde de l'app retargeting. La société a consolidé une solide position dans le monde du jeu mobile en particulier.

Avec l'arrivée d'iOS 14 et de l'app tracking transparency, l'accès à l>IDFA est rendu impossible et la stratégie d'app retargeting doit être adaptée en conséquence, ce qui impose à Adikteev de pivoter rapidement sa stratégie sur iOS.

Afin de développer les revenus complémentaires, Adikteev souhaite lancer une ligne de cross-promotion , et cherche un partenaire expert sur les questions mobiles afin de développer un SDK pour leurs clients développeurs, qui saura travailler en lien direct avec les équipes de dev back-end Adikteev.

Niji réalise en collaboration avec les équipes Adikteev le SDK de X-promotion sur iOS. Cela inclut, la réalisation du SDK, la documentation et l'ensemble des éléments nécessaires à l'intégration de la solution SDK



# L'expérience voyageur au cœur de la stratégie de conquête de nouveaux clients

Application B2C. Design. Développement natif.

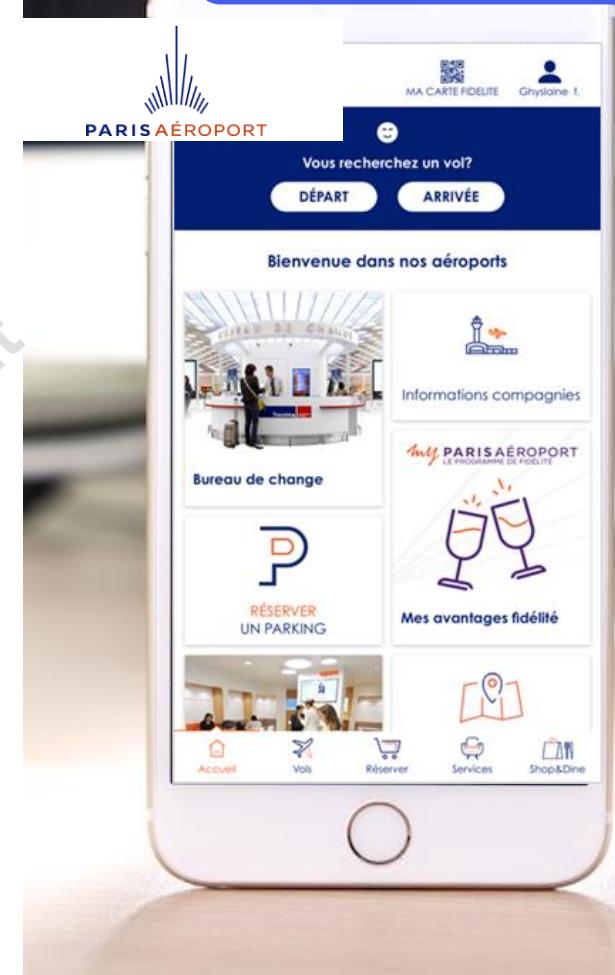
## Le challenge

Dans un contexte concurrentiel très fort, où l'expérience client en aéroport influence le voyageur dans le choix de ses escales, ADP souhaite s'imposer comme un acteur majeur de la mobilité aérienne. Cela passe par la mise à disposition d'une application orchestrant la totalité des fonctionnalités et des services à destination de ses clients, leur permettant de préparer au mieux leur voyage.

## La réponse

- Approche « user-centric »
- Optimisation du Design
- Repenser le socle technique et applicatif sur IOS & Android
- Transformer le rythme de delivery nouveaux services
- Un déploiement en 11 langues

Repenser l'application pour améliorer l'expérience voyageur - 1,000,000+ Téléchargements



# Cadrage Stratégie E-commerce

Cadrage. Stratégie e-commerce. Transformation.

## Le challenge

L'aéroport de Bordeaux (qui exploite des espaces lounge + parking + duty) souhaite revoir sa stratégie e-commerce : les ambitions, les parcours et tunnel achat ainsi que les outils qui vont servir cette ambition.

Afin de répondre à ce challenge, Niji a mené une mission de cadrage du besoin pour mettre en place et sélectionner la nouvelle stratégie e-commerce.

## La réponse

L'accompagnement de Niji s'est définit de la manière suivante :

- Etude du périmètre existant ainsi que le cadrage des besoins
- Aide / Conseil au choix de la solution e-commerce adéquate
- Préparation de consultation comprenant la rédaction du CDC et la réalisation d'une estimation budgétaire
- Analyse des offres et recommandations



niji

# Improve the traveler experience in airport

B2C Mobile. App. Design. Development. User Experience

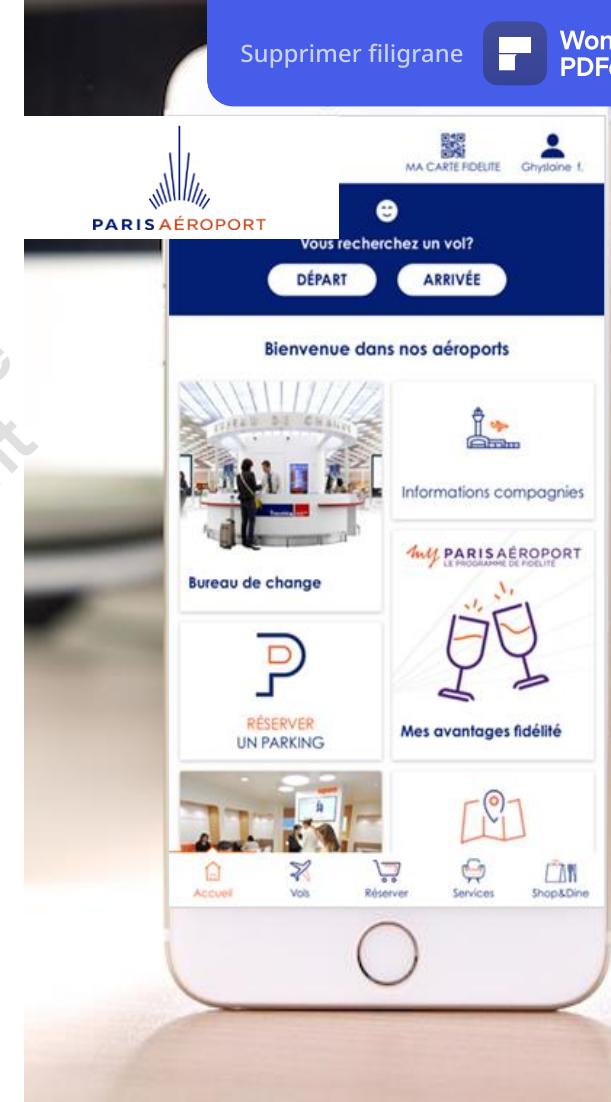
## The challenge

In a strong competitive market, where customer experience in airport influences the traveler in his choice of stopover, Aéroport de Paris wants to become a major player in the sector

## The Answer

Niji is committed to meeting the challenge in the following ways

- ✓ User centric approach
- ✓ Design optimization
- ✓ Re-think the technical base of the iOS & Android application
- ✓ Use a new delivering methodology
- ✓ Continuously deliver new services & improve the application
- ✓ Deployment in 11 languages in the world



# Transformer l'organisation à l'agile à l'échelle

## Audit de maturité. Gouvernance.

### Le challenge

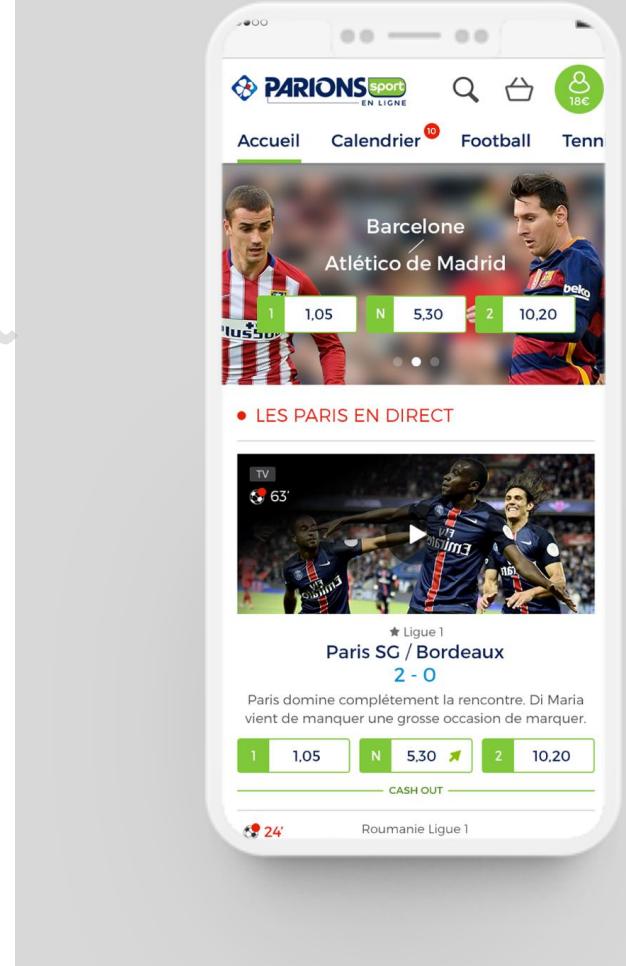
AG2R La Mondiale souhaite accélérer sa transformation et tenir les jalons clés de sa roadmap digitale, dans ce cadre, Niji a accompagné les équipes digitales d'AG2R La Mondiale sur 3 axes :

### La réponse

- Positionner l'agilité au cœur de la démarche de transformation digitale
- Definir leurs rôles auprès des équipes métier et des équipes de développement, tout en impliquant les utilisateurs pour mesurer la valeur apportée
- Entreprendre une démarche de conduite de changement auprès des acteurs métiers
- Aligner les parties prenantes autour de la vision digitale, et d'une feuille de route commune.
- Réassurer sur l'agilité et son fonctionnement pour accompagner le delivery.
- Renforcer la gouvernance pour suivre l'évolution du changement
- Renforcer la gouvernance permettant de partager autour des KPIs identifiés à mesurer en fonction des objectifs



Exigences	Profils			
	Directeur	Manager	Consultant Senior	Consultant junior
Avoir une expérience avérée dans la conduite du changement et avoir démontré ses capacités de pédagogie, si possible en environnement de production nucléaire,				
Être en mesure de mener des actions d'accompagnement sur plusieurs projets à la fois,				
Être en mesure d'identifier les irritants des populations accompagnées afin de proposer les accompagnements nécessaires à l'amélioration du parcours utilisateurs				
Être capable de construire les livrables d'accompagnement au changement,				
Bonne connaissance du référentiel EDF et des acteurs clés des projets,				
Savoir composer des groupes de travail, piloter leur préparation, et participer à leur conduite pour garantir leur efficacité (notamment amener le groupe à une prise de décision rapide),				
Savoir appuyer les responsables métier dans la définition et la mise en oeuvre de plans de communication, de mobilisation et de formation,				
Être capable d'avoir une visibilité transverse sur différents projets (impacts métiers/parcours utilisateur transverse projet),				
Être capable de piloter et suivre l'avancement du déploiement en lien avec la gouvernance du projet,				
Savoir reporter et identifier les éléments nécessitant une alerte ou un appui supplémentaire aux responsables métier,				
Pouvoir apporter aux responsables métier et l'équipe de direction (tableau de bord, tenue des instances, respect des délais...),				
Maîtrise du français indispensable,				
Être capable de rechercher l'information et être force de proposition				
Avoir une importante ouverture d'esprit, des facultés d'écoute et de communication ainsi qu'une rigueur à appliquer une méthodologie				
Savoir rassembler et animer des réseaux à enjeux différents (stratégique, opérationnelle, pérennisation...)				



# 6Play – Valorisation CRM de l'onboarding

#CRM #stratégie #content #créationgraphique #intégrationHTML

## Le challenge :

M6 a sollicité Niji afin de répondre à une problématique CRM concernant les scénarios d'accueil sur la plateforme 6play.

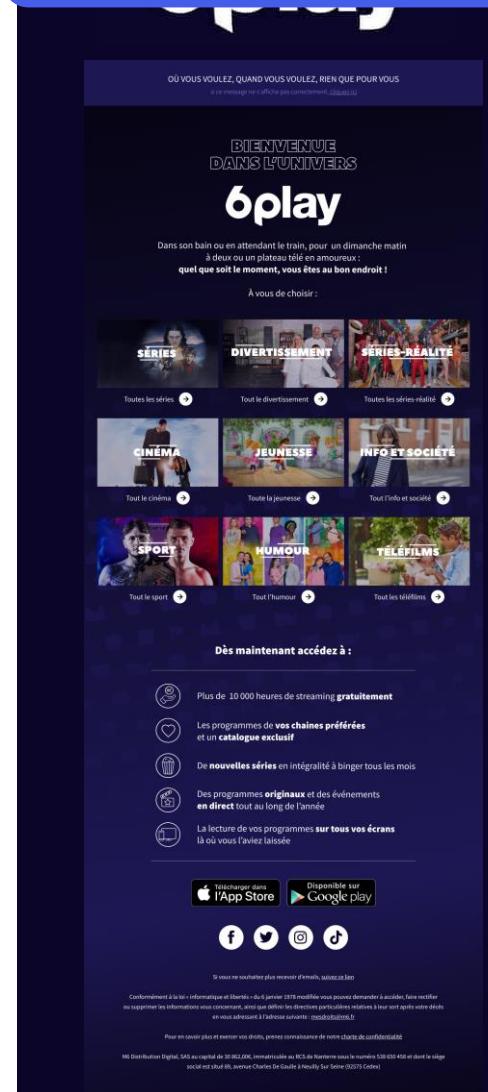
La volonté de M6 était d'activer rapidement les inscrits sur la plateforme et d'anticiper. La chaîne n'avait pas de données sur les inscrits n'ayant rien consommé et n'envisageait pas d'inclure d'éléments dynamiques dans cette communication.

## La mission devait notamment adresser les enjeux suivants :

- Activer les inscrits, mettre en avant le catalogue 6play, notamment celui de la nouvelle chaîne : Le live by 6play.
- Valoriser le catalogue et tous les types de vidéos (programmes originaux 6play, nouveaux formats vidéos etc....).

## Les livrables :

- Note stratégique sur les enjeux d'onboarding des nouveaux inscrits
- Benchmark concurrentiel
- Création graphique et rédaction des différents emails
- Intégration HTML des différents gabarits d'emails



# Création d'une application Mobile « Enseignants »

Développement. Application Mobile. IOS. Android. Design. UX. UI.  
Maintenance.

## Le challenge

Acadomia, le leader du soutien scolaire a souhaité créer une application à l'intention des Enseignants pour répondre à divers objectifs qui sont :

- **Communication** : Affirmer l'image d'une marque moderne, apporter une cohérence d'image entre tous les supports, affirmer l'importance des enseignants pour la marque
- **Marketing** : Confirmer la compréhension des problématiques des enseignants, confirmer la promesse d'outils pour mieux travailler, développer le lien avec la marque, imposer un réflexe mobile pour faciliter sa gestion
- **Business** : Outiller la déclaration des cours dispensés pour fluidifier les flux financiers et optimiser les délais de paiement

Cette application permet aux enseignants Acadomia :

- De déclarer en mobilité leurs heures de cours
- Accéder à la liste des élèves suivis et à l'agenda des cours
- D'obtenir des informations sur le paiement des prestations effectuées
- De rédiger directement depuis l'application des bilans trimestriels, semestriels ou de fin de cours grâce à des formulaires intuitifs

Afin de répondre à ces besoins, Acadomia a sollicité Niji afin de réaliser ce projet de création d'application mobile.

## La réponse

Niji s'est engagé à relever ce challenge de la manière suivante :

- ✓ Développement d'une application mobile version IOS et Android
- ✓ Définition de l'arborescence
- ✓ Réalisation d'ateliers de créations et d'idéations
- ✓ Création de wireframes design pour l'application, maquettage graphique
- ✓ Tests et Recettes de l'application
- ✓ Maintenance et garantie de l'application



# Conception UX de la fiche Hôtel

Design d'interfaces. Test utilisateur. Développement front.

## Le challenge

Refondre les fiches hôtels de l'ensemble des adresses du groupe Accor Hôtels à travers le monde, pour mieux répondre aux attentes des visiteurs, convertir, et communiquer sur la nouvelle identité de marque du groupe.

## La réponse

- Rationalisation et priorisation des données clés à présenter aux visiteurs
- Conceptualisation des interfaces en Responsive Design
- Développement Front
- Test utilisateur

