

## Une plateforme unique qui valorise l'image de marque

Communication simplifiée et accès personnalisé à des services intelligents sont au cœur de la satisfaction de 20 000 collaborateurs et partenaires.

### Résumé

Créée en 1960, Volkswagen Group France est la filiale française de Volkswagen AG, premier constructeur automobile mondial. Grâce à ses portails intranet et extranet, ses collaborateurs et partenaires gagnent en temps et en efficacité à travers une communication simplifiée et un accès personnalisé à une variété de services à forte valeur ajoutée.

[volkswagengroup.fr](http://volkswagengroup.fr)

### En Bref

**SECTEUR D'ACTIVITÉ :**

Automobile

**PAYS :**

France

**TYPE DE PROJET :**

Portails intranet et extranet

**FONCTIONNALITÉS CLÉS :**

CMS, documents et médias, SSO, intégration d'application métier

“

**A l'ère digitale, nos portails intranet et extranet, sous Liferay, offrent un outil de travail à la hauteur des exigences de nos 20 000 utilisateurs et valorisent pleinement notre image de marque.**

Hervé de Saint Martin, IT Project Manager

### Défis

- Simplifier la création de sites multiples tout en soutenant une volumétrie importante d'utilisateurs
- Proposer du contenu personnalisé selon le profil utilisateur
- Créer une interface moderne qui intègre les applications métier existantes

### Valeur ajoutée

 **AGRÉGATION D'APPLICATIONS**  
Accès à +100 applications internes et externes

 **GESTION DES PROFILS**  
Partage de documents selon une gestion fine des permissions

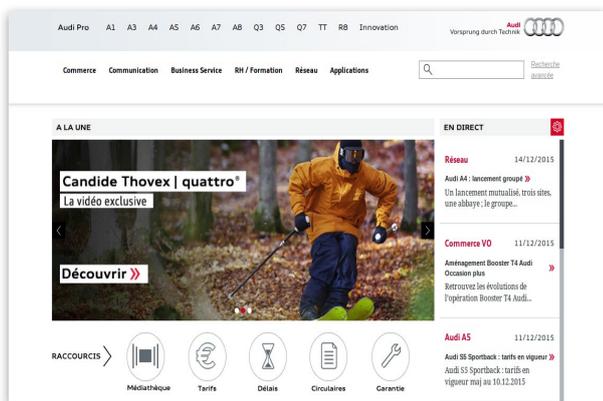
 **CINQ SITES MARQUES**  
Une plateforme unique au service des 5 marques du Groupe

 **SERVICES UTILES & PRATIQUES**  
Réservation de salle, location de voiture, informations groupe, etc.

## Meilleure qualité de service

En 2011, Volkswagen Group France lance un projet de refonte de ses intranet et extranet issus de développements maison. L'objectif est de mettre en place des portails plus modernes, ergonomiques et faciles d'accès pour offrir une meilleure qualité de service aux collaborateurs et partenaires.

Il fallait non seulement offrir des fonctionnalités à l'ère du web 2.0, mais aussi intégrer des applications métier existantes. Par exemple, proposer un service de mise en relation entre les collaborateurs ou permettre aux partenaires de suivre leurs dossiers et de s'informer des nouveautés d'une ou plusieurs marques du Groupe. Déjà implémentée au sein de Volkswagen AG, en Allemagne, la solution Liferay répondait parfaitement aux exigences exprimées. « La solution dispose d'un périmètre fonctionnel très large et permet de créer de multiples sites facilement. En outre, elle supporte une volumétrie importante d'utilisateurs et offre une gestion fine des profils pour adapter la communication à différentes cibles » précise Hervé de Saint Martin.



Désormais, l'utilisateur dispose d'informations Groupe et d'un accès direct à la centaine d'applications internes ou externes, dont une trentaine a été créée avec Liferay. Il s'agit par exemple de la gestion des messages, des formulaires spécifiques ou des quizz réseau pour jauger la satisfaction utilisateurs. De plus, l'intégration d'un SSO (Single Sign On) simplifie l'authentification et offre une navigation optimisée.

Par ailleurs, « la gestion fine des habilitations permet de partager des documents importants selon les permissions de chacun et de créer des messages ciblés, affichés sur la page d'accueil lors de chaque connexion » souligne Hervé de Saint Martin.

## Le portail intranet

Il s'articule autour d'un espace transverse et de cinq sites dédiés à chacune des marques du Groupe. Il s'adresse à l'ensemble des collaborateurs France mais est également accessible aux collaborateurs des autres sociétés sœurs en France, soit 4 000 utilisateurs.

Différentes informations Groupe sont disponibles : actualités, fiches pratiques RH, conseils et astuces, nouveautés produits, etc. Plus de 10 000 documents sont également accessibles tels que des articles de presse, des fiches produits ou encore les tarifications.

L'utilisateur peut réserver une salle de réunion, échanger avec d'autres collaborateurs, organiser un covoiturage ou encore effectuer une demande de location temporaire. Deux services phares sont proposés : Véhicules de Location (VDL) à disposition de tous les collaborateurs et Véhicules de Service (VDS) à disposition des itinérants, chefs de service et Directeurs. « Ce référentiel de véhicules est fortement apprécié. L'utilisateur se connecte, consulte son historique et lance une nouvelle demande. Une liste de véhicules disponibles par marque s'affiche alors avec un descriptif détaillé en fonction du profil de l'utilisateur » explique Hervé de Saint Martin.

## Le portail extranet B2B

Il s'adresse au réseau des partenaires concessionnaires ou réparateurs agréés ainsi qu'aux collaborateurs, soit 20 000 utilisateurs. « Chaque partenaire gère les droits d'accès de son personnel aux applications et aux documents. Tout est fait pour faciliter ses démarches au quotidien et lui fournir les bonnes informations, au bon moment » indique Hervé de Saint Martin.

Chaque site étant à la charte de la marque, l'utilisateur se repère facilement et accède à une panoplie d'informations et de services spécifiques. Le site Audi Pro offre, par exemple, une médiathèque, les fiches produits, les nouveaux tarifs ou encore les circulaires et directives. Un calendrier permet aussi de découvrir les événements Audi à venir.

De quoi répondre pleinement aux exigences des utilisateurs et valoriser l'image de marque.