

CONDUIRE LE CHANGEMENT DANS UN PROJET SI

CODE STAGE : P-CCP

OBJECTIFS

Savoir construire un plan et un projet de changement en réduisant les risques

Connaitre les règles fondamentales pour bien communiquer, former et accompagner

Être en mesure d'initialiser et de maintenir une dynamique de réussite d'un projet de changement

Connaitre les outils clés de succès à maîtriser pour augmenter la probabilité de réussite

DURÉE

2 jours

PUBLIC

Responsable de conduite du changement, manager d'activité en transformation, directeur et chef de projet, consultant en organisation et SI mais également membre de la maîtrise d'ouvrage (MOA)

PRÉ-REQUIS

Aucun

PROGRAMME

1ÈRE PARTIE : COMPRENDRE, ANTICIPER, ÉVITER LES PIÈGES DU CHANGEMENT

COMPRENDRE LES CAUSES ET LA NATURE DES RÉSISTANCES AUX CHANGEMENTS

Typologie des besoins de changement

Problématique des entreprises et des collaborateurs

Les causes profondes des résistances : quelles conséquences ?

Le processus de réaction aux changements dans le temps : les cinq phases et leur problématique

MAÎTRISER LES SEPT AXES CRITIQUES DU CHANGEMENT DANS L'ENTREPRISE

Les trois chemins possibles du changement et comparatif

Comment anticiper ou lever les résistances pour réussir un projet de gestion du changement ?

Quels sont les sept axes critiques à maîtriser pour réussir un changement : le sens et sa diffusion, les acteurs, la gestion d'impact et de risques, le mode de gouvernance du changement et la communication, le déploiement d'un système d'information, l'organisation et la prise en compte de la maturité de l'entreprise

2ÈME PARTIE : PHASE DE CONSTRUCTION D'UN PROJET D'ACCOMPAGNEMENT DU CHANGEMENT

LE PROCESSUS GLOBAL DU CHANGEMENT

La démarche générale de la conduite du changement

Élaborer la stratégie globale de déploiement et de conduite du changement associée, en prenant en compte tous les paramètres : le business, les hommes, l'organisation, les processus, le système d'information

L'ANALYSE DES CHANGEMENTS

Analyser l'impact des changements. Comment mener rapidement un diagnostic objectif ? Les pièges à éviter

Élaborer la cartographie socio-dynamique

Évaluer les risques du changement sur le business, les hommes, les structures, les processus. Analyse des pertes de productivité. Les actions à entreprendre pour les minimiser. Évaluer les risques de rejet. Quelles conséquences ? Comment s'y prendre pour minimiser l'ensemble des risques ?

Quelles actions raisonnables mettre en oeuvre ? Les conditions du succès

ATELIER N°1 : ÉLABORER UNE ANALYSE D'IMPACT À PARTIR D'UNE ÉTUDE DE CAS RÉELLE

LA CONSTRUCTION D'UN PROJET D'ACCOMPAGNEMENT AUX CHANGEMENTS

Définir et adapter les actions de changement et d'accompagnement au changement

Identifier les étapes, les planifier et budgéter les actions retenues : comment définir un bon timing des actions de changement ?

Formaliser les objectifs et les indicateurs du changement. Piloter et suivre les gains métier et financiers attendus des nouvelles activités : suivi et reporting des indicateurs à l'aide d'un tableau de bord

Organiser le projet de gestion du changement. Les différentes organisations possibles à mettre en oeuvre : avantages et inconvénients respectifs

Élaborer le plan général d'accompagnement au changement, définir les actions techniques à engager au bon moment et les alternatives.

LES COMPÉTENCES ATTENDUES DU MANAGER DU CHANGEMENT

Les qualités attendues.

Son rôle et ses moyens. Quelles sont les tâches à réaliser ? Comment définir ses objectifs à atteindre ?

3ÈME PARTIE : PHASE DE RÉALISATION D'UN PROJET D'ACCOMPAGNEMENT DU CHANGEMENT

DÉFINITION ET MISE EN OEUVRE DU PLAN DE COMMUNICATION

Les enjeux de la communication. Pourquoi, quand et comment communiquer ? La communication interne (CE, DP,

syndicats, personnel). La communication externe (clients, partenaires, actionnaires). Les supports et les canaux de communication

Construire un plan de communication ? Exemples

Les principes de base de la communication sur les projets de changement. Les meilleures pratiques : les règles de l'écrit et de l'oral. Le timing. La périodicité. Le contenu. Les messages clés selon la situation

Comment suivre l'exécution des actions de communication et évaluer leur efficacité sur le terrain ?

Les outils et les médias de la communication

Les enquêtes de satisfaction : intérêts et limites. Quelle fréquence ?

ATELIER N°2 : ÉLABORER UN PLAN DE COMMUNICATION À PARTIR D'UNE ÉTUDE DE CAS RÉELLE

DÉFINITION ET MISE EN OEUVRE DU PLAN DE FORMATION

Construire un plan de formation. Où sont les vraies difficultés ? Les enjeux

Les principes de base. Comment, par quels moyens et par qui ?

Le modèle d'évaluation de l'efficacité des formations

Les outils de la formation

ATELIER N°3 : ÉLABORER UN PLAN DE FORMATION À PARTIR D'UNE ÉTUDE DE CAS RÉELLE

DÉFINITION ET MISE EN OEUVRE DU PLAN DE SUPPORT ET D'ACCOMPAGNEMENT DES UTILISATEURS

Construire un plan d'accompagnement

Les principes de base. Comment, par quels moyens et par qui ?

Les outils d'accompagnement (coaching/ monitorat individuel et collectif, support hotline aux utilisateurs)

Les pièges à éviter

DÉFINITION ET MISE EN OEUVRE DU PLAN DE RÉORGANISATION

Construire un plan d'organisation des processus

Les principes de base : comment, quand, par quels moyens et par qui ?

Les outils de la réorganisation

Les pièges à éviter

LES INDICATEURS DE PILOTAGE DE LA CONDUITE DU CHANGEMENT

Mesurer l'acceptabilité du changement dans l'entreprise

Liste des indicateurs de pilotage

Les principes de base : quel tableau de bord mettre en oeuvre ?

