

iNBOX

DU COEUR À L'OUVRAGE

PROFIL DE L'ENTREPRISE



iNBOX

www.inboxinternational.com

SECTEUR D'ACTIVITÉ :

Programmes de reconnaissance et d'engagement des employés

PRINCIPAUX CHAMPS D'EXPERTISE :

Stratégies de reconnaissance et d'incitatifs à la performance

Plateforme Web personnalisée

Boutique de récompenses en ligne

Ludification (« Gamification »)

CLIENTÈLE ET MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE :

Grandes entreprises (plus de 500 employés)

Canada



ANNÉE DE FONDATION :

2003



NOMBRE D'EMPLOYÉS :

17



BUREAUX :

9880, rue Clark

Bureau 230

Montréal (Québec) H3L 2R3



SITE WEB :

www.inboxinternational.com



PRINCIPAUX PORTE-PAROLE :

Marc-André Lanciault,

Président et chef de la direction

1 855 932-4626, poste 710

marcan@inboxinternational.com

Jonathan Hamel,

Vice-président, Expérience client

1 855 932-4626, poste 700

jon@inboxinternational.com



ACTIONNAIRES :

Marc-André Lanciault

Réjean Boudreau (associé, président du conseil)

PROFIL DE L'ENTREPRISE

Fondée en 2003, d'abord en tant qu'agence Web, INBOX se spécialise aujourd'hui dans la création et la gestion de programmes sur mesure de reconnaissance et d'engagement des employés. La firme montréalaise aide les grandes entreprises à accroître l'engagement de leurs employés et la performance de ceux-ci en développant des stratégies adaptées, en bâtissant une plateforme de reconnaissance personnalisée permettant l'interaction, la communication et l'accès à l'information, ainsi qu'en effectuant la mise en place et la gestion d'une boutique de récompenses en ligne propre à l'organisation. C'est ce qu'INBOX appelle le système **#CARE**, son approche complète et clés en mains assurant le succès et le bonheur des employés de ses entreprises clientes.

En plus de mettre à profit son expertise et son expérience pour élaborer des stratégies globales ou créer des campagnes internes ponctuelles, le savoir-faire technologique d'INBOX lui permet de développer un portail social constituant la pièce maîtresse du programme de reconnaissance et d'engagement des employés ainsi que du développement de la culture d'entreprise. Cet outil de prédilection est conçu sur mesure, en fonction de la culture, des valeurs et des besoins de chaque organisation. Il permet aux employés de communiquer, apprendre, enseigner, se féliciter les uns les autres, jouer et recevoir des points de récompense, lesquels ils utilisent ensuite pour acheter des cadeaux à partir de la boutique en ligne proposant des milliers de produits.

Visualisation des campagnes en cours, tableaux de bord, quiz, sondages, jeux, blogues, rapports de performance en temps réel pour les gestionnaires : la convivialité, la robustesse et l'aspect ludique du portail assurent l'efficacité et le rendement des stratégies déployées. Cette plateforme intègre également une boutique en ligne, où les employés peuvent échanger leurs points parmi une vaste sélection de produits (électronique, jeux pour enfants, articles de plein air et de sport, cartes-cadeaux, voyages, etc.). De manière continue, INBOX assure l'évolution et la cohérence des stratégies en fonction des objectifs d'affaires, de même que le contrôle des budgets et le soutien technique.

Les stratégies développées peuvent viser des objectifs de vente précis, favoriser une communication centralisée au sein de l'organisation ou aborder globalement la culture de l'entreprise et l'engagement des employés. Elles s'inscrivent dans une volonté croissante, observée au cours des dernières années, des grandes entreprises de créer une culture de reconnaissance et d'engagement des employés, au nom d'une motivation accrue, d'une meilleure performance et d'une plus grande productivité du personnel. Ces organisations ont compris que cette approche aura un impact direct sur leur rentabilité, que ce soit grâce à une diminution du taux de roulement et des coûts qui y sont rattachés ou à un meilleur service à la clientèle favorisant la fidélisation de celle-ci.



PRÊCHER PAR L'EXEMPLE

Passionnée par le bien-être des gens, INBOX en fait sa raison d'être. En effet, en matière de reconnaissance des employés et de développement d'une culture d'entreprise riche, INBOX est tout sauf un cordonnier mal chaussé. Les valeurs de l'entreprise sont fortement implantées à l'interne et une brève incursion dans les bureaux de l'entreprise est suffisante pour voir à quel point sa philosophie "CARE" (Considération, Appréciation, Reconnaissance, Engagement) est omniprésente.

UN PEU D'HISTOIRE

L'histoire d'INBOX est un mélange parfait d'entrepreneurs, d'identification d'opportunités et de passion. En 2003, Marc-André Lanciault saisit une opportunité pour réaliser des sites Web à partir d'un logiciel libre de gestion de contenus (CMS) avec lequel il a rencontré du succès dans le cadre d'un projet pour son employeur de l'époque. Avec l'aide financière et le mentorat de ce dernier, il se lance à son compte. Au fil des ans, il continue à créer des sites Web sous ce CMS, en s'impliquant activement au sein de la communauté de ce logiciel libre, allant jusqu'à créer de nouveaux modules pour les redistribuer.

En 2006, un projet d'Intranet réalisé pour la division Sympatico de Bell Canada rencontre un grand succès et est appelé à grandir constamment, avec notamment l'ajout de tableaux de bord et d'une boutique de récompenses pour les employés. En 2007, le leadership et l'expertise de Marc-André Lanciault le poussent à démarrer une nouvelle communauté de logiciel libre, avec laquelle il développe alors un nouveau CMS qu'INBOX commence à implanter chez ses clients.

En 2009, il reçoit le mandat de Bell de créer un nouveau portail avec les mêmes fonctionnalités que celui des agents de Sympatico, mais cette fois pour la division Télévision. Les projets et les succès avec ce client s'enchaînent, incluant la création sur mesure d'un nouveau portail visant 15 000 employés à travers le monde, en lien avec la commandite des Jeux Olympiques de Vancouver. INBOX continue de produire des sites Web pour divers clients et poursuit sa collaboration avec Bell en créant, en 2010, une seule plateforme de reconnaissance pour l'ensemble de l'organisation.

De fil en aiguille, Marc-André Lanciault confirme sa passion pour aider les gens, reconnaître leur travail et les rendre heureux. Il réalise que c'est exactement ce qu'INBOX fait le mieux et décide, à la fin de 2012, de prendre ce virage afin de se consacrer exclusivement à la création de programmes de reconnaissance et d'engagement des employés et ainsi délaisser la production de sites Web. Il sait qu'INBOX a aujourd'hui tout ce qu'il faut pour se mesurer aux joueurs les plus importants dans ce marché.

INBOX est membre de l'organisme Recognition Professionals International (www.recognition.org/).



INBOX AIDE LES EMPLOYÉS DE :



- 30 -

RENSEIGNEMENTS :

Simard Hamel Communications
Caroline Doyon
514 287-9811, poste 25
c.doyon@shc.ca