

# Stratégie360 — Exemple fictif à des fins d'illustration uniquement

Opportunités d'automatisation et de gain d'efficacité

Préparé par Côme Marsac  
comemarsac.dev@gmail.com

14 Janvier 2026 · Confidentiel

## SITUATION ACTUELLE

Stratégie360 est un cabinet de conseil en gestion et en formation professionnelle qui accompagne les organisations dans leur transformation. L'entreprise mobilise un réseau de consultants et de formateurs indépendants, et offre des programmes adaptés aux besoins de ses clients corporatifs.

## POINTS DE FRICTION IDENTIFIÉS

- Suivi du recrutement des consultants.** Sur 200 à 250 consultants contactés annuellement, environ 35% complètent leur profil d'intégration. Les causes exactes restent à clarifier — joignabilité, processus long, manque de motivation — et chacune appelle une réponse différente.
- Lecture manuelle des CV.** Lecture de l'ensemble des CV entrants — consultants et formateurs — avant de les transmettre aux responsables. Volume élevé, tâche répétitive à faible valeur ajoutée.
- Communications multicanal manuelles.** Les courriels, infolettres et suivis vers les clients, participants, consultants et partenaires sont gérés manuellement. Les demandes entrantes sont traitées et acheminées manuellement par la personne responsable.
- Analyse de sondages chronophage.** Les sondages de satisfaction envoyés après chaque formation sont analysés manuellement. Aucun mécanisme d'extraction de tendances rapide n'est en place.
- Gestion des événements annuels.** La coordination des horaires, salles et intervenants pour le Sommet annuel et le Forum Innovation est faite manuellement — processus intense et ponctuel.

## OUTILS ACTUELS

Microsoft 365

Microsoft Copilot

① Gestion des données dans des fichiers de la suite Office 365.

## OUTILS PROPOSÉS

API IA

Microsoft Graph API

Code sur mesure

AXE	POINT DE FRICTION ADRESSÉ	COMPLEXITÉ	GAIN ESTIMÉ	URGENCE	PHASE
<p><b>Diagnostic du parcours d'intégration consultants</b></p> <p>Avant de concevoir une solution, je recommande de comprendre pourquoi les consultants abandonnent – entretiens ciblés auprès de consultants ayant abandonné, analyse des causes, recommandation actionnable.</p>	<p>① – Beaucoup de consultants contactés ne complètent pas leur profil</p>	<p>●●●●● Faible</p>	<p>●●●●● Très élevé</p>	<p>●●●●● Élevée</p>	<p>Continu – dès Phase 1</p>
<p><b>Analyse et triage des CV</b></p> <p>Lecture automatique des CV entrants, score de pertinence et acheminement vers les responsables du recrutement</p>	<p>② – Lecture manuelle à volume élevé</p>	<p>●●●●● Faible</p>	<p>●●●●● Élevé</p>	<p>●●●●● Moyenne</p>	<p>Phase 1</p>
<p><b>Analyse automatisée des sondages</b></p> <p>Remplacement de l'analyse manuelle des sondages de satisfaction – extraction automatique de tendances et rapport synthèse</p>	<p>④ – Analyse manuelle chronophage</p>	<p>●●●●● Faible</p>	<p>●●●●● Élevé</p>	<p>●●●●● Moyenne</p>	<p>Phase 2</p>
<p><b>Agent communications</b></p> <p>Automatiser l'envoi des courriels et infolettres selon l'audience – clients, participants, consultants, partenaires</p>	<p>③ – Volume de communications manuelles</p>	<p>●●●●● Moyen</p>	<p>●●●●● Élevé</p>	<p>●●●●● Moyenne</p>	<p>Phase 3</p>
<p><b>Gestion des événements annuels</b></p> <p>Outil ciblé pour la coordination des horaires, salles et intervenants lors des événements annuels</p>	<p>⑤ – Coordination manuelle intense et ponctuelle</p>	<p>●●●●● Moyen</p>	<p>●●●●● Moyen</p>	<p>●●●●● Faible</p>	<p>Phase 4</p>

## WF 1 · ① – Diagnostic du parcours d'intégration consultants

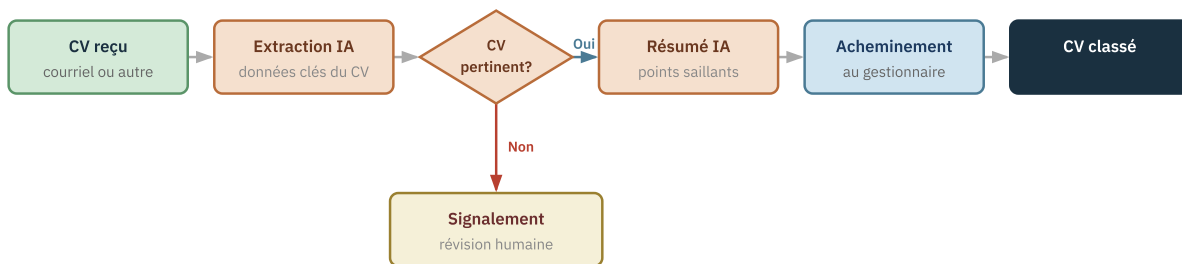
Continu – dès Phase 1

- **Conduire 5 à 10 entretiens courts** (15–20 min) auprès de consultants ayant abandonné leur intégration, afin d'identifier les points de friction réels.
- **Analyser les réponses** pour regrouper les causes dominantes.
- **Présenter une recommandation ciblée à Stratégie360** – la solution proposée découlera directement des causes identifiées, qu'il s'agisse d'une amélioration du processus existant ou d'une séquence de relances automatisée.

*Avant de concevoir une solution, il faut comprendre pourquoi les consultants abandonnent – chaque cause appelle une réponse différente.*

## WF 2 · ② – Analyse et triage des CV

Phase 1

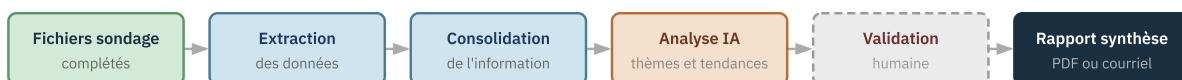


■ Déclencheur   
 ■ Action automatique   
 ■ Traitement IA   
 ■ Intervention humaine   
 ■ Résultat final

*Déclenché automatiquement à la fin d'un cycle de recrutement ou manuellement en fonction du besoin. L'IA évalue la pertinence selon des critères définis (formation, expérience, disponibilité) et achemine vers les bonnes personnes avec un résumé structuré. Les CV ambigus ou hors profil sont signalés pour révision humaine plutôt que rejetés automatiquement.*

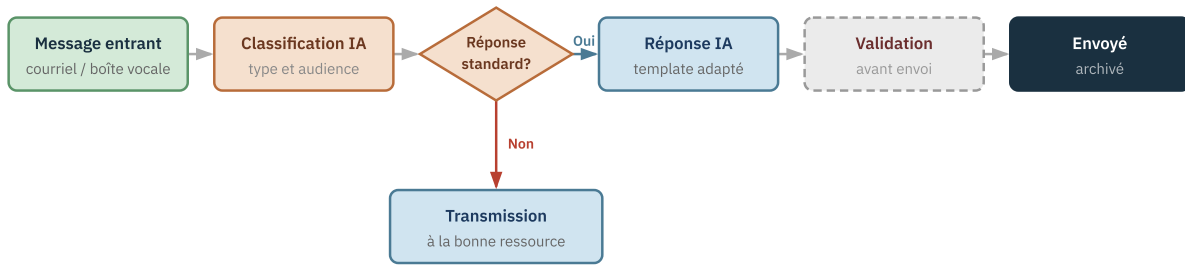
## WF 3 · ④ – Analyse automatisée des sondages

Phase 2



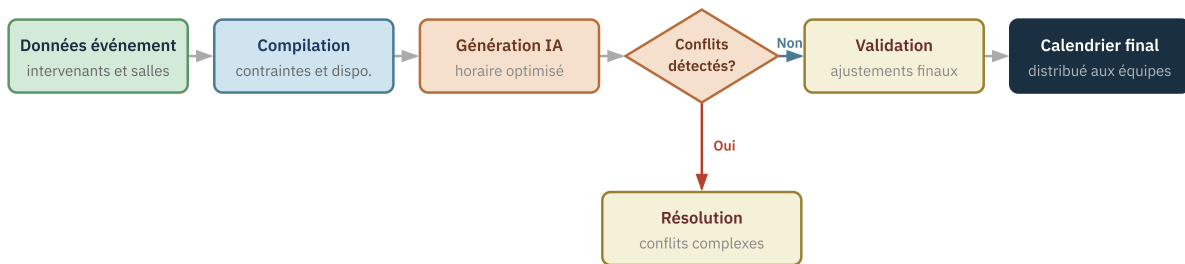
■ Déclencheur   
 ■ Action automatique   
 ■ Traitement IA   
 ■ Résultat final   
  Étape optionnelle

*Déclenché manuellement lorsque toutes les réponses sont reçues. L'IA identifie les thèmes récurrents, les signaux faibles et les tendances par cohorte (programme, niveau, région) ou tout autre indicateur désiré. Le rapport synthèse est généré en quelques minutes.*



■ Déclencheur  
 ■ Action automatique  
 ■ Traitement IA  
 ■ Résultat final  
  Étape optionnelle

Le diagramme représente la logique commune aux deux canaux entrants. Pour un courriel, le texte est traité directement. Pour un message vocal, une étape de transcription audio vers texte précède la classification – la suite du flux est identique. L'IA classe le message et génère une réponse standard si le cas le permet ; sinon, transmission à la bonne personne avec le contexte nécessaire. L'accès aux messages vocaux et les règles de dispatch restent à valider (voir hypothèses).



■ Déclencheur  
 ■ Action automatique  
 ■ Traitement IA  
 ■ Intervention humaine  
 ■ Résultat final

Outil ponctuel utilisé pour le Sommet annuel et le Forum Innovation. Les données d'entrée (intervenants, salles disponibles, contraintes horaires, etc.) sont saisies manuellement au départ. L'IA génère un horaire optimisé et tente de résoudre les conflits détectés. Si un conflit s'avère trop complexe, il est escaladé à un coordinateur. La validation finale reste humaine.

Ces points doivent être clarifiés avant le début du développement. Certains influencent l'architecture globale, d'autres peuvent être résolus par défaut et ajustés en cours de route.

QUESTION OUVERTE	IMPACT SUR	RECOMMANDATION PAR DÉFAUT
<b>Portage et conduite du diagnostic consultants</b>	WF 1 – Diagnostic consultants	Valider qui mène les entretiens (consultant ou équipe Stratégie360) et confirmer que Stratégie360 peut solliciter la collaboration de consultants ayant abandonné leur intégration.
<b>Format des CV entrants</b>	WF 2 – Analyse CV	Identifier si les CV arrivent via un formulaire structuré ou en pièce jointe libre (PDF, Word). Un formulaire structuré rend l'extraction IA beaucoup plus fiable.
<b>Structure et qualité des données de sondage</b>	WF 3 – Analyse sondages	Valider la proportion de questions ouvertes dans les sondages. Des réponses courtes, abrégées ou de qualité variable complexifient l'analyse IA et peuvent nécessiter un travail de calibration plus important. Si c'est le cas, la complexité de cet axe devrait être révisée à la hausse.
<b>Accès aux messages vocaux</b>	WF 4 – Agent communications	Valider quel système téléphonique Stratégie360 utilise et s'il expose les messages vocaux sous forme de fichiers audio accessibles (cloud, courriel automatique, etc.). Sans cet accès, l'automatisation de la boîte vocale n'est pas réalisable – l'axe se limiterait alors aux courriels entrants.
<b>Règles de dispatch des communications</b>	WF 4 – Agent communications	Documenter qui reçoit quoi et selon quels critères (type de demande, audience, urgence). Ces règles doivent être explicites pour pouvoir être encodées dans l'agent. Valider également si une seule personne fait le dispatch ou si c'est distribué – la réponse change la complexité de l'implémentation.

**ÉTAPE 1**

**Rencontre de suivi**

Valider ensemble les hypothèses ouvertes du rapport et choisir l'axe prioritaire à démarrer en premier. Les axes CV, sondages et communications sont à un niveau de gain et de complexité similaire — le choix peut se faire selon les priorités opérationnelles de Stratégie360.

**ÉTAPE 2**

**Collecte d'exemples**

Rassembler les données nécessaires pour valider la faisabilité de l'axe retenu (ex. CV représentatifs, fichier de sondage, exemples de courriels entrants). Permet de calibrer la solution avant de s'engager formellement.

**ÉTAPE 3**

**Proposition formelle**

Présentation d'une proposition avec périmètre, livrables et coûts pour l'axe retenu — ainsi que pour le diagnostic consultants, à lancer en parallèle dès la première phase.

**ÉTAPE 4**

**Preuve de concept**

Prototype fonctionnel sur l'axe sélectionné. Résultat attendu : démonstration concrète de la valeur avant tout déploiement complet. Validation de la qualité par l'équipe Stratégie360.