



Changeons les pratiques numériques

Les usages numériques bouleversent notre **organisation du travail**

65%

De nos journées sont consacrées au traitement des **emails**, des **messages collaboratifs** ou en **réunion**

De temps de **concentration** entre chaque interruption numérique dans nos journées

3 min

70%

Des collaborateurs souffrent de la **perte des émotions** apportée par la collaboration digitalisée

Part des emails considérés comme **inutiles** par les collaborateurs – 34% des emails internes ne sont même jamais lus

70%

55%

Des collaborateurs sont en difficulté avec les nouveaux **outils collaboratifs**

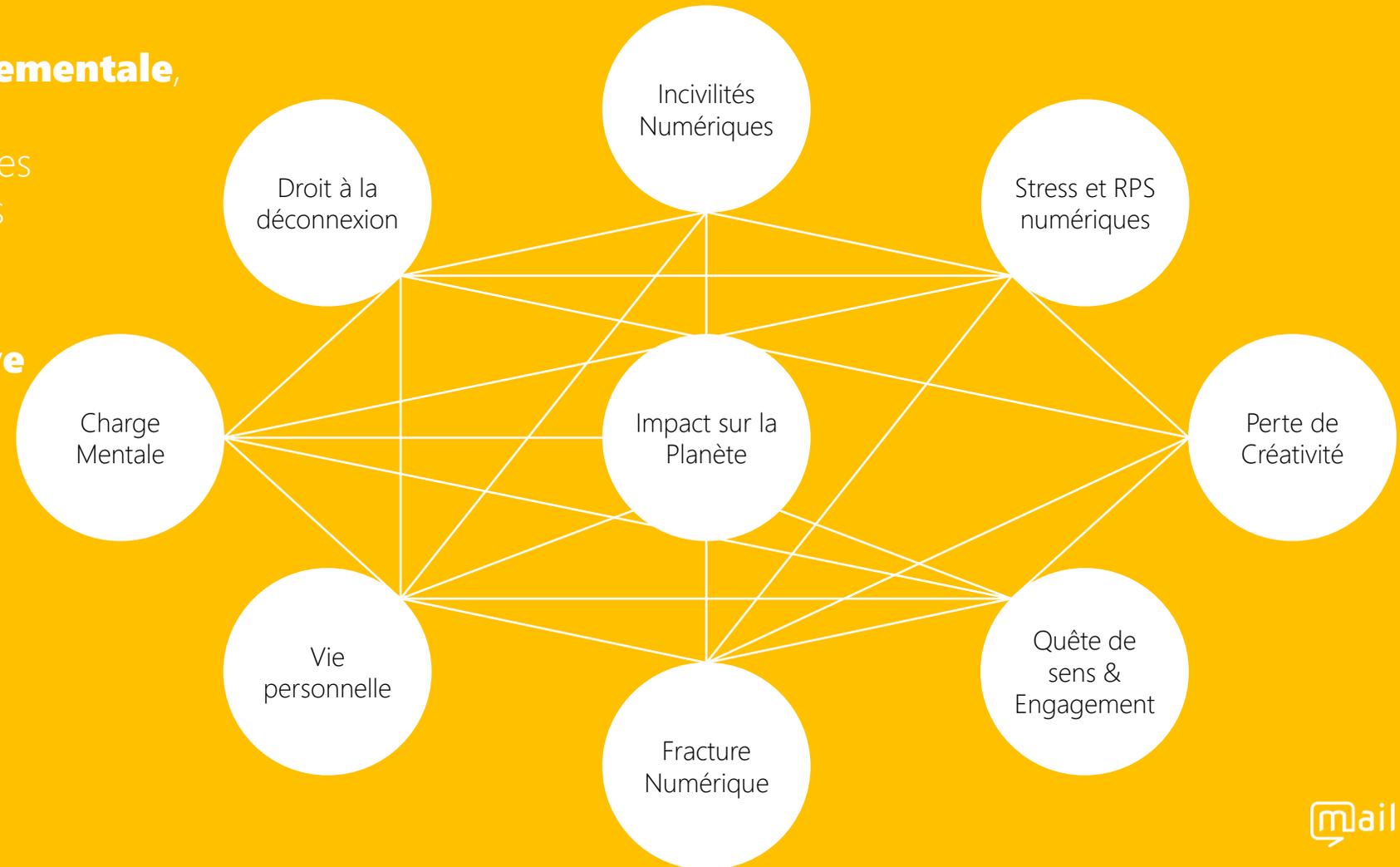
L'infobésité est un enjeu **stratégique**

S'attaquer au problème de l'infobésité ne peut se faire que de façon holistique

L'urgence est **environnementale, sociale, et sociétale.**

Elle est perçue par tous les collaborateurs connectés

La réponse est **individuelle, collective et organisationnelle**



Mailoop transforme les **pratiques numériques**

— de stress numérique

— de mauvaises habitudes
et de perte de temps

— de conflits

— d'impact carbone
numérique



+ de qualité de vie au travail

+ d'attention et de
concentration

+ d'alignement et
d'engagement

+ de sens et d'efficacité

Mailoop adopte une approche **unique**

Nouveaux usages RPS numérique QVT Efficacité Impact CO₂ Egalité f/h

TRANSVERSALE ET MULTIDIMENSIONNELLE

*Audit /
Vision stratégique*



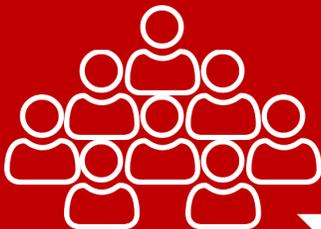
DG

*Formation /
Coaching*



Managers

*Gamification /
Responsabilisation*



Salariés

INCLUSIVE

- > Centrée sur le changement des **comportements**
- > Orientée **amélioration continue**
- > Pilotée par la **donnée**

「 **Changeons les comportements plutôt
que les outils** 」



Nos solutions pour la transformation des pratiques digitales au sein des organisations

1

Conseil

Vous aider à objectiver les enjeux, à adopter une vision stratégique des usages numériques

> **Mailoop@Insights : Mesurer les usages pour piloter la stratégie**

- Atelier de sensibilisation auprès du Top Management sur les dangers de l'infobésité
- #LabMailoop : groupes d'open innovation sur l'analyse des usages numériques (égalité f/h – bien-être digital – bilan carbone numérique)
- Mailoop@Insights : analyse des usages numériques pour alimenter les KPIs de la transformation de votre organisation

2

Formation

Formez vos managers aux compétences clés de l'intelligence digitale

> **Mail@Academy : Développer les managers**

- 6 semaines de parcours pour changer ses pratiques digitales selon 3 axes :
 1. Efficacité numérique personnelle ;
 2. L'Art de l'email ;
 3. Diffuser les meilleures pratiques d'interaction numérique
- Formule inter-entreprises ou intra

3

Transformation

Outillez vous pour changer durablement les pratiques et mesurer l'impact

> **Campagne@Mailoop : Changer les pratiques de l'entreprise**

Campagnes de transformation (4 à 12 mois) :

- Micro-feedback continu (email, réunion)
- Analyse des pratiques numériques
- Gamification et animation pour engager les collaborateurs.rices
- Alignement progressif autour d'un corpus de bonnes pratiques

Focus : les **campagnes** Mailoop

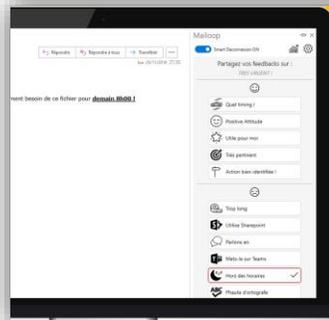
Les 4 piliers de la transformation

Libérer la parole



**FEEDBACK 360°
CONTINU**

**Canal de feedbacks
anonymes et continus entre
collaborateurs et analyse**



**Exprimez enfin
vos feedbacks
sur les e-mails
de vos collègues**

**Objectiver et mesurer
les usages**



ANALYTICS

**Analyse flux d'e-mails et de
réunions et de l'exposition
aux RPS numériques**



**Chaque mois,
consultez votre
tableau de bord
-
Suivez
vos progrès**

**Gamifier la
transformation**



CHALLENGE

**Mobilisez mois après mois
les équipes sur des
challenges précis pour ancrer
les bonnes pratiques**



**Relevez
les défis
Mailoop**



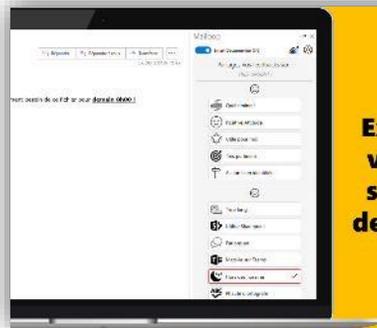
MAIL ACADEMY – former aux meilleures pratiques

1. Libérez la parole sur les usages numériques



FEEDBACK 360° CONTINU

**Canal de feedbacks
anonymes et continus entre
collaborateurs et analyse**



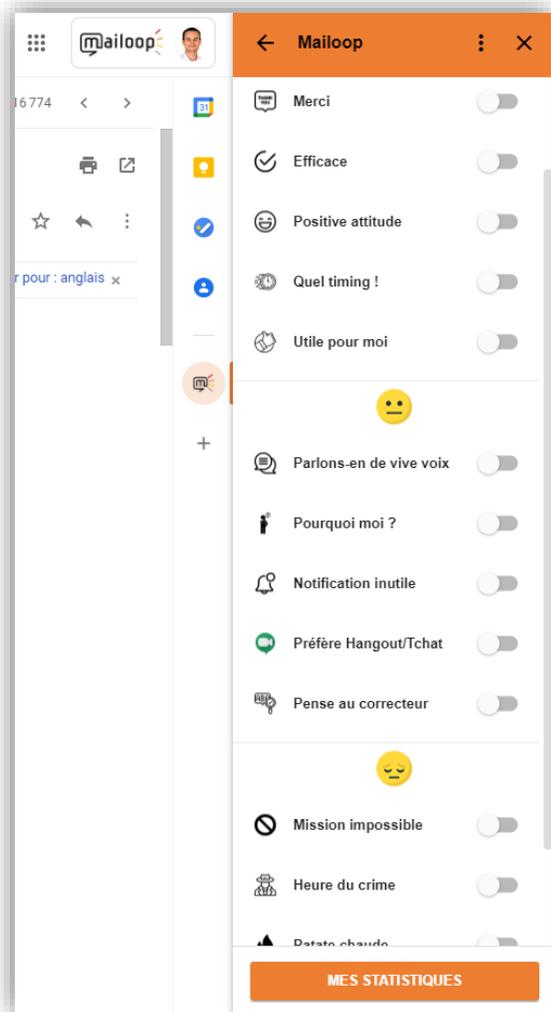
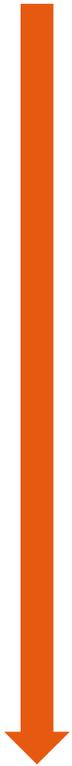
**Exprimez enfin
vos feedbacks
sur les e-mails
de vos collègues**

**Qualifier les irritants de
votre communication**

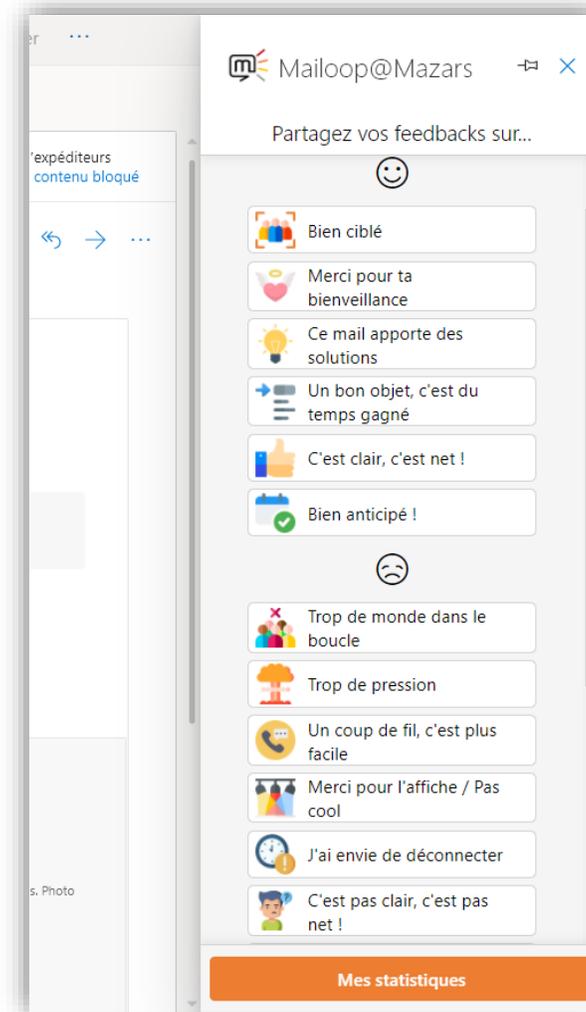
- Anonyme
- Constructif
- Spécifique
- 360 individuel et par équipe



Mailoop Feedback : le cycle qui libère la parole sur les emails et réunions pour responsabiliser chacun



Choix des
feedbacks
Mailoop



2. Objectivez les usages pour aider à la prise de conscience individuelle et collective



ANALYTICS

Analyse flux d'e-mails et de réunions et de l'exposition aux RPS numériques



Chaque mois, consultez votre tableau de bord - Suivez vos progrès

Mesurer en temps réel

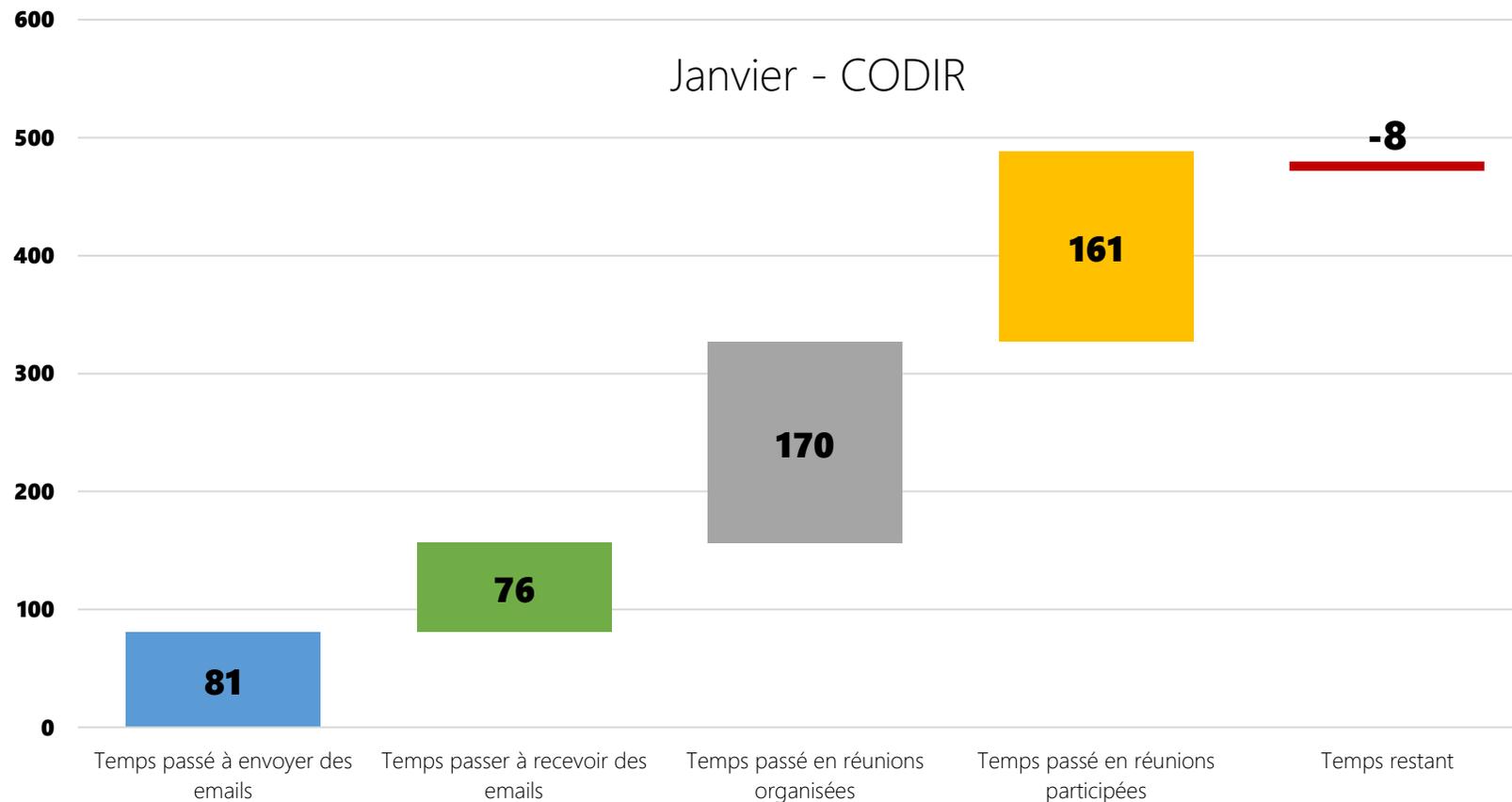
- Confidentiel & personnel
- Responsabilisation individuelle
- Pilotage collectif
- Suivi à base comparable de la transformation des pratiques



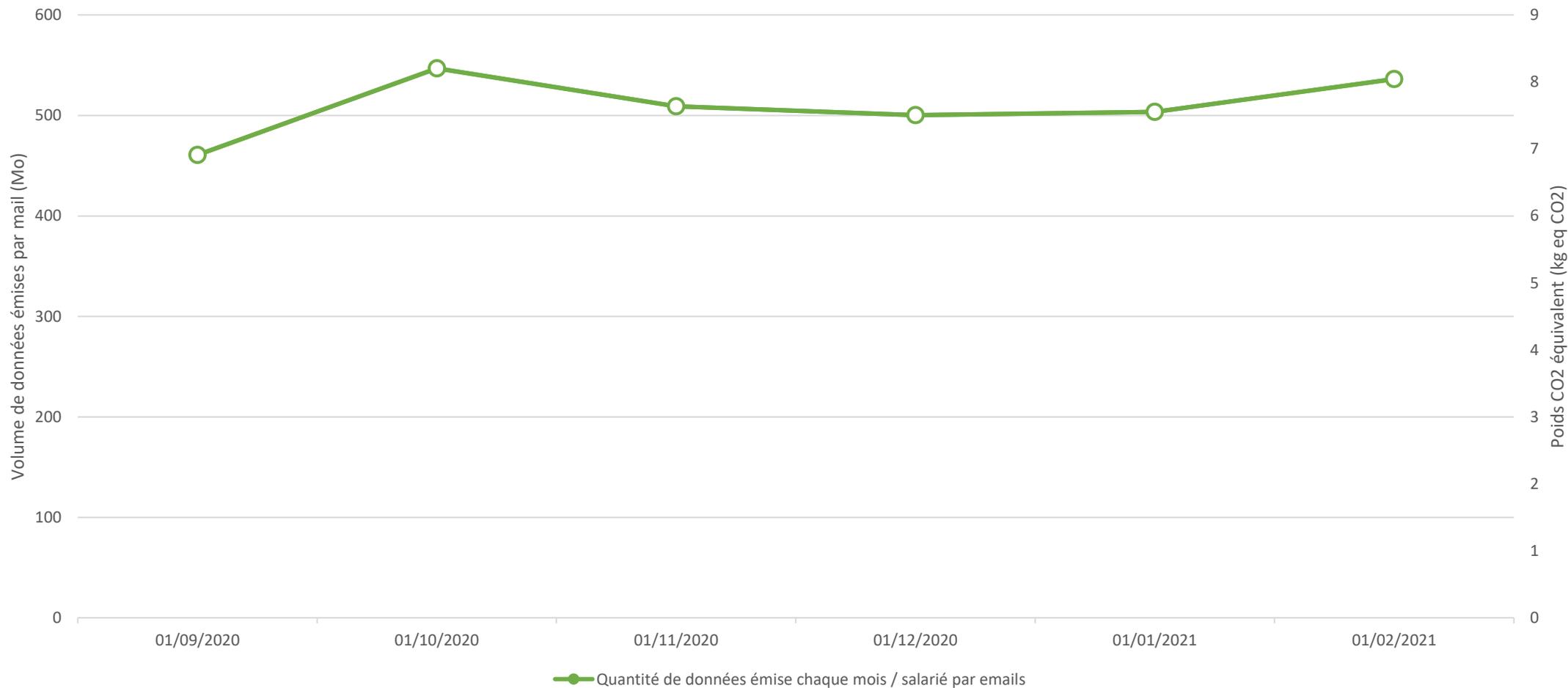
Mailoop@Analytics

Ex : analyse d'équipe : le temps restant d'un CODIR

- Evolution par mois du temps « utile » disponible, une fois les réunions, les envois de mails, et le traitement des emails retiré. Base : 8h = 480 minutes utiles par jour



Analyse d'équipe : quantité de CO2 moyenne émise par mois par utilisateur à cause des emails



240 tonnes par an pour l'équipe de 2500 personnes étudiée ici
(hypothèses Ademe – 15 g eq CO2 / Mo d'emails)

3. La campagne Mailoop et son animation

Etudes de cas – Captation d'une vision fédératrice



Yves Legros, DG de Candia
#Productivité
#GainDeTemps



Florence Sardas, COMEX de Mazars
#ExpérienceCollaborateur
#QVTNumérique

Etude de cas : la scénarisation de la campagne



Juillet – Challenge du Feedback Mailloop
Ancrer la culture du 360° au quotidien

Août – Challenge de la déconnexion
Apprendre à déconnecter

Septembre – Challenge Parole 2.0
Il n'y a pas que l'email dans la vie !

Octobre – Challenge Ciblage
Réduire les boucles de mail, pour réduire le volume d'information

Scénarisation de la campagne Mailloop :

Un **objectif** concret et mesurable



Un **sponsor** qui prend position



Une capsule de **sensibilisation**

mazars

Janvier
L'empathie numérique

Février
Le stress numérique

Mars
La valeur ajoutée

Avril
Le ciblage

Mai
La déconnexion

Juin
Le multicanal

Juillet
La relation client 2.0



Zoom sur ... les super-héros du mois

- Chaque mois, Mailoop délivre à chaque collaborateur une vue **synthétique** et **ludique** de ses pratiques numériques
- Chaque super-héros traduit un comportement précis étudié lors de la campagne – ils peuvent être customisés selon les objectifs du Client

Mes Badges ce mois-ci ★ Enlever des favoris

Batman Flash l'Eclair Bond, James Bond Spiderman Starlord Pr Xavier

Votre moment favori, c'est la nuit !
Essayez d'envoyer moins d'e-mails le soir, certains collègues de vos collègues ne vivent peut-être pas autant la nuit.
Recette : Plus de 5 emails envoyés entre 20h et 8h.

Timide Iron Man Elastigirl Dracula Avengers

Les badges Mailoop vous donnent une vision simplifiée et ludique sur vos pratiques ce mois-ci. Votre charge de travail explique sûrement certains d'entre eux, Mailoop n'est là que pour vous aider à prendre conscience de vos habitudes et à cibler les zones de progrès !

4. La formation aux meilleures pratiques numériques, levier de la transformation et de la décentralisation

- Programme Mail Academy :
 - Capsules de webinaires intégrées dans les campagnes, chaque mois, sur chacune des thématiques choisies : des chiffres, de la théorie, de la pratique et des benchmarks pour comprendre ce qu'il se cache derrière nos emails
 - Formation de la communauté des **Animateurs Mailoop** :
 - 4 demies-journées en distanciel pour 20 à 30 animateurs qui seront les leaders de la transformation des pratiques numériques
 - Programme créé par Arthur Vinson (CEO Mailoop), Nicolas Guy (Lab RH, CEO Craft), et Sophie Chabanel (Ecrivaine et coach en entreprise)
 - J1 : comprendre les enjeux stratégiques du trop plein d'information
 - J2 : maîtriser son environnement de travail numérique
 - J3 : travailler son exemplarité numérique – l'Art de l'Email
 - J4 : savoir conduire le changement – lever les croyances numériques

**Pour aller plus loin : REX, Modalités,
Tarifs, Besoins techniques**

Cas Client : mazars

1200 personnes, 6 mois



1. **Mobilisation** de l'équipe projet transversale

<https://youtu.be/ukjFtev4qCM>



3. **Formation** des animateurs à l'exemplarité et à conduite du changement des pratiques numériques



4. Choix des **feedbacks**

1 challenge
=
1 animation
x
1 sponsor
x
1 webinaire
x
1 objectif

5. **Scénarisation** de la campagne

Janvier	L'empathie numérique
Février	Le stress numérique
Mars	La valeur ajoutée
Avril	Le ciblage
Mai	La déconnexion
Juin	Le multicanal
Juillet	La relation client 2.0



Mailoop, ça demande quel investissement ?

- **Moins de 5 secondes** pour faire un feedback et faire changer les pratiques
- **5 minutes** pour découvrir ses statistiques hebdomadaires
- Si intéressé.e : 1h de webinaire Mailoop / mois sur chaque thématique



DG / CODIR

- 45 min de tournage



Managers

- 15 min par mois en réunion d'équipe pour parler des résultats / évolutions



Salariés

- 100 % volontaire : faire des feedbacks, participer aux webinaires, s'intéresser à son tableau de bord... Pas d'injonction au changement !

Prérequis techniques (documentation détaillée sur demande)

- Pour **Mailoop Feedback** :

- Environnement Gsuite

ou

- Exchange \geq 2013 ayant les dernières mise à jours

- Outlook \geq 2013 ayant les dernières mises à jours

- Accès réseaux des postes de travail pour le déploiement d'un web addin

- Pour **Mailoop Analytics** :

- Environnement Gsuite

ou

- Exchange Online

Phasage type d'une campagne Mailoop

2 mois

- Préparation d'une campagne Mailoop :
 - Côté IT : nous menons les discussions avec les RSSI, Responsables Poste de Travail, Responsable Messagerie et DPO pour établir le cahier des charges technique du déploiement de la solution (hébergement, modalité, procédures)
 - Côté Animation : nous animons une équipe projet chez le client, qui va construire une vision autour de la transformation des pratiques numériques ; réfléchir aux KPIs de la transformation ; paramétrer les outils de feedbacks Mailoop (liste de micro-feedbacks) ; scénariser la campagne sur 6 mois pour aborder la problématique sous les angles les plus parlant pour le client ; construire un plan de communication interne ambitieux pour mobiliser à tous les niveaux
 - Formation des animateurs à la Mail Academy

6-8 mois

- Pendant la Campagne :
 - Les **outils de feedback 360°** continus, intégrés aux emails et aux réunions, sont déployés pour aider à la prise de conscience individuelle et collective
 - Mailoop fournit chaque mois à l'équipe projet **l'évolution des KPIs** de la transformation
 - Mailoop livre des **contenus d'animation** : article, chiffres, infographies, captation de vidéos des sponsors
 - Mailoop **forme les équipes** lors de webinars chaque mois sur chacune des thématiques identifiées.
 - Mailoop coach la communauté des animateurs lors de CODEV de 2h / mois

1 mois

- Après la Campagne :
 - Mailoop et l'équipe projet restituent au comité de direction le bilan de la campagne sur la base des KPIs identifiés au début
 - Le comité de Direction décide de la suite : campagne annualisée ; fonctionnement en continu ; déploiement à plus grande échelle... il existe aujourd'hui autant de scénarios que de clients Mailoop !

Budget estimatif

Parcours de 4 à 12 mois

	100 à 500 p	500 à 1500 p	1500 à 3000 p	+ de 3000 p
1. Setup IT (GSuite ou Office 365) – une seule fois (fortement lié au contexte IT) - Etude de faisabilité pour les Grands Comptes à prévoir pour estimer précisément les coûts de déploiement	5 k€	<ul style="list-style-type: none"> 3 k€ : étude de faisabilité technique : RSSI / RGPD / CDC Technique Estimation précise suite à l'étude selon environnement et choix IT : 5 à 20 k€ - GO / NO GO 		Sur demande
2. Préparation de la campagne (ateliers, supports, vidéos, animation de l'équipe, webinar de lancement...); selon périmètre	5 k€	10 k€	15 k€	
3. Analyse des données rétroactive (en option : préparer les tableaux de bords avec les 12 derniers mois avant Mailoop)	12 €/boîte	10 €/boîte	8 €/boîte	
5. Campagne Mailoop : licences + animation + contenus + webinars	3 k€/mois	4.5 k€/mois	6 k€/mois	
Parcours Mail Academy (20 à 30 personnes) – 4 demies journées	20 k€ la session Intra			

Nous contacter

- Nos bureaux :

- Cyclotron, chez Enedis
80 Avenue du Président Wilson, 92800 Puteaux



- L'équipe :

- Edouard Etancelin, CTO
- Thibault Gouache, CSO



ARTHUR VINSON

CEO Mailoop

arthur.vinson@mailoop.com

06 27 99 13 31

Un écosystème complet autour de Mailoop, connu et reconnu par de multiples distinctions

DISTINCTIONS



Anact
L'AGENCE NATIONALE
POUR L'AMÉLIORATION
DES CONDITIONS DE TRAVAIL

Atos
Prix Handi-
Entrepreneur 2018

Lauréat du
Transformateur
Numérique

Manpower
Prix Vivatech 2017

**REVO
LUTION@WORK**
Are you
in?
BY PARIS LA DÉFENSE

Prix et coup de
cœur du jury 2017

unLeash
Finaliste Startup
Award, 2019

**CERCLE
HUMANIA**
Prix Human'Up 2017

**TROPHÉES
DU BIEN-ÊTRE &
DE LA QUALITÉ DE VIE
AU TRAVAIL**

Lauréat - 2020

ACCOMPAGNEMENT



WILCO
ACCÉLÉRATEUR DES STARTUPS D'ÎLE-DE-FRANCE

Promotion S2 2018

PARIS&CO
Première promotion RHizome

**TELECOM
Management** **TELECOM
SudParis** **ensiie**
IMT Starter

Incubateur Tech'

CLIENTS



dalkia
GROUPE EDF

BD

candia **NATIXIS**

**Schneider
Electric** **RÉGION
NORMANDIE**

**PARIS
LA
DÉFENSE** **GROUPE POCHET**
L'EXCELLENCE EN HÉRITAGE

mazars **enedis**

**bouygues
TELECOM**

RESEAUX



happytech

**LeLab
RHU**

S'lab
The business accelerator
by Paris La Défense