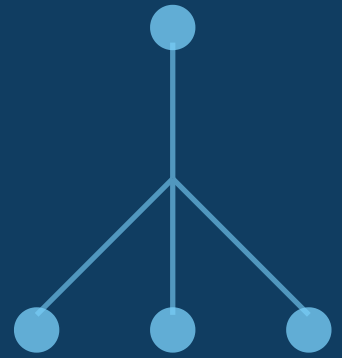




LIVRE BLANC · OCTOBRE 2026

Remplacer ou compléter son intranet

Le guide de décision

Votre intranet ne remplit plus son rôle ? Avant de lancer un projet long et coûteux, les critères, les coûts cachés et la méthode pour choisir la bonne option.

3 options

refondre, remplacer ou compléter

10 critères

dans une grille d'évaluation prête à remplir

20 points

de contrôle pour réussir une migration

Le problème n'est souvent pas l'intranet. C'est qu'on attend de lui qu'il fasse tout.

Un intranet peu consulté, des contenus qui vieillissent, des collaborateurs terrain qui n'y vont jamais, une licence qui coûte cher pour l'usage qui en est fait : le constat est familier à beaucoup de directions de la communication.

La réaction naturelle est de lancer un grand projet de refonte ou de remplacement. Parfois, c'est la bonne décision. Souvent, le vrai problème est ailleurs : l'intranet est un lieu où l'on va chercher l'information, alors que la plupart des collaborateurs ont besoin que **l'information vienne à eux**.

Ce guide vous aide à poser le bon diagnostic, à comparer honnêtement les trois options possibles, à anticiper les coûts que l'on oublie, et à mener le projet sans mauvaise surprise. Il présente aussi les deux façons dont We Advocacy peut vous accompagner : **compléter votre intranet actuel sans migration**, ou **le remplacer par une plateforme multicanal**.

Thomas Artiguebaille

Président et cofondateur, We Advocacy

SOMMAIRE

01	Les signes que votre intranet ne remplit plus son rôle	p. 3
02	Refondre, remplacer ou compléter : les trois options	p. 4
03	Les coûts cachés d'un projet intranet	p. 5
04	La grille de décision en dix critères	p. 6
05	Option 1 : compléter votre intranet, sans migration	p. 7
06	Option 2 : le remplacer par une plateforme multicanal	p. 8
07	La checklist de migration	p. 9
→	We Advocacy en bref	p. 10

Les signes que votre intranet ne remplit plus son rôle

Avant de parler d'outil, posez le diagnostic. Cochez les situations que vous reconnaissez : elles ne mènent pas toutes à la même solution.

PROBLÈME D'AUDIENCE

- La page d'accueil est peu consultée en dehors du siège.
- Les collaborateurs terrain n'ont pas de compte ou n'y vont jamais.
- Les informations importantes doivent être doublées par email.
- Vous ne savez pas qui a lu une annonce importante.

PROBLÈME D'OUTIL

- Publier demande l'aide de la DSI ou d'un prestataire.
- L'interface est datée, mal adaptée au mobile.
- Le moteur de recherche ne trouve pas les bons documents.
- Le coût des licences est élevé au regard de l'usage.

PROBLÈME DE CONTENU

- Les pages ne sont plus mises à jour.
- Personne ne sait qui est responsable de quelle rubrique.
- L'arborescence reflète l'organigramme, pas les besoins des salariés.

PROBLÈME DE CONTEXTE

- Un changement d'environnement (Microsoft 365, Google Workspace) rebat les cartes.
- Une fusion ou une réorganisation impose un outil commun.
- Le contrat de l'éditeur actuel arrive à échéance.

Lecture du diagnostic. Si vos croix sont surtout dans « audience », un nouvel intranet n'y changera pas grand-chose : il faut aller chercher les collaborateurs là où ils sont, c'est l'option « compléter ». Si elles sont dans « outil » ou « contexte », le remplacement mérite d'être étudié. « Contenu » appelle d'abord un travail éditorial, quel que soit l'outil.

Deux façons de faire circuler l'information

L'INTRANET · ON VA CHERCHER

Une bibliothèque de référence : documents, procédures, annuaire. Indispensable, mais il faut y penser, y aller, s'y connecter. Les collaborateurs les plus éloignés n'y vont pas.

LES CANAUX POUSSÉS · L'INFORMATION VIENT À VOUS

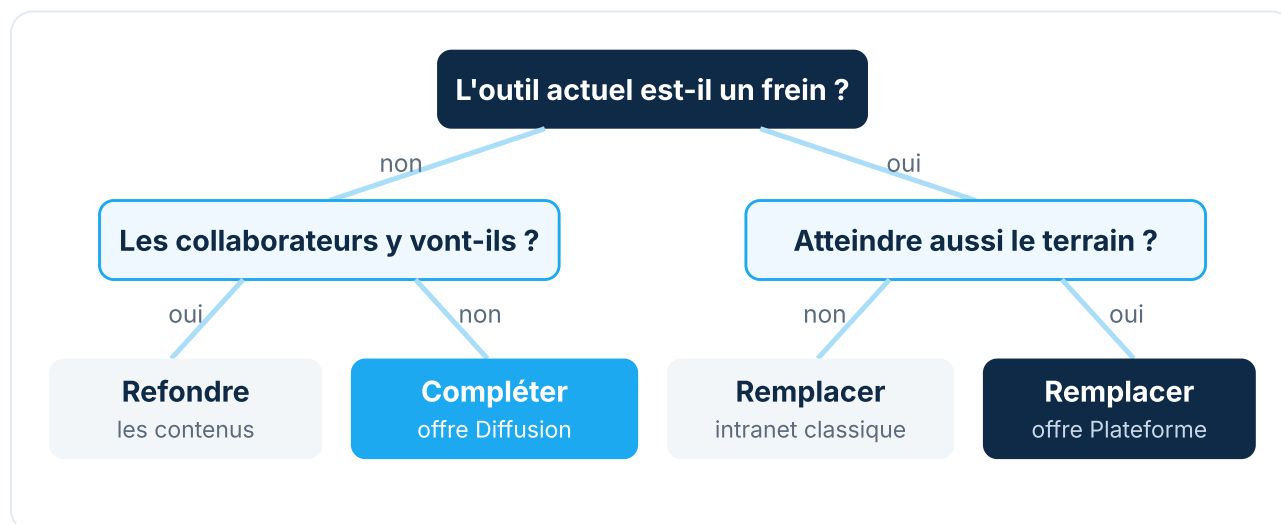
Email, pop-up sur l'écran, notification mobile, SMS : le message arrive là où se trouve le collaborateur. C'est là que se joue l'audience.

Refondre, remplacer ou compléter : les trois options

Trois chemins s'offrent à vous. Aucun n'est meilleur dans l'absolu : tout dépend du diagnostic, de vos contraintes et de vos publics.

	REFONDRE L'EXISTANT	REEMPLACER	COMPLÉTER
Principe	Garder l'outil, revoir l'arborescence, le design et les contenus	Changer de solution et migrer les contenus utiles	Garder l'intranet comme référence et pousser ses contenus vers les collaborateurs
Quand	L'outil convient, l'organisation des contenus non	L'outil est un frein, ou le contexte change	Le problème est l'audience, surtout terrain
Délai type	Plusieurs mois	Quelques mois	Quelques semaines
Migration	Partielle	Oui	Aucune
Principal risque	Un intranet plus beau, mais toujours peu lu	Un projet long, une adoption à reconstruire	Laisser vieillir un intranet que l'on ne fait plus évoluer

L'arbre de décision



Les cases colorées correspondent aux deux options proposées par We Advocacy, détaillées aux chapitres 5 et 6.

Les coûts cachés d'un projet intranet

Le prix des licences n'est que la partie visible. Sur trois ans, le coût réel d'un intranet dépend surtout de ce qui l'entoure. Listez chaque poste avant de comparer des offres.

POSTE DE COÛT	CE QU'IL RECOUVRE	LA QUESTION À POSER
Licences	Abonnement par utilisateur, modules complémentaires	Les collaborateurs terrain sont-ils facturés au même prix ?
Intégration	Prestataire, paramétrage, développements spécifiques	Qu'est-ce qui est inclus, qu'est-ce qui est facturé en plus ?
Migration	Tri, reprise et mise en forme des contenus existants	Qui fait le tri, et combien de pages faut-il vraiment reprendre ?
Administration	Temps interne de la DSI et de la communication	Peut-on publier sans compétence technique ?
Formation	Contributeurs, administrateurs, relais locaux	Combien de temps pour former un nouveau contributeur ?
Outils annexes	Newsletter, SMS, application mobile, sondages achetés à part	Combien d'outils faudra-t-il ajouter pour couvrir tous les besoins ?
Adoption	Lancement, animation, relais managers	Qui animera la plateforme après le lancement ?

Le coût le plus sous-estimé : les outils annexes. Un intranet seul n'atteint pas le terrain. Il faut souvent lui ajouter une solution de newsletter, d'envoi de SMS, une application mobile et un outil de sondage, chacun avec son contrat, son annuaire et ses statistiques. Comparez toujours des périmètres équivalents.

AVEC WE ADVOCACY

Intranet, application mobile, newsletters, messages et alertes, sondages et quiz, signatures mail et statistiques sont réunis dans **une seule plateforme**, avec un seul annuaire synchronisé. Les **communicants sont illimités**, et vous démarrez avec les modules utiles avant d'ajouter les autres, **sans migration**.

La grille de décision en dix critères

Pondérez chaque critère selon vos priorités (de 1 à 3), notez chaque solution (de 0 à 5), multipliez. La grille rend la comparaison objective et facilite l'arbitrage avec la DSI et la direction.

CRITÈRE	POIDS (1 À 3)	SOLUTION A (0 À 5)	SOLUTION B (0 À 5)	SOLUTION C (0 À 5)
1. Atteint les collaborateurs sans email ni poste	...	...	...	...
2. Diffuse sur plusieurs canaux depuis un seul envoi	...	...	...	...
3. Simplicité de publication pour des non-spécialistes	...	...	...	...
4. Ciblage par site, métier, entité	...	...	...	...
5. Intégration à Microsoft 365 ou Google Workspace, SSO	...	...	...	...
6. Synchronisation automatique de l'annuaire	...	...	...	...
7. Mesure : qui a reçu, lu, répondu	...	...	...	...
8. Hébergement en Europe et conformité RGPD	...	...	...	...
9. Délai de mise en service	...	...	...	...
10. Coût total sur trois ans, outils annexes compris	...	...	...	...
Score pondéré		...	...	...

Trois conseils pour l'utiliser

Fixez les poids avant de voir les démos, avec la DSI et les RH, pour éviter de pondérer en faveur de l'outil le plus séduisant.

Demandez une démonstration sur vos cas réels : une consigne à diffuser au terrain, une newsletter, un sondage.

Faites tester par un manager de terrain, pas seulement par l'équipe projet.

Option 1 : compléter votre intranet, sans migration

Vous gardez SharePoint, LumApps ou Jalios comme référence. We Advocacy met leurs contenus en avant là où les collaborateurs les verront : boîte mail, écran, téléphone.

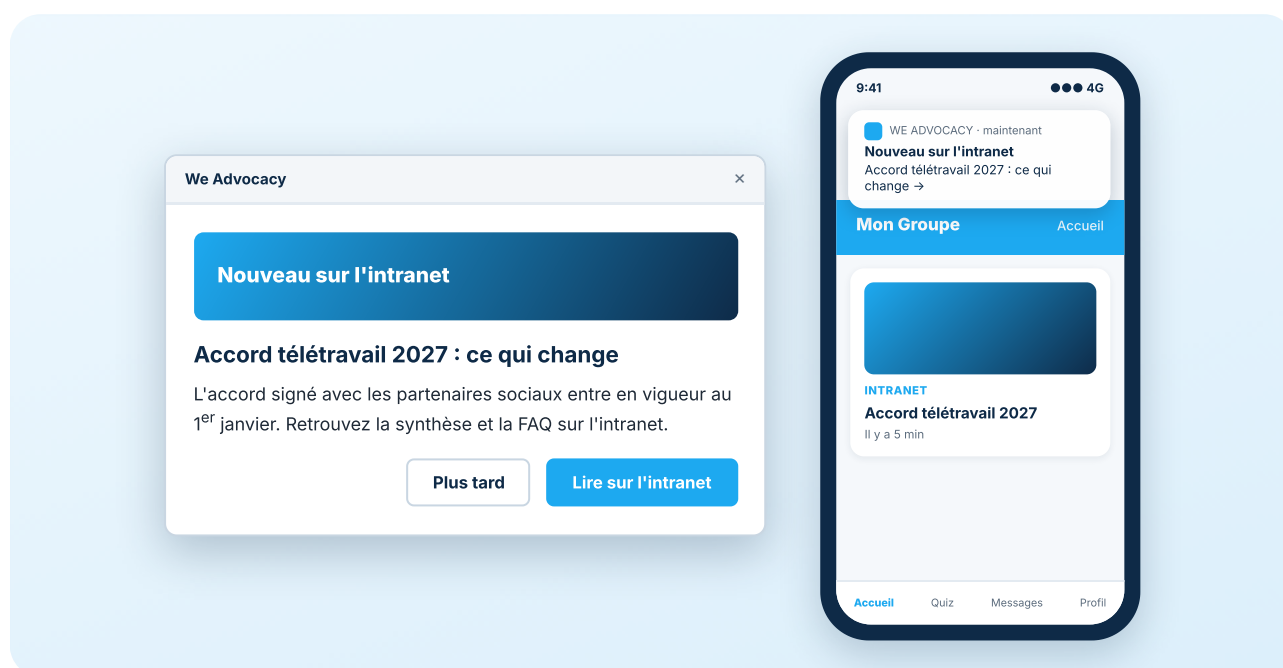


Illustration : un article publié sur l'intranet existant, relayé en pop-up Windows et sur l'application mobile.

Pour qui

- Vous avez investi récemment dans votre intranet.
- Son contenu est bon, mais trop peu de gens le voient.
- Vous devez atteindre des équipes terrain sans compte.
- Vous voulez un résultat rapide, sans projet de migration.

Ce que vous obtenez

- **Diffusion multicanal** : email, pop-up Windows, application mobile, SMS.
- **Ciblage** par site, métier ou entité.
- **Statistiques** : qui a vu, lu, cliqué, et relance des autres.
- **Mise en service en quelques semaines**, le temps de connecter l'annuaire et de préparer les modèles.

Comment ça marche, en trois étapes

1. SYNCHRONISER

Vos collaborateurs sont importés depuis Entra ID, Okta, Google Workspace, SAP SuccessFactors ou un fichier.

2. RELAYER

Chaque contenu clé de l'intranet est mis en avant auprès du bon public, sur les bons canaux.

3. MESURER

Vous voyez qui a été atteint et vous relancez les autres, avec des rapports IA.

Option 2 : le remplacer par une plateforme multicanal

Si l'outil lui-même est un frein, We Advocacy le remplace par un intranet à vos couleurs, relié à tous les canaux qui touchent les collaborateurs.

INTRANET

Un portail clair, à vos couleurs, connecté à Microsoft 365 ou Google Workspace, accessible sur ordinateur et sur mobile.

TOUS LES CANAUX

Application mobile, newsletters assistées par l'IA, messages et alertes sur cinq canaux, signatures mail.

ENGAGEMENT

Sondages, quiz et formulaires, parcours d'onboarding, campagnes, statistiques et rapports IA.

Un projet de deux mois environ

SEMAINES	ÉTAPE	QUI
1 – 2	Cadrage : publics, rubriques, canaux, droits de publication	Communication, DSI, We Advocacy
2 – 3	Connexion SSO et synchronisation de l'annuaire (Entra ID, Okta, Google Workspace, SAP SuccessFactors)	DSI, We Advocacy
3 – 5	Charte graphique, arborescence, modèles de newsletters et de messages	Communication, We Advocacy
4 – 6	Tri et reprise des contenus utiles	Communication, contributeurs
6 – 7	Formation des contributeurs et des relais, tests sur un site pilote	We Advocacy, relais
8	Lancement et première campagne de communication	Communication

L'Hebdo du Groupe

Semaine 41 - Tous les sites



Le nouvel intranet est en ligne !

Tout ce qu'il faut savoir pour bien démarrer...



Téléchargez l'application mobile

Toute l'actualité du groupe dans votre poche...

Camille Martin

Directrice de la communication

Découvrez notre nouvel intranet

Y aller

Illustration : la newsletter et la bannière de signature mail annoncent le lancement.

La checklist de migration

Vingt points de contrôle pour mener un remplacement sans mauvaise surprise. Imprimez cette page et cochez au fil du projet.

AVANT DE CHOISIR

- ☐ Diagnostic partagé avec la DSI, les RH et la direction
- ☐ Publics cartographiés, y compris les collaborateurs terrain
- ☐ Poids de la grille de décision fixés avant les démonstrations
- ☐ Coût total sur trois ans comparé, outils annexes compris
- ☐ Date de fin du contrat actuel vérifiée

PRÉPARER

- ☐ Inventaire des contenus : à garder, à réécrire, à supprimer
- ☐ Responsable désigné pour chaque rubrique
- ☐ Droits de publication définis par périmètre
- ☐ Analyse de conformité RGPD et sécurité avec la DSI
- ☐ Représentants du personnel informés

CONSTRUIRE

- ☐ SSO et synchronisation de l'annuaire testés
- ☐ Charte graphique et modèles validés
- ☐ Contenus prioritaires repris et relus
- ☐ Contributeurs et relais formés
- ☐ Test sur un site pilote, retours intégrés

LANCER ET MESURER

- ☐ Campagne de lancement sur tous les canaux
- ☐ Redirections depuis l'ancien intranet en place
- ☐ Indicateurs de départ mesurés (couverture, lecture)
- ☐ Bilan à 30 et 90 jours partagé avec la direction
- ☐ Ancien outil archivé puis arrêté

Six questions à poser lors des démonstrations

- ☒ Montrez-moi comment un opérateur sans email reçoit une consigne.
- ☒ Comment l'annuaire est-il mis à jour à chaque arrivée et départ ?
- ☒ Combien de temps faut-il pour publier une actualité ciblée sur un site ?
- ☒ Où sont hébergées nos données, et qui peut y accéder ?
- ☒ Comment savoir qui a lu, et relancer les autres ?
- ☒ Quels outils annexes faudra-t-il acheter en plus ?

Les trois pièges les plus fréquents : tout migrer « par sécurité » au lieu de trier, sous-estimer l'animation après le lancement, et oublier que les collaborateurs terrain ne viendront pas d'eux-mêmes sur un nouvel intranet.

La plateforme multicanal de la communication interne. Pensée en France, hébergée en Europe.

200+

entreprises clientes depuis 2018

100 000

utilisateurs chaque jour

5 canaux

depuis un seul envoi

- **Intégré à votre environnement** : Google Workspace, Microsoft 365, SSO, synchronisation de l'annuaire depuis Entra ID, Okta, Google Workspace ou SAP SuccessFactors.
- **Modulaire** : démarrez avec les modules utiles aujourd'hui, ajoutez les autres sans migration.
- **Sécurisé et conforme RGPD** : hébergement en Europe sur Google Cloud, données chiffrées en transit et au repos.
- **Accompagné** : déploiement accompagné, support en France, nombre de communicants illimité.

« We advocacy nous aide à unifier nos communications depuis plusieurs années. Nous apprécions particulièrement leur réactivité et leur efficacité. »

Mary Pifer, VP Marketing, 3SI

Voyons ce que la plateforme change pour vous.

En 30 minutes, nous partons de vos publics et de vos outils pour vous montrer les modules utiles, et seulement ceux-là.

Demander une démo →

weadvocacy.fr · contact@weadvocacy.com · +33 7 82 72 97 28 · 10 chemin du Renevier, 38700 Corenc

Sources

We Advocacy, description des offres Diffusion et Plateforme. Les délais indiqués sont des ordres de grandeur ; les maquettes d'écran sont des illustrations.