

Améliorer la réactivité

Cette société créée en 1985 et cotée au second marché depuis 1997 est aujourd'hui l'un des principaux acteurs mondiaux dans le traitement du son numérique professionnel. Le premier site Web de l'entreprise avait pour objectifs de créer une vitrine technologique, de trouver de nouveaux clients, de faciliter les communications avec les clients et de diminuer les coûts de téléchargement de logiciels. Ainsi le site a démarré avec la mise en ligne du catalogue papier de l'entreprise, de la présentation de la société, de son SAV, de son approche marketing ainsi qu'une liste de ses principaux clients. Il s'agissait en somme d'un catalogue interactif.

Au sein de l'entreprise, une véritable culture de gestion de la connaissance a également été initiée au travers d'un espace de partage de l'information. Mais après 4 ans d'utilisation, le disque comptait plus de 11000 fichiers et plus de 2000 répertoires ; aussi, retrouver le bon document était très fastidieux et peu à peu cette solution ne correspondait plus à l'objectif initial lié au partage de l'information. De plus, pour faire face à son développement, la société a créé des filiales aux Etats-Unis et en Asie qui, elles aussi, souhaitaient accéder à l'ensemble de ces informations et contribuer à la capitalisation de la connaissance. Une solution intranet mondial a donc été mise en place, à partir d'une application de gestion de la connaissances développée par une société d'informatique locale.

La solution proposée par cette société comprend un portail d'accès privatif, une messagerie, un annuaire, une base de connaissance, des forums, des services en ligne et des outils d'administration. La base de connaissance est organisée par thème (fournisseurs, veille technologique) et gérée par un moteur de recherche et d'indexation. Ce site Intranet a apporté à toute la structure de Digigram de la rapidité, de la productivité ainsi qu'une amélioration de la communication en interne.