

Chapitre 4

QCM

1. C.

2. C.

3. B.

4. C.

5. B.

6. B. D. ET I.

7. B. D. E. ET F.

8. A. C.

9. A. C. D.

10. D.

11. A. B. D. E.

Azure (Microsoft) et AWS (Amazon) sont des fournisseurs d'hébergement de ressources numériques dans le cloud. Afin d'assurer ces services, ils construisent et gèrent des *datacenters*, ou centre de données. Ce sont donc des entreprises qui fournissent des prestations à des clients, grâce à des équipements et des logiciels dont elles sont propriétaires. Il s'agit d'un modèle d'entreprise très classique. En revanche, les autres entreprises citées sont des plateformes présentes sur Internet et qui jouent les intermédiaires entre des offreurs (de logements, de VTC, de musique, etc.) et des acheteurs, souvent issus du grand public. Les entreprises plateformes ne détiennent pas les actifs (Airbnb n'est pas propriétaire des logements offerts à la location) et ne sont pas les employeurs des prestataires des services fournis aux acheteurs (Uber ne veut pas être l'employeur des chauffeurs de VTC qui ont un statut de travailleur indépendant).

12. C. LinkedIn est un réseau social à vocation professionnelle. Il permet d'échanger des opinions, des informations, de retrouver des contacts ou d'en découvrir de nouveaux. Son modèle économique est de rendre payant certains services, par exemple pour les sociétés de recrutement, alors que la plupart des utilisateurs restent dans la gratuité.

13. A. La définition d'une stratégie pour le SI doit rester une prérogative de la DSI, en s'alignant sur la stratégie de l'organisation définie par la direction générale. Cela n'empêche pas le recours à des consultants extérieurs à titre ponctuel.

14. A. B. D. F. Le fait de recourir à l'infogérance ne dispense pas l'organisation cliente de conserver en interne des compétences et de suivre avec attention l'évolution de son SI qui est un actif stratégique. La fin du contrat doit être anticipée pour être en capacité d'effectuer un choix rationnel (garder le prestataire, en changer, faire évoluer le périmètre de la prestation).

15. B. ET C. Ce niveau de service est défini dans le contrat qui prévoit la prestation. Sa

qualité est aussi fonction du besoin du client. Par exemple, un cabinet d'expertise comptable négociera un niveau de service maximum avec son prestataire Internet si son outil de production est en mode SaaS dans le cloud. Une défaillance du réseau serait très pénalisante pour la conduite des missions du cabinet.

Exercices

EXERCICE 1 – TRANSFORMATION DIGITALE, COMMENT LES SALARIÉS LA PERÇOIVENT ?

1. Pourquoi certains salariés s'inquiètent-ils de cette lenteur ?

Plusieurs facteurs peuvent expliquer que certains salariés s'inquiètent de la lenteur qu'ils ressentent :

- Convaincus de la nécessité de la transformation digitale, ils peuvent craindre une perte de compétitivité de leur entreprise vis-à-vis de la concurrence et donc à terme, une menace sur leur évolution de carrière et même pour leur emploi.
- Ils peuvent aussi ressentir une frustration de pratiquer des méthodes de travail « anciennes » ou « dépassées », ce qui les empêche d'améliorer leurs compétences. À terme, ils estiment que cela les pénalisera s'ils veulent changer d'entreprise.
- Souvent la numérisation est vue comme un moyen de se débarrasser de tâches répétitives peu gratifiantes pour consacrer plus de temps à des activités plus valorisantes (contacts avec les clients, recherche de nouveaux produits ou services...)

2. Le partage des connaissances est-il un enjeu dans les organisations ?

Les organisations sont conscientes que les connaissances (savoirs et savoir-faire internes) sont devenues (selon J-L Ermine) :

- une composante de son capital économique ;
- une ressource stratégique ;
- un facteur de stabilité (culture interne) ;
- un avantage concurrentiel.

Pour conserver et développer ce patrimoine, il est indispensable de le faire partager par l'ensemble des collectifs qui constituent l'organisation. Le partage des connaissances devient alors un enjeu décisif. Des outils numériques doivent soutenir ce processus, mais ce n'est pas suffisant. Il est indispensable que les directions suivent avec attention les processus collaboratifs de conservation et de partage des connaissances.

3. Quels sont les outils numériques qui peuvent faciliter le partage des connaissances ?

Une première catégorie d'outils peut être qualifiée de « **collaboratif** » et de « **communiquant** » : ce sont des applications qui permettent une relation entre des collaborateurs, soit par une communication instantanée et donc simultanée (téléphone, Skype, Messenger...), soit par une communication asynchrone (type messagerie électronique). Un autre facteur important est la possibilité de dépasser la relation entre deux personnes pour aller vers le groupe. Les réseaux sociaux professionnels sont une réponse (applications Slack ou Trello, Workplace de Facebook).

CORRIGÉ

Pour aller vers le partage de connaissances, il faut y adjoindre des outils de stockage et de classement de documents avec des formats numériques les plus divers (GED : gestion électronique de documents). La solution Sharepoint de Microsoft qui est incorporée à Teams en donne une bonne illustration. Google avec Drive en est un autre exemple.

Dans une approche plus professionnelle et adaptée à de grandes organisations il faudra se tourner vers des éditeurs professionnels du secteur des ECM : *Enterprise Content Management*, le leader étant OpenText.

EXERCICE 2 – LE CHOIX DU MODE SAAS : LES POINTS CLÉS À NÉGOCIER DANS UN CONTRAT

1. Classez les recommandations dans les trois catégories : Coûts et budgets – Risques et conformité – Modalités de sortie.

Catégories	Recommandations
Coûts et budgets	2 – 7 – 8
Risques et conformité	1 – 4 – 6 – 9
Modalités de sortie	3 – 5 – 10

2. Pourquoi les directions des entreprises ont-elles tendance à accélérer les négociations, parfois au détriment des intérêts de l'entreprise ?

Les agendas des dirigeants sont souvent très tendus et la durée des négociations de ces contrats d'infogérance est souvent vue comme excessive. Pour éviter ces signatures hâtives qui pourront ensuite produire des effets très négatifs, les travaux préparatoires à la négociation des contrats doivent être très approfondis, le recours à des consultants externes indépendants et sans lien avec les prestataires de l'infogérance doit être systématique.

3. Les responsables des achats vous demandent des explications à propos du point 6 dont ils ne comprennent pas très bien la finalité.

L'objectif de cette recommandation est d'éviter que le contrat du fournisseur incorpore des liens avec d'autres documents qu'il rend disponibles sur son intranet par de simples liens (URL). Le risque est alors que ces documents soient modifiés unilatéralement par le fournisseur au détriment des clients. Alors que si le document est annexé dans son intégralité au contrat, il en devient partie intégrante et toute modification ultérieure ne pourra se faire que par un avenant au contrat signé par les deux parties.

EXERCICE 3 – LES RÉSEAUX SOCIAUX D'ENTREPRISE

1. Quelles sont les deux principales dimensions qui caractérisent les réseaux sociaux et qui ont permis leur développement dans les activités professionnelles ?

La **dimension technologique** est fondamentale car elle a permis le développement de ces réseaux, d'abord avec Internet et les ordinateurs puis avec les téléphones portables qui en ont décuplé la diffusion. Encore faut-il que les possesseurs de ces outils technologiques ressentent le besoin de se relier avec d'autres personnes pas forcément présentes dans leur environnement direct. Cette **dimension de relation humaine** est indispensable au développement du réseau social. LinkedIn en est un bon exemple : les utilisateurs recherchent de contacts basés sur des affinités professionnelles qui peuvent ensuite se traduire par des collaborations utiles pour eux.

2. Donner des exemples d'usages des réseaux sociaux dans un contexte professionnel.

Les usages des réseaux sociaux sont désormais multiples. Les plus fréquents sont :

- **Communiquer et diffuser son offre commerciale** en se rapprochant des utilisateurs (SAV, trucs et astuces, entraides...).
- **Valoriser son image** (marque employeur) pour attirer les talents pour le recrutement des collaborateurs.
- Mettre en place **une veille informationnelle** pour suivre les tendances des consommateurs qui s'expriment sur les réseaux sociaux (par exemple les forums spécialisés).

3. Quel serait le principal avantage des réseaux sociaux par rapport au courrier électronique ?

Le courrier électronique est irremplaçable, mais peu adapté à la communication au sein d'un groupe de travail. Le réseau social peut répondre à ce besoin de communication collective et instantanée au sein d'une équipe projet. La consultation de l'historique des messages concernant le projet est un grand avantage. Avec une messagerie, c'est plus compliqué, il peut y avoir des mélanges avec d'autres sujets.