

Intégrez la RSE à votre stratégie business et marketing

Exemple de corrigé pour l'activité "À vous de jouer"

Voici le tableau d'indicateurs sur les engagements sociétaux et culturels de NOMAlinks.

Diversité des représentations dans les visuels	Garantir que 100 % des visuels diffusés par NOMAlinks intègrent des représentations diversifiées (âge, genre, morphologie, handicap visible ou non visible).
Indice de perception externe	Obtenir un score minimum de 7/10 sur la sincérité et la clarté de la communication, évalué chaque année par un panel composé de clients, partenaires, associations et acteurs locaux.
Taux d'inclusion des partenaires locaux	Porter à 40 % la part de fournisseurs locaux ou issus de structures d'insertion
Part d'utilisateurs en situation de handicap ayant testé les parcours	Intégrer au moins 15 utilisateurs en situation de handicap dans chaque cycle de test majeur

Voici comment les différentes actions peuvent être classées selon la méthode KISS, en fonction de leur cohérence avec la stratégie RSE de NOMAlinks.

KEEP – À conserver

Ce qui fonctionne déjà et doit être maintenu.

- Les audits trimestriels des visuels marketing (ils assurent une représentation diversifiée et cohérente)
- La transparence sur l'origine et la composition des matériaux (un point fort de la stratégie RSE de NOMAlinks)

IMPROVE – À améliorer

Ce qui existe déjà mais nécessite une optimisation.

- La lisibilité des fiches produits (les informations sont présentes mais méritent d'être mieux hiérarchisées)
- La mise en avant des informations d'impact (davantage de clarté ou de pédagogie pourrait aider les clients à mieux comprendre)

STOP – À arrêter

Ce qui est incohérent avec la stratégie RSE ou génère trop d'impact.

- La mise en avant des collections éphémères (qui entretient une logique de renouvellement rapide)
- Les promotions qui encouragent l'achat multiple non nécessaire (car elles contredisent la logique d'achat utile et durable)

START – À commencer

Ce qui n'existe pas encore et doit être mis en place.

- Mettre en place un questionnaire post-achat (pour mieux comprendre l'usage réel des produits et affiner les améliorations)
- Créer un indicateur de satisfaction sur l'accessibilité digitale (afin de suivre l'expérience des utilisateurs et détecter des points de friction)