



Apple at Work

Trousse de communication pour le programme
Mac Employee Choice

Offrez Mac à votre personnel

Lorsque vous décidez de donner à vos équipes la possibilité de choisir Mac, il est essentiel de bien communiquer et d'assurer une expérience d'utilisation exceptionnelle – du lancement à l'intégration. La présente trousse sert à encadrer vos communications internes relatives à Mac pour informer votre personnel sur la disponibilité, la sélection et la configuration des appareils, et le soutien technique. Vous y trouverez notamment des conseils de planification et des modèles de courriels, d'infolettres et de pages de portail intranet à personnaliser pour promouvoir votre programme Mac Employee Choice.



Messages aux équipes

Il est important de bien faire comprendre à vos équipes pourquoi vous proposez Mac. Les ressources suivantes vous aideront à communiquer de manière efficace avec les différents publics – cadres, gestionnaires, spécialistes des TI et autres membres du personnel –, en mettant en avant les caractéristiques du produit qui s’inscrivent dans votre vision. Nous vous proposons de vous appuyer sur ces points clés.

Expérience d’utilisation intuitive

Que vous découvriez Mac ou passiez simplement à un nouveau modèle, votre ordinateur vous aide à trouver ce que vous cherchez, à vous organiser et à accomplir n’importe quelle tâche. Grâce à son interface épurée et bien pensée, la gestion des fenêtres et le suivi des fichiers se font en un tournemain – surtout si vous utilisez déjà iPhone ou iPad. Et comme les commandes utiles sont accessibles en un clin d’œil, naviguer sur Mac n’a jamais été aussi facile.

Performances exceptionnelles

Turbopropulsé par les puces Apple, Mac livre des performances hors pair qui accélèrent les flux de travail. MacBook Pro prend tout un élan avec la M4, la M4 Pro ou la M4 Max. Ses performances spectaculaires permettent d’exécuter des tâches pro, comme le montage de vidéo 8K, l’exécution de modèles d’intelligence artificielle et d’apprentissage machine, ou l’analyse d’ensembles de données volumineux. Et avec son autonomie d’une journée, son écran Liquid Retina XDR immersif (14 po ou 16 po) et ses ports pros polyvalents, les équipes ont tout ce qu’il faut pour se dépasser.

Autonomie phénoménale

MacBook Pro peut fonctionner 24 heures avec une seule charge. Les batteries au lithium-ion se rechargent plus rapidement, durent plus longtemps et ont une densité énergétique plus élevée, ce qui permet d’alléger leur boîtier.

Compatibilité avec les logiciels et systèmes existants

Les appareils Apple fonctionnent avec la plupart des systèmes et des apps dont votre entreprise se sert déjà, que ce soit pour les courriels et la messagerie, la connectivité réseau, le partage de fichiers, la collaboration, et plus encore. Vos équipes ont donc accès à tout ce dont elles ont besoin pour travailler. Microsoft Office 365, Slack, Zoom... Mac peut tout faire.

Produits sécuritaires de nature

Apple conçoit le matériel et les logiciels Mac avec des technologies de pointe qui s’allient pour exécuter les apps de façon sécurisée, protéger les données d’entreprise et vous prémunir contre toute malveillance sur le web. Des fonctionnalités intégrées permettent de séparer les renseignements personnels et professionnels sur un même appareil et de les garder à l’abri, sans compromettre la confidentialité.

Coût total de possession

Durables, légers et faits de matériaux de première qualité, les Mac sont parfaits pour le travail. Le faible coût d’entretien, la fabrication soignée et la valeur résiduelle élevée de Mac et d’iPad assurent un long cycle de vie et une valeur supérieure à celle d’autres appareils après deux, trois ou quatre ans d’utilisation.

Déploiement à distance

Avec Apple Business Manager, les appareils sont distribués directement aux équipes et utilisés sitôt sortis de leur boîte, sans configuration manuelle préalable. Et grâce aux modèles de déploiement flexibles des plateformes Apple, le personnel peut se mettre au travail rapidement avec les meilleurs outils disponibles.

Environnement

Apple croit qu’il est possible de fabriquer les produits les plus populaires au monde sans épuiser les ressources de la planète. Nous avons déjà atteint la carboneutralité dans l’ensemble de nos activités et visons à faire de même avec chacun de nos produits d’ici 2030. Cela signifie, entre autres, fabriquer Mac avec des matériaux entièrement recyclables ou renouvelables, et veiller à ce que tous les maillons de notre chaîne d’approvisionnement passent à l’énergie 100 % renouvelable.

Fonctionnalités d’accessibilité intégrées

Des fonctionnalités comme VoiceOver, la synthèse vocale, le lecteur Safari, les paramètres d’affichage (dont Zoom et l’inversion des couleurs) et les commandes personnalisables du pavé tactile permettent à chaque personne de configurer ses appareils selon ses besoins.

Stratégie et planification

Pour élaborer votre plan de communication interne, réfléchissez d'abord aux objectifs du programme, aux messages et aux besoins en matière de contenu. Puis déterminez les ressources requises, les échéances et la méthode à utiliser pour mesurer la réussite au fur et à mesure.

Vision

La première étape de la mise en œuvre réussie d'un programme Mac Employee Choice consiste à définir ce que vous souhaitez accomplir. Mettez sur la clarté et la simplicité, assurez-vous d'être en phase avec la culture de votre entreprise, et soulignez les avantages associés à l'utilisation de Mac. Voici quelques exemples :

- Nous voulons donner à chaque personne les moyens de créer, collaborer et gagner en productivité.
- Nous croyons que les gens donnent le meilleur d'eux-mêmes quand ils peuvent choisir leur appareil.
- Nos équipes auront les compétences et les outils nécessaires à leur réussite.

Objectifs

Au moment de définir votre vision, vous devez décider quels résultats témoigneront de la réussite du projet.

Voici des exemples :

- Pour les équipes – Mobilisation, satisfaction et fidélisation améliorées
- Pour le service des TI – Déploiement accéléré, gestion simplifiée et coûts de soutien technique réduits
- Pour l'entreprise – Abordabilité, durabilité et productivité accrues

Nom et identité

De nombreuses entreprises donnent un nom à leur programme Mac Employee Choice, ce qui permet de marquer le début du projet et de le rendre facilement reconnaissable. Par souci d'uniformité, certaines choisissent simplement d'employer « Mac chez [nom de l'entreprise] ». Si vous décidez de nommer votre programme, veillez à respecter les directives de conception que vous trouverez à la fin de cette trousse.

Planification

Il est important de déterminer comment vous comptez gérer certaines communications internes, par exemple celles relatives au processus de commande, aux critères d'admissibilité et à la compatibilité logicielle. Voici quelques questions à vous poser :

- Comment le personnel commandera-t-il les appareils?
- Comment l'équipe de direction approuvera-t-elle les demandes?
- Comment formerez-vous le personnel?
- Quelles seront les ressources d'aide (p. ex., centre d'assistance ou portail en ligne)?
- Quels sont les logiciels compatibles?

Calendrier

Créez un calendrier avec les dates importantes et distribuez-le à vos équipes.

Évaluation de la réussite

Quels seront vos critères de succès? Songez à utiliser différents indicateurs, et tenez compte de la vision et des objectifs que vous avez définis plus tôt. Choisissez vos méthodes de mesure : sondages, entrevues avec les personnes participantes, études sectorielles, calcul du coût total de possession, nombre de demandes de soutien technique ou taux de satisfaction du personnel.

N'oubliez pas que le changement prend du temps. Établissez clairement que vous visez des améliorations et que vous apporterez des correctifs en cours de route en fonction des commentaires reçus.

Diffusion de votre programme Mac Employee Choice

Divisez votre plan de communications en trois grandes étapes afin de susciter l'intérêt du personnel, d'encourager l'adhésion et de favoriser la réussite du lancement. Dans les pages qui suivent, vous trouverez des ressources et des modèles pour chaque étape.

1 Sensibilisation> 2 Mobilisation> 3 Soutien

Préparation

Mettez toutes les chances de votre côté en établissant une stratégie qui répond aux besoins du personnel. Créez du contenu qui présente clairement les avantages de Mac, le processus de choix d'un appareil et les façons de trouver de l'aide.

- Définissez la vision et les messages clés du programme
- Préparez et diffusez votre plan de communication
- Créez vos contenus (modèles de sondages et courriels)

Lancement

Annoncez le début de l'initiative au moyen de courriels, de vidéos ou d'événements.

- Vidéo « Ça c'est Mac »
- Courriel « Demandez Mac »
- Page de renvoi « Demandez Mac »
- Bannières « Demandez Mac »
- Affichage d'événement « Demandez Mac »

Diffusion de l'information

Communiquez régulièrement avec les membres du personnel et les nouvelles recrues pour les aider à prendre des décisions éclairées.

- Courriel « Mac est arrivé »
- Courriel de rappel de renouvellement
- Courriel pour les nouvelles recrues
- Courriel pour le retour et la mise à niveau
- Modèle de page de renvoi
- Courriel « FAQ sur l'adoption de Mac »

Commande et intégration

Offrez une expérience aussi fluide et agréable que possible.

- Courriel de choix d'appareil
- Exemple de page de renvoi (portail)
- Courriel « Préparez-vous à recevoir votre Mac »
- Courriel « Votre Mac vous souhaite la bienvenue »
- Courriel « Il est temps de configurer votre Mac »
- Astuces pour tirer le maximum de Mac

Formation et assistance

Aidez vos équipes à se mettre au travail et à résoudre les problèmes qui surviennent.

- Infolettre de trucs et astuces pour Mac
- [Ateliers de développement de compétences sur Mac](#) (en anglais)

1 Sensibilisation

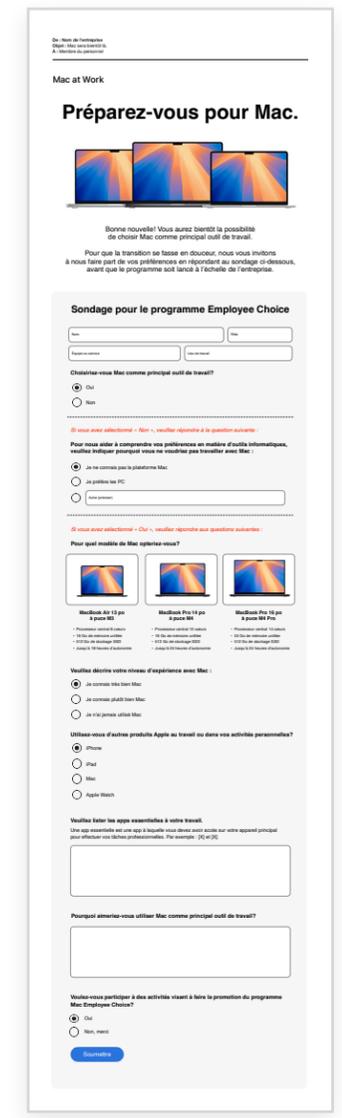
Cette étape vise à rallier vos équipes internes, à définir votre stratégie et à jeter les bases d'un programme réussi. C'est l'occasion de créer des modèles de documents et des listes de distribution, mais aussi de sonder le personnel pour mieux comprendre ses besoins. Toutes les ressources créées à cette étape vous seront utiles plus tard.

Le moment venu, donnez le coup d'envoi du programme en organisant des événements en personne et virtuels de sorte que le message parvienne à tout le monde. Sollicitez aussi la participation des cadres pour susciter l'intérêt et montrer l'appui apporté au programme.

Guide « Préparez votre plan »



Modèle de sondage « Mac sera bientôt là »



Affichage d'événement « Demandez Mac »



Courriel « Demandez Mac »



Bannière « Demandez Mac »



Page de renvoi « Demandez Mac »



Diaporama « Présentez votre plan »



Vidéo « Ça c'est Mac »



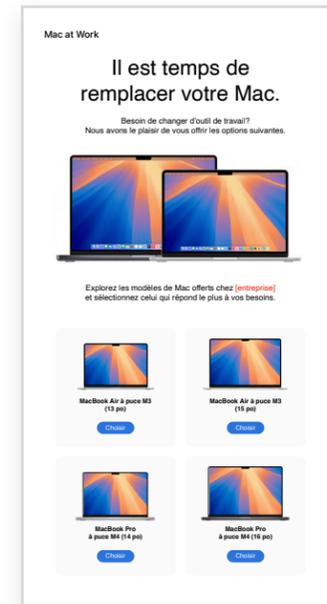
Cette ressource vidéo est disponible en anglais et peut être utilisée par la clientèle jusqu'en décembre 2028, à l'interne seulement. Les vidéos et les images ne peuvent être modifiées d'aucune façon (superposition d'éléments, ajout de cadres ou de filigranes, etc.).

2 Mobilisation

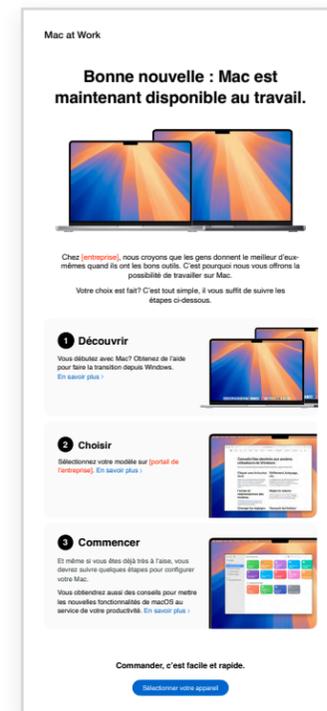
Une communication continue est nécessaire pour faire connaître votre programme. Servez-vous des canaux de communication interne que les membres du personnel ont l'habitude d'utiliser pour les toucher davantage. Envoyez des rappels de renouvellement ou de mise à niveau, des instructions pour retourner les anciens appareils, ou encore des suggestions de ressources pour tirer parti des nouvelles fonctionnalités.

Aidez les gens à prendre une décision éclairée en fournissant de l'information sur les avantages de Mac. Si vous offrez la possibilité de choisir entre MacBook Pro et MacBook Air, donnez des renseignements pertinents qui permettront à chaque personne de trouver le modèle qui lui convient.

Courriel de rappel de renouvellement



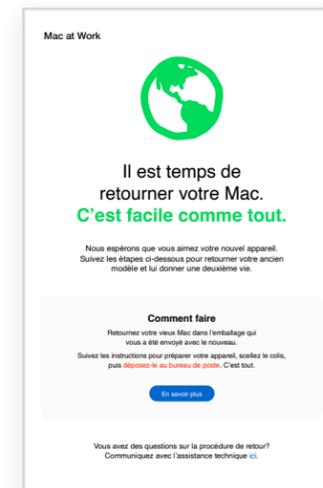
Courriel pour les nouvelles recrues



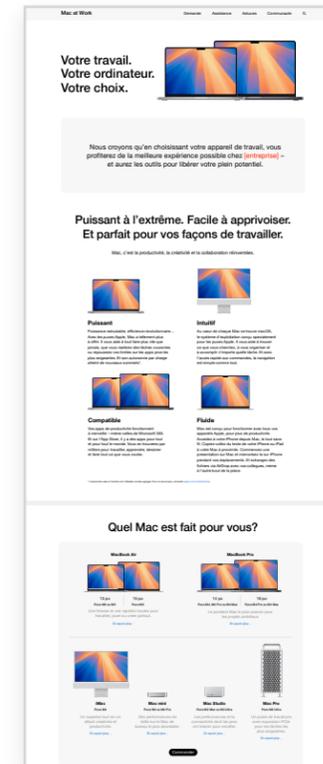
Courriel pour le retour et la mise à niveau



Courriel de suivi pour le retour et la mise à niveau



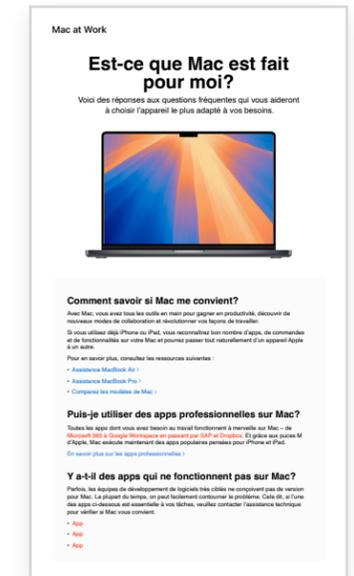
Modèle de page de renvoi



Courriel « Mac est arrivé »



Courriel « FAQ sur l'adoption de Mac »

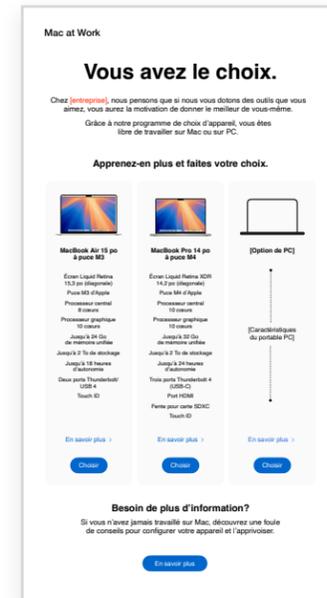


3 Assistance

Quand une personne choisit Mac, il faut que son expérience soit fluide et positive. Simplifiez les processus avec des communications claires et un accès facile aux ressources clés pour rendre l'initiative conviviale et attrayante.

Vous pouvez faire une foule de choses pour que l'intégration de Mac se déroule au mieux. Par exemple, envoyez des communications régulières pour informer les membres du personnel de ce qui les attend. Certaines entreprises vont encore plus loin et rendent l'expérience amusante, tout en l'harmonisant à leur mission et leur identité de marque. Les ressources de formation, comme le Guide de démarrage pour le personnel ou encore les ateliers en ligne, sont des outils précieux pour la mise en œuvre de votre programme.

Courriel de choix d'appareil



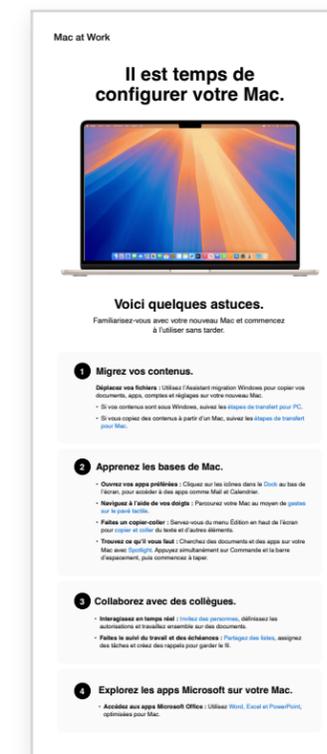
Courriel « Préparez-vous à recevoir votre Mac »



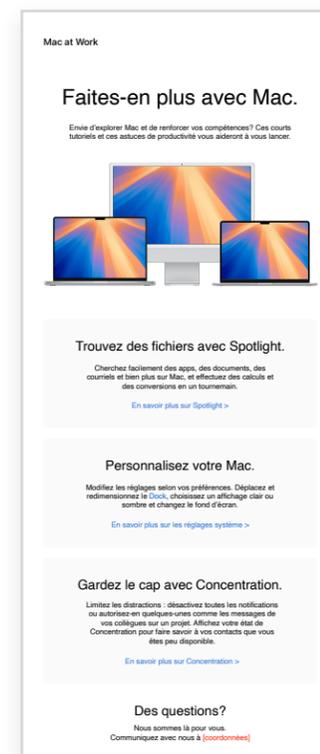
Courriel « Votre Mac vous souhaite la bienvenue »



Courriel « Il est temps de configurer votre Mac »



Infolettre de trucs et astuces



Exemple de page de renvoi (portail)



Apple offre divers contenus et outils en libre-service pour aider les équipes à se mettre au travail et leur fournir du soutien. Voici comment en tirer parti pour accompagner votre personnel :

- Menez des sondages pour voir comment les gens s'adaptent à Mac, puis répondez à leurs questions avec des communications sur mesure.
- Ajoutez des ressources Apple pertinentes dans vos infolettres, ou visez certains profils avec des communications plus ciblées.
- Servez-vous des présentations Apple lors de vos événements ou à vos comptoirs informatiques pour initier les novices à Mac.
- Invitez les membres du personnel à assister aux ateliers Today at Apple à l'Apple Store. Pour en savoir plus, parlez avec votre équipe Apple ou visitez apple.com/ca/fr/today.

Marques de commerce et ressources

Il est important de bien faire comprendre à vos équipes pourquoi vous proposez Mac. Les ressources suivantes vous aideront à communiquer de manière efficace avec les différents publics – cadres, gestionnaires, spécialistes des TI et autres membres du personnel –, en mettant en avant les caractéristiques du produit qui s’inscrivent dans votre vision. Nous vous proposons de vous appuyer sur ces points clés.

Utilisation du nom *Apple* dans du texte

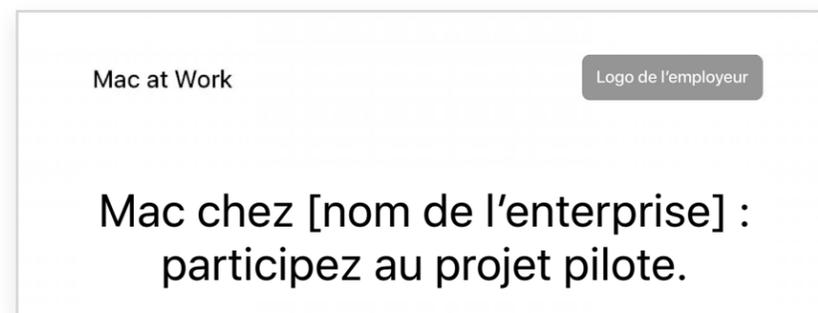
Pour les communications d’entreprise et à l’intention du grand public, utilisez la dénomination sociale *Apple*. Le nom légal, Apple Inc., est réservé aux documents juridiques.

Utilisation des noms *Mac at Work* et *Mac Employee Choice* dans du texte

Écrivez toujours le nom du programme en respectant l’usage des majuscules et des minuscules : « *Mac at Work* » et « *Mac Employee Choice* ».

Logo et bloc-marque

Le bloc-marque *Mac at Work* et le logo de votre entreprise doivent être placés chacun d’un côté de la page.



Noms de produits

Les noms de produits Apple doivent être écrits exactement tels qu’ils figurent dans la [liste des marques de commerce Apple](#). Par exemple, lorsque vous utilisez « *iPad* » ou « *macOS* » dans un titre ou dans le corps d’un texte, utilisez toujours une minuscule pour la première lettre (suivie d’une lettre majuscule ou minuscule selon le cas), même au début d’une phrase, d’un paragraphe ou d’un titre.

La plupart des noms de produits Apple sont des marques de commerce. Ne traduisez jamais une marque de commerce Apple. Les marques de commerce doivent demeurer en anglais, même quand elles se trouvent dans un texte rédigé dans une autre langue. Écrivez toujours les noms de produits Apple au singulier, et n’employez pas d’articles définis. Ne dites pas « *Macs* » ou « *iPhones* ». Les modificateurs comme « *modèles* », « *ordinateurs* » ou « *appareils* » peuvent toutefois s’écrire au pluriel ou être précédés d’un déterminant.

Information sur les marques de commerce

Passez en revue la [liste des marques de commerce Apple](#) pour vous assurer d’utiliser l’information la plus récente quand vous créez du matériel marketing. Pour de plus amples renseignements, rendez-vous sur la page [Directives d’utilisation des marques de commerce et des droits d’auteur d’Apple](#).

Si vous avez des questions après avoir consulté le site [Informations juridiques d’Apple](#), écrivez au service des marques de commerce à appletm@apple.com. Vous recevrez une réponse dans un délai maximum d’une semaine.

Annexe | Exemples de modèles

Courriel

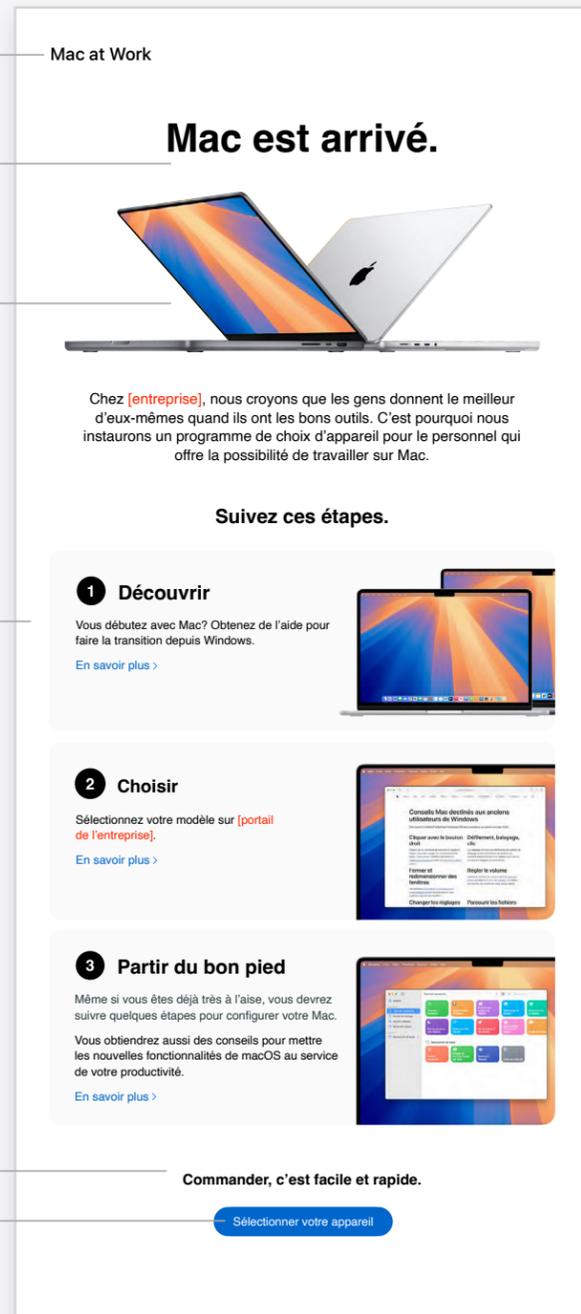
Bloc-marque
Mac at Work

Titre
Le texte est centré.

Photo du produit
La photo est centrée horizontalement sur la page et verticalement entre le titre et le corps du texte.

Image, texte et appel à l'action

Soutien
Appel à l'action



Page de renvoi

Barre de navigation et bloc-marque Mac at Work

Titre

Texte

Titre

Images et texte

Titre

Renseignements sur le produit

Appel à l'action



Annexe | Exemples de modèles (suite)

Infolettre

Bloc-marque Mac at Work

Titre et texte
Le texte est centré.

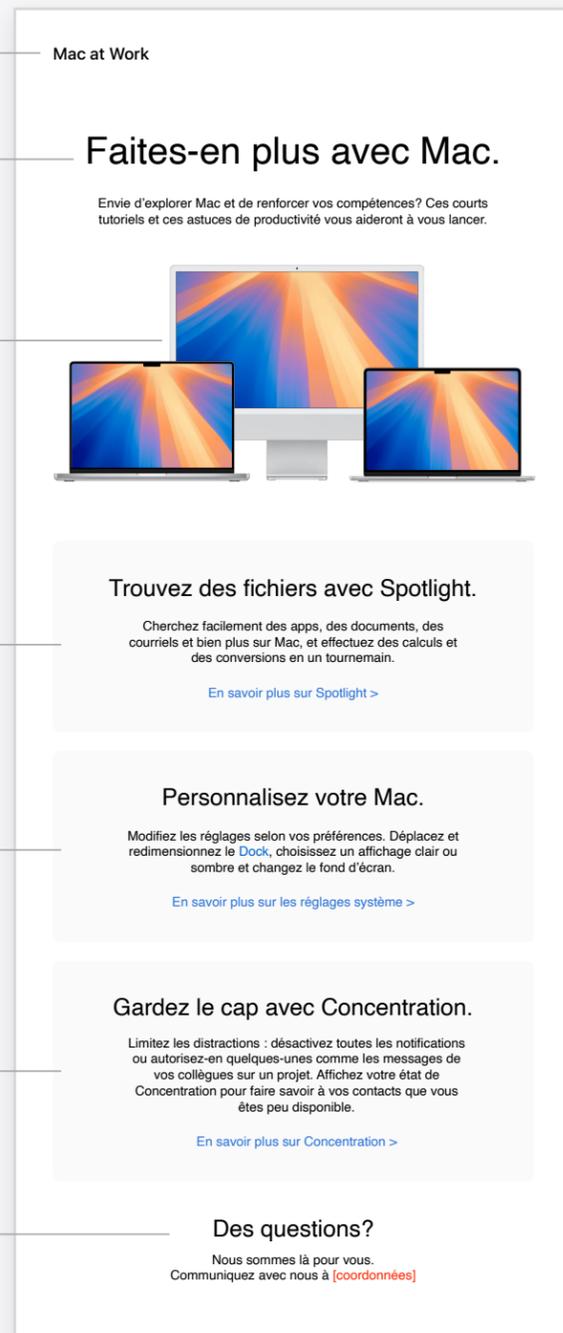
Photo du produit
La photo est centrée horizontalement sur la page et verticalement entre le titre et le corps du texte.

Sous-titre, texte et appel à l'action

Sous-titre, texte et appel à l'action

Sous-titre, texte et appel à l'action

Soutien



Sondage

Bloc-marque Mac at Work

Titre
Le texte est centré.

Photo du produit
La photo est centrée horizontalement sur la page et verticalement entre le titre et le corps du texte.

Texte
Le texte est centré.

Sondage

Bouton d'envoi

