

Force	Faiblesse	Opportunité	Risque	Approche	Timing
une grosse économie / un investissement	à contre courant des modes (réseaux sociaux, société de	Veille sur les outils existants - pour guider les entreprises et	Attractivité d'un site plus sobre "moins joli"!	-Sensibilisation - formation des équipes: webinaires.	donner des petites missions
le surdimensionnement des outils à un coût	manque de connaissances de notre part / crédibilité	période de crise = recherche d'efficacité	peur de la perte de performance du site	Accompagnement-pratique "comment intégrer le état des lieux sur l'entreprise, brainstorm	réduire le volume de mails reçu impact en oct et en boulot
être français, sujet qui est abordé ici et travaillé / bcp de réseautage	méconnaissance du sujet et de son intérêt	thème en vogue sur d'autres aspects plus connus	méconnaissance du sujet donc manque d'intérêt	accompagnement sur meilleure utilisation des outils.	nettoyage google drive, les trucs qu'on n'utilise pas
faible coût d'investissement pour se lancer et développer	manque d'outils pour mesure impact de nos actions	un terrain d'agence pour s'essayer (Terra Tooezer)	arriver à avoir une cohérence sur le thème entre les agences	Accompagnement sur COM - quels média, quels objectifs, quelles	il y a aller crescendo, commencer par des trucs faciles et rapide à mettre en
notre énergie et enthousiasme	période de crise / restriction budgétaire		adhésion de l'équipe	Présenter des solutions concrètes déjà en place	faire de la formation en continue sur ces petites missions
	manque d'adhésion des personnes impliqués dans le		une fois que la sensibilisation est ok, on fait quoi ?	faire de la coconstruction	s'adapter aux différents niveaux de difficulté du thème
	manque de temps dispo pour avancer le sujet (pierre)		contradiction entre un usage à fond du numérique / et en	Développer un esprit critique sur le sujet / accompagnement	se poser sur objectif et stratégie de ça pour
			Coûts	donner des ex. concret / donner des comparatif avec le domaine.	apporter une vision globale aux chefs d'équipes
			le voyage = très visuel, comment on fait au niveau com	trouver une deuxième vie au matériel qu'on doit rhabiller	pas une approche disruptive
					chercher des alternatives et mesurer l'impact de ces alternatives