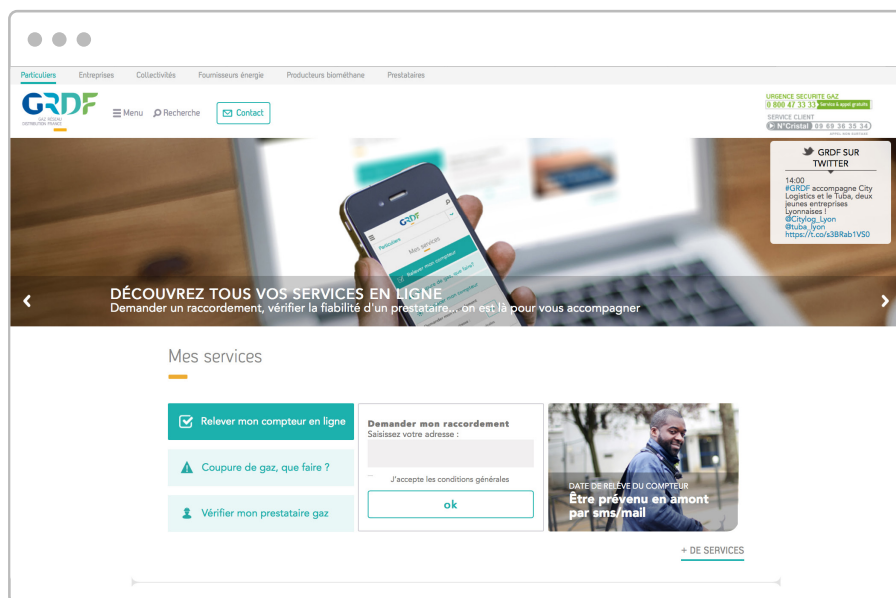


GRDF

Des sites modernes et mobiles, dotés de véritables parcours clients

www.grdf.fr



GRDF s'est doté d'une plateforme digitale complète pour la gestion de toute sa chaîne web. Grâce à cette « Factory As A Service », nous proposons aux métiers une solution clé en main en mode agile pour concevoir des sites modernes et mobiles, dotés de services à forte valeur ajoutée.



Franck Biet

Responsable Communication
& Collaboratif.

Organisation

Créée le 31 décembre 2007, GRDF, (filiale d'ENGIE, ex-GDF SUEZ) regroupe l'ensemble des activités de distribution de gaz naturel en France. Acteur stratégique du marché de l'énergie, GRDF agit en toute neutralité au service des fournisseurs, des partenaires de la filière, des collectivités locales et des clients.

Avec près de 11 500 collaborateurs, GRDF assume chaque jour ses missions de service public en acheminant l'énergie gaz naturel à 11 millions de clients, grâce aux 196 940 kilomètres de réseau de gaz naturel, qui en font le plus long réseau de gaz naturel en Europe. GRDF conçoit, construit, exploite, entretient et développe ce réseau dans plus de 9 500 communes, en garantissant la sécurité des personnes et des biens, et la qualité de la desserte.

Défi

Auparavant, de nombreux petits sites web étaient créés en région sans réelle homogénéité graphique ou technique. Les lancements d'appels d'offres engageaient des budgets et une perte de temps non négligeables pour, au final, des résultats disparates et générant peu de valeur. Par ailleurs, pour les sites web nationaux, connectés aux différents SI internes de GRDF, l'ambition de répondre plus rapidement aux nouveaux besoins ou aux évolutions exigeait de changer de paradigme.

C'est donc en 2013 que GRDF décide de se doter d'une plateforme digitale complète pour la gestion de toute sa chaîne web. « L'objectif de cette « Factory as a Service » était de proposer aux métiers une solution clé en main, en mode agile, afin de les accompagner dans la création de nouveaux sites et la refonte de l'existant » déclare Franck Biet, Responsable Communication & Collaboratif.

Cela passe par la mise en place d'un socle d'infrastructure avec des services transverses ainsi que le choix d'un prestataire unique pour faciliter les échanges. L'entité SOFIT (SOcle Fonctionnel Internet et Technique) est alors créée en interne pour centraliser la conception et la maintenance de l'ensemble des sites GRDF.

« A travers le choix d'un prestataire unique, la mise en place de SLAs, d'une méthodologie agile et d'un Cloud privé pour l'hébergement, SOFIT s'est donnée les moyens de concevoir des sites à valeur ajoutée, simples à utiliser, dotés de véritables parcours clients et adaptés à l'usage mobile » explique Franck Biet.

Décision

Liferay a été choisi selon plusieurs critères pour la refonte du site www.grdf.fr et la création d'une usine à sites événementiels.

« Nous voulions un portail moderne, souple et adapté à l'usage mobile. Avec l'arrivée progressive du compteur communicant Gazpar, il devait aussi être fiable et évolutif pour prendre en compte une cible de 11 millions d'utilisateurs » précise Franck Biet. D'un point de vue financier, l'équipe recherche une solution raisonnable avec un modèle de croissance contrôlé du nombre de licences. « C'est important, notamment pour des campagnes de communication où il peut être nécessaire de mettre en place des serveurs supplémentaires temporairement » indique Franck Biet.

Enfin, la solution Lifera y séduit de par sa forte communauté d'utilisateurs. C'est une solution éprouvée sur le marché et plébiscitée par les développeurs et architectes informatiques.

Valeur ajoutée pour l'entreprise

Grâce à sa nouvelle plate-forme digitale, GRDF propose des sites web répondant aux besoins de ses clients tout en assurant une homogénéité technologique et graphique.

En 2 ans, SOFIT a mené plus de 15 projets très différents avec succès. A l'exemple de ces deux projets phares :

RAPID'SITES

Premier projet de SOFIT, il s'agit d'une usine à sites permettant aux équipes métier de créer en toute simplicité des sites événementiels à la charte GRDF. Grâce à un « workflow » de demande, l'utilisateur complète un formulaire, sélectionne le modèle souhaité parmi un catalogue et suit l'évolution de sa demande en ligne. « Cela satisfait pleinement nos utilisateurs. D'autant que le délai de création d'un nouveau site est très court. Chaque demande passe de l'étape *projet initialisé* à *site en cours de personnalisation* en seulement 24 heures. Puis vient rapidement l'étape de mise en ligne » précise Franck Biet.

En prime, la simplicité du back-office a fortement contribué au succès de l'outil. L'utilisateur est autonome et peut modifier les contenus à sa guise sans avoir besoin de formation.

Aujourd'hui, plus de 200 sites ont été créés.

GRDF.FR

Auparavant, le site enregistrait un taux d'abandon de 43% en page d'accueil. L'utilisateur devait savoir précisément ce qu'il cherchait pour le trouver. Les métiers contribuaient peu à l'éditorial et les contenus étaient organisés de manière cloisonnée et hiérarchique. « Nous avons donc impliqué les métiers ainsi qu'un ergonomiste et un web designer pour le refondre. Nous souhaitons mettre en place des parcours clients pertinents pour attirer et fidéliser nos clients » précise Franck Biet.

En quatre mois seulement, le site fait peau neuve et compte +140% de visites par rapport à 2014. Les fonctionnalités natives de la solution permettent de proposer des services métier plus riches et plus simples à utiliser. « Par exemple, un particulier qui a déjà le gaz peut relever son compteur en ligne ou demander un diagnostic de sécurité. S'il n'a pas encore le gaz, il peut effectuer une demande de raccordement. Les services s'adaptent, par ailleurs, aux besoins très spécifiques. Le client peut consulter nos conseils pour choisir un équipement économique et financer son projet de rénovation, ou alors s'informer sur le cadre réglementaire en cas de projet de construction » conclut Franck Biet.

Les espaces de contact sont eux aussi mieux mis en valeur et enregistrent une nette augmentation des demandes entrantes.

Demain, l'équipe souhaite intégrer un moteur de recherche à l'ensemble des sites GRDF. Des espaces personnalisés et des e-services intégrés dans les parcours clients sont également à l'étude pour les 11 millions d'utilisateurs.