



Contexte

Dairy Farm est l'un des principaux détaillants panasiatiques. Le Groupe supervise des supermarchés, des hypermarchés, des magasins de proximité, des magasins de santé et de beauté et des magasins d'équipement de la maison sous des marques réputées telles que Cold Storage, Guardians, Giant...

Dairy Farm compte plus de 230 000 collaborateurs dans 11 pays.



Enjeux

The Dairy Farm Way est un programme à l'échelle du Groupe qui revisite l'intégralité du fonctionnement de l'entreprise, sur tous les marchés, grâce à la mise en œuvre d'un nouvel ERP (SAP). Cela a un impact sur toutes les méthodes de travail de DairyFarm en modifiant les processus opérationnels. D'où les enjeux de la mission:

- fournir une stratégie et un plan de communication sur la gestion du changement à court terme,
- adapter le contenu et les supports de communication pour respecter les différentes cultures et langues en Asie du Sud-Est et en Chine.



Mission

La mission confiée à d²X Expertise est de:

- définir une stratégie de communication pour la phase d'accélération,
- diriger le plan de communication sur la gestion du changement en Asie du Sud-Est et en Chine du Nord,
- assurer la durabilité grâce à la gestion des connaissances.



Bénéfices

Dans une phase accélérée et dans un contexte régional, d²X Expertise a dû déployer une approche permettant:

- De piloter et gérer tous les responsables de communication et les collaborateurs DairyFarm liés à ce changement dans les pays.
- De tirer parti des canaux de communication existants dans le pays.
- De remettre en question la stratégie de communication initiale.