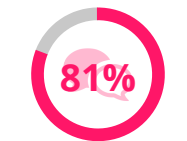


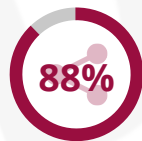
DiGiTT[®]
2018
CERTIFICAT OF ACHIEVEMENT
#294 GT 708
This is certified that
BOUABDA Wael
Achieved the following scores



COMMUNICATION



CONTENUS



WEB MARKETING



MOBILITE



EXPERIENCE CLIENT



COLLABORATIF



DATA



TECHNOLOGIE



COMMERCE
CONNECTE

Le Candidat

Fait à Courbevoie le 10/01/2018

Anne-Laure VINCENT
Le Président





Votre Digital Assessment détaillé

Sommaire

Présentation de DiGiTT	3
Le radar	4
Vos scores sur les 9 enjeux	5
Détail par enjeu :	
COMMUNICATION	6
CONTENUS	8
WEB MARKETING	10
MOBILITE	12
EXPERIENCE CLIENT	14
COLLABORATIF	16
DATA	18
TECHNOLOGIE	19
COMMERCE CONNECTE	21
Le Certificat	23

Le 1er outil de diagnostic et de certification des connaissances et compétences digitales.



Il est aujourd'hui clair pour tous que la « transformation digitale » de notre environnement est généralisée à l'ensemble du monde professionnel. Il ne s'agit plus d'une tendance concentrée uniquement sur quelques secteurs innovants comme l'informatique, le e-commerce ou le tourisme, mais une nécessaire évolution qui concerne tous les secteurs et tous les métiers. Les chiffres parlent d'eux-mêmes en ce domaine.

* 48% des salariés admettent ne pas se sentir au niveau et ils sont 82% à admettre qu'ils s'adaptent comme ils peuvent, "sur le tas", selon une étude datant de 2014 menée par ADOBE

* 70% des dirigeants sont conscients que le manque de compétence dans le domaine du Digital est un frein à la croissance de leur entreprise, selon l'étude "Révolution des métiers" menée par Ernst & Young avec LinkedIn.

Ce n'est pas une surprise alors, si de nombreuses entreprises placent aujourd'hui la montée en compétence des salariés au coeur de leur « transformation digitale » et de leurs plans stratégiques.

DIGITT : UN REFERENTIEL COMPLET ET UNE CERTIFICATION POUR ALLER PLUS LOIN

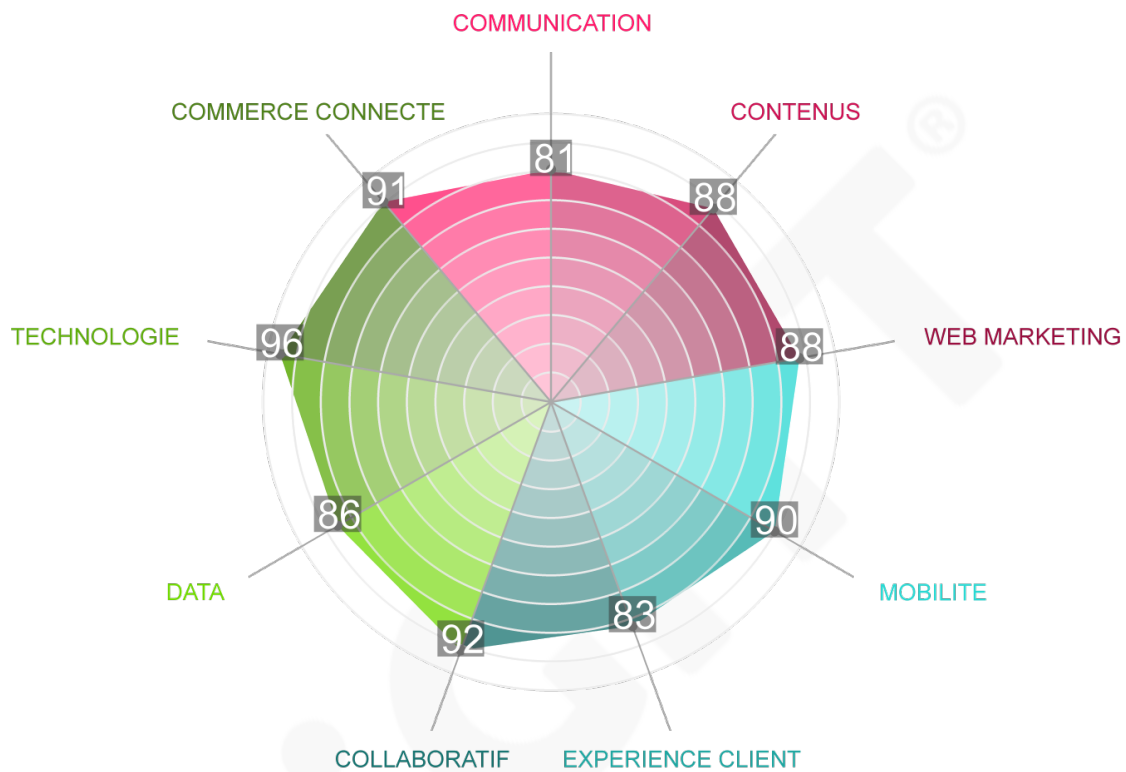
C'est cette transformation que DiGiTT se propose d'accompagner, avec l'ambition d'être une passerelle entre un environnement digital qui évolue très vite et des professionnels qui doivent s'adapter. Le certificat repose ainsi sur 3 ambitions fortes :

- > Un vrai référentiel objectif et évolutif des connaissances et compétences requises, élaboré avec les professionnels en entreprise
- > Une évaluation complète des connaissances et compétences, menant à une certification transversale
- > Un accompagnement opérationnel et pratique pour tous

C'est tout ceci que nous vous proposons au travers de cette restitution. Vous y trouverez l'ensemble de vos résultats, commentés en détails dans une approche opérationnelle et pratique.

Egalement une façon unique de vous démarquer !

Votre Radar DiGiTT :



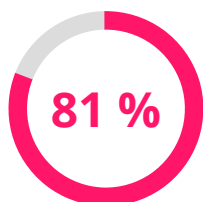
9 enjeux clés pour la transformation digitale des entreprises

La "transformation digitale" est une notion complexe à appréhender. Transverse à l'ensemble des marchés et des fonctions, elle est nécessairement comprise et gérée de façon singulière pour chacune des entreprises, en fonction de ses enjeux, marchés et priorités. C'est ce qui la rend complexe à appréhender pour chacun de nous.

C'est pour aider les individus et les entreprises à prendre en main cette transformation que DiGiTT a élaboré, avec de nombreux professionnels, un référentiel complet des enjeux principaux. Ils sont au nombre de 9, et évalués au travers de 54 connaissances et compétences clés.

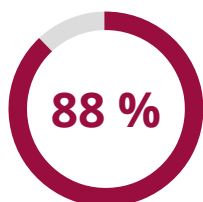
Le Radar DiGiTT vous révèle en un seul endroit, votre positionnement sur ces 9 enjeux du digital en entreprise. Une façon simple et pratique de vous positionner et de vous valoriser.

VOS SCORES PAR ENJEU EN UN CLIN D'OEIL



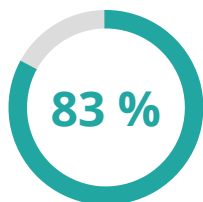
COMMUNICATION

Le digital nous propulse dans l'ère de la conversation et nous amène à réinventer les interactions avec nos publics, tant sur les outils que sur le contenu.



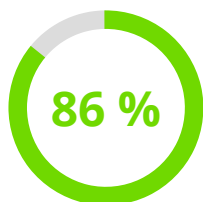
WEB MARKETING

Le digital installe un nouveau rapport entre les marques et les utilisateurs. Il fait émerger de nouveaux leviers pour acquérir et fidéliser de nouveaux clients.



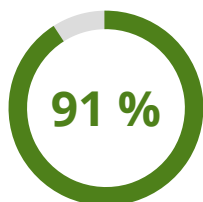
EXPERIENCE CLIENT

Le digital redonne les rênes au consommateur qui ne se contente plus de simples produits ou de services, mais recherche des expériences.



DATA

L'environnement digital génère de très nombreuses données nouvelles qu'il faut stocker, traiter et exploiter à bon escient pour générer plus de valeur.

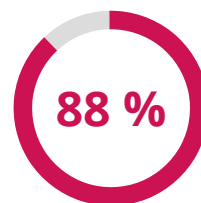


COMMERCE CONNECTE

Le digital bouleverse l'acte d'achat : il s'inscrit avant, pendant et après la vente. Cela fait naître une distribution réellement multicanal.

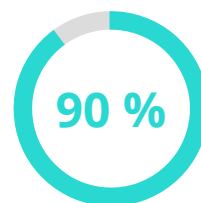
CONTENUS

Le digital multiplie les formats de contenus possibles (texte, son, vidéo?) et exige de ce fait une nouvelle stratégie éditoriale.



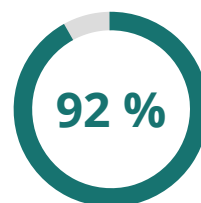
MOBILITE

La mobilité permet aux individus et aux entreprises de s'affranchir des contraintes de lieu et de temps, et de redéfinir les produits et services.



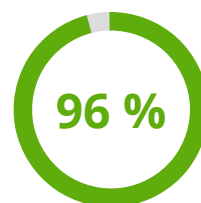
COLLABORATIF

La transformation digitale des organisations bouleverse l'environnement de travail et requiert de nouvelles formes de collaboration au sein des entreprises.

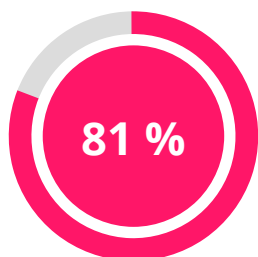


TECHNOLOGIE

La composante technologique est omniprésente et évolue très vite. La capacité à s'adapter et à la maîtriser est devenu l'un des facteurs clés de succès.



Détail des compétences COMMUNICATION



Le digital nous propulse dans l'ère de la conversation et nous amène à réinventer les interactions avec nos publics, tant sur les outils que sur le contenu.

Votre meilleur score sur cet enjeu de COMMUNICATION est sur la compétence e-Branding. C'est bien! C'est une compétence importante dans un contexte web où chaque marque se doit de construire une relation forte avec ses audiences.

E-reputation



La réputation est faite par les autres, par la foule. Le besoin de veille e-réputation est issu de la rencontre de 3 environnements : les internautes de plus en plus nombreux à s'exprimer, les médias et outils de publication web de plus en plus diversifiés et faciles à utiliser, et les organisations et individus (entreprises, administration, dirigeants..) de plus en plus exposés. Les principaux éléments de l'e-reputation sont connus de vous. Mais n'hésitez pas à approfondir.

Social Media



L'expression « médias sociaux » est de plus en plus utilisée et tend à remplacer le terme de Web 2.0 et recouvre les différentes activités qui intègrent la technologie, l'interaction sociale, et la création de contenu. Les médias sociaux utilisent l'intelligence collective dans un esprit de collaboration en ligne. Bravo. Vous connaissez en détail les principaux réseaux sociaux. Restez en veille, ils évoluent tous les mois !

Influence



La réputation est faite par les autres, par la foule. Au contraire, l'influence consiste à penser en amont aux groupes sociaux qui sont susceptibles de parler de nous, à leurs systèmes de croyances et leurs valeurs personnelles afin d'orienter les discours et de préparer les réponses à apporter à ces groupes. C'est un enjeu essentiel que nous vous encourageons à découvrir plus en détail. Vous ne semblez pas maîtriser les fondamentaux.

e-Branding



Une action publicitaire ou marketing de branding est une action qui vise à travailler l'image et / ou la notoriété d'une marque.

L'efficacité d'une campagne publicitaire de branding sur Internet se mesure donc au moins autant à l'aide d'indicateurs qualitatifs que par les indicateurs d'actions classiques sur internet (clics, visites, etc...). L'e-branding semble être sans secrets pour vous.

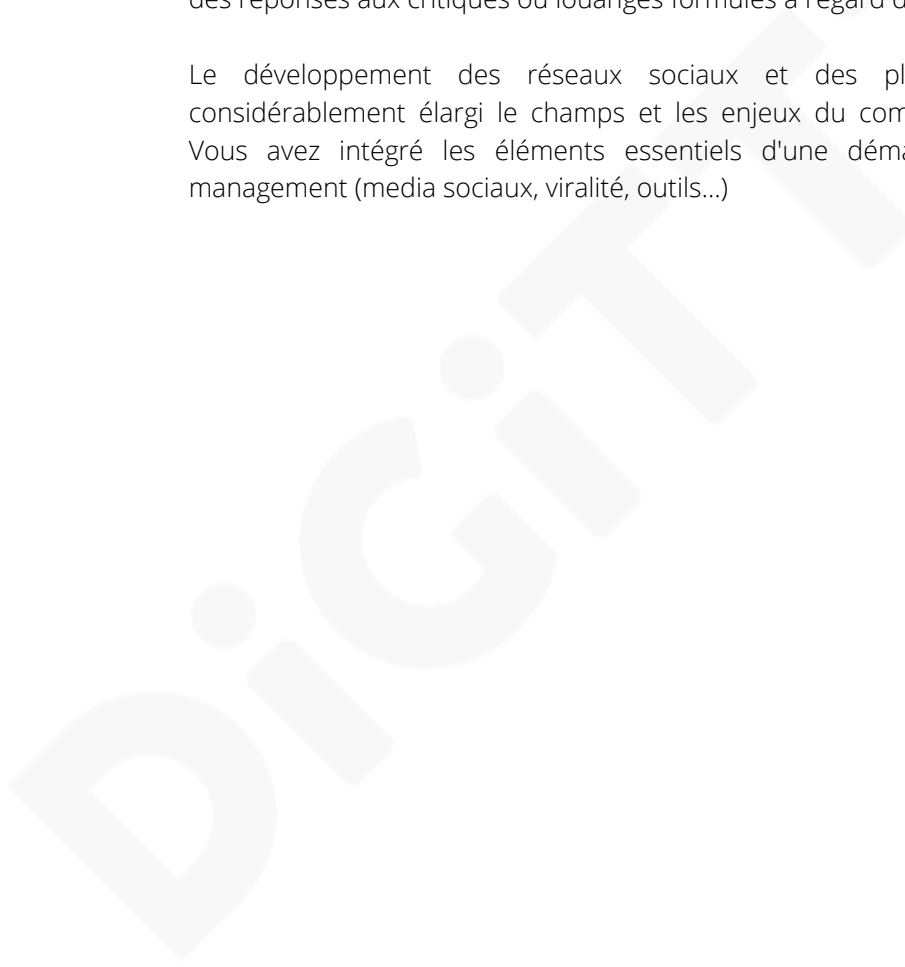
Community Management



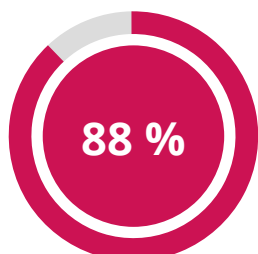
Le community management peut être défini comme la démarche qui consiste à surveiller, influencer, contrôler et défendre la réputation d'une marque ou société sur Internet ou autres canaux ou médias à dimension communautaire.

La fonction de community management comprend une part de veille et d'analyse et une part plus active qui consiste à communiquer par la prise de parole ou par des réponses aux critiques ou louanges formulés à l'égard de la marque.

Le développement des réseaux sociaux et des plateformes vidéos a considérablement élargi le champs et les enjeux du community management. Vous avez intégré les éléments essentiels d'une démarche de community management (media sociaux, viralité, outils...)



Détail des compétences CONTENUS



Le digital multiplie les formats de contenus possibles (texte, son, vidéo?) et exige de ce fait une nouvelle stratégie éditoriale.

Bravo. Il semble que vous maîtrisiez bien la compétence Audio / Vidéo. C'est une base solide pour appréhender les contenus sur Internet.

Image



La qualité de vos images est stratégique, que se soit dans une démarche e-commerce comme dans une démarche d'image de marque ou d'éditorial.

Il est fondamental de comprendre comment l'utiliser de façon optimale sur le web. Vous connaissez toutes les grandes notions : formats, logiciels, optimisation, droit d'auteur etc... et pourrez intégrer l'image de la meilleure façon dans vos initiatives.

Diffusion / Distribution



Avec la multiplicité des plateformes, l'enjeu de l'entreprise n'est pas uniquement d'avoir du contenu mais aussi de le diffuser sur ses propres entités (sites, applications, bornes, objets connectés), ainsi que sur les entités extérieures pertinentes (plateformes vidéos, réseaux sociaux, marketplaces...). Les plateformes de diffusion et les business model en place sont bien connus et maîtrisés par vous. Nous vous proposons d'approfondir les modes de distribution de contenus tels que le P2P (Peer to peer).

UGC



Le User Generated Content ou "contenu généré par les utilisateurs" se définit par l'ensemble des contributions des utilisateurs finaux de la marque ou du produit.

Le contenu UGC permet de créer de l'interactivité avec les utilisateurs, favorise l'implication des utilisateurs et enfin, permet d'augmenter la richesse et la fréquence des contenus. Vous êtes à l'aise avec le concept de "User Generated Content" et vous identifiez la valeur ajoutée d'une telle démarche.

Audio / Vidéo



La consommation de vidéos sur internet ne cesse d'augmenter (smartphones, tablettes...) et les entreprises ont face à elles une audience de plus en plus exigeante.

Cette tendance soulève de grands enjeux de qualité pour l'audience, et autant de défis pour les éditeurs de contenus. Audio et Vidéo n'ont plus de secret pour vous et vous maîtrisez les enjeux de qualité et d'efficacité de ces formats. Bravo.

Écriture



Rédiger les contenus d'un site web demande bien plus qu'une aisance rédactionnelle.

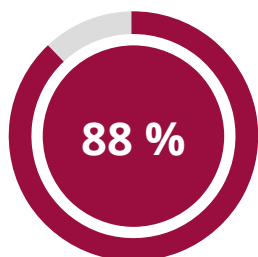
Trois enjeux fondamentaux déterminent le style d'écriture à employer : Communication (l'univers de la marque, ses valeurs, son savoir-faire...), Marketing (simplicité et efficacité...), Référencement (texte bien structuré et hiérarchisé, avec un choix de vocabulaire pertinent). Vous appréhendez très bien les enjeux de l'écriture pour le web et ses spécificités.

Propriété Intellectuelle



Innover, développer de nouveaux services et produits demande des investissements importants. Il est important de protéger ces résultats pour que d'autres ne tirent pas bénéfice de votre travail. Vous ne semblez pas connaître l'ensemble des enjeux de propriété intellectuelle. Nous vous encourageons à renforcer ces notions fondamentales.

Détail des compétences WEB MARKETING



Le digital installe un nouveau rapport entre les marques et les utilisateurs. Il fait émerger de nouveaux leviers pour acquérir et fidéliser de nouveaux clients.

Il semble que la compétence SEO soit bien maîtrisée. Félicitations. Elle est primordiale dans toute démarche web marketing.

e-CRM



e-CRM désigne l'ensemble des opérations de Gestion de la Relation Client effectuées à travers les canaux électroniques, essentiellement Internet.

Cela touche aussi bien les données captées des clients et visiteurs, les mails serviciels (automatiques), ou la mise en place d'opérations spéciales... Vous devriez renforcer vos connaissances e-CRM, fondamentales dans un contexte digital où le consommateur est de plus en plus sollicité.

Display



Le display désigne la publicité sur Internet avec achat d'espace et utilisation d'éléments graphiques ou visuels (bandeaux, pavés, skyscrapers, etc.). Il se distingue des autres modes d'achat publicitaire du type liens commerciaux, ou affiliation. Vous maîtrisez bien tous les éléments clés du Display (mode d'achat, retargeting, KPIs, plateformes et régies...). N'hésitez pas à vous appuyer dessus.

SEA (liens sponso)



Les liens sponsorisés apparaissent de façon privilégiée sur la page de résultats dans les moteurs de recherche. Leur intérêt majeur est qu'ils garantissent une présence immédiate et optimale de votre site sur les moteurs de recherche. Toutefois, la concurrence est importante et la technique d'optimisation des budgets est de plus en plus fine. Vous connaissez bien le SEA : mode d'achats, outils et plateformes, analytics etc...

Emailing



L'e-mailing est une méthode de marketing direct qui utilise le courrier électronique comme moyen de communication commerciale de masse pour envoyer des messages ciblés à ses clients, prospects, abonnés etc...

C'est l'une des composantes essentielle de toute démarche web-marketing. La performance d'une campagne nécessite des connaissances que nous vous encourageons à acquérir : segmentation, réglementation, ROI etc...

Outils webmarketing



Les professionnels du webmarketing utilisent des outils quotidiennement pour gagner en productivité ou réaliser des tâches compliquées. SEO, SEA, promotion, optimisation et la gestion de site etc...

La connaissance des principaux outils et de leur utilisation est un fondamental. Vous connaissez bien les fonctionnalités des principaux outils et semblez capable de piloter, optimiser et mesurer les campagnes marketing.

Affiliation



L'affiliation est le principe par lequel un site marchand ou à vocation commerciale propose à un réseau de sites partenaires affiliés de promouvoir ses produits ou services par le biais de bandeaux, de liens textes, de moteurs de recherche ou de tout autre support. Vous avez une très bonne connaissance des plateformes d'affiliation, de business model et d'animation de communauté d'affiliés.

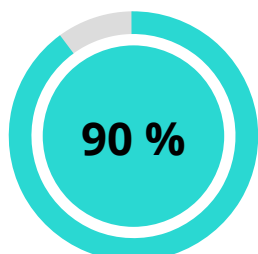
SEO



Le référencement naturel (aussi appelé SEO, ou Search Engine Optimisation) est un enjeu majeur pour chaque site Internet, dans le sens où ce sont les moteurs de recherche qui leur apporte une grande partie de leur audience. C'est pourquoi il est indispensable de bien être classé sur les mots clés stratégiques en rapport avec votre site.

Le référencement naturel n'est pas dû au hasard mais exige un travail qui s'effectue sur le long terme. Vous avez une très bonne compréhension des principes du SEO, et pouvez mener un projet en tenant bien compte des moteurs de recherche.

Détail des compétences MOBILITE



La mobilité permet aux individus et aux entreprises de s'affranchir des contraintes de lieu et de temps, et de redéfinir les produits et services.

Applications Mobiles



Développer une application mobile c'est s'adapter à des consommateurs toujours plus mobiles et exigeants. Une application mobile assure une meilleure ergonomie d'utilisation, donne une meilleure visibilité, permet le développement de plus d'options, et contribue à l'image et à la notoriété de l'entreprise ou de la marque. Vous connaissez bien les spécificités des applications mobiles : "stores", géolocalisation, notifications etc... C'est un atout important.

Temps Réel & Géolocalisation



La localisation GPS en temps réel est adaptée à de nombreux domaines et de nombreuses utilisations.

Vous pouvez ainsi l'utiliser pour assurer la sécurité de personnes en les localisant en cas de problème, mais aussi pour la gestion d'une flotte automobile par exemple. On parle de localisation en temps réel lorsque la position est donnée en temps réel mais aussi lorsque l'application vous permet, en temps réel, de visualiser l'information sur une carte. La mobilité devient la norme et vous avez intégré les enjeux fondamentaux pour l'entreprise, de géolocalisation, mises à jour et la notion de "push" marketing.

Réseaux



Un réseau informatique est un ensemble d'équipements reliés entre eux pour échanger des informations. Les informations passent par des câbles dans lesquels circulent des signaux électriques, l'atmosphère (ou le vide spatial) où circulent des ondes radio, ou des fibres optiques qui propagent des ondes lumineuses. Vous avez un très bon niveau dans ce domaine, n'hésitez pas à vous appuyer dessus.

Sites Mobiles



On appelle site mobile un site web dont le rendu, l'ergonomie et les fonctionnalités sont conçus pour être adaptés aux écrans mobiles de petites tailles comme les smartphones. Ce site web peut être totalement indépendant ou constituer la partie "optimisée pour mobile" d'un site web existant également en version "normale" (c'est à dire adaptée aux écrans d'ordinateur). Responsive Design, Widgets, et "Mobile First" sont des notions que vous connaissez très bien.

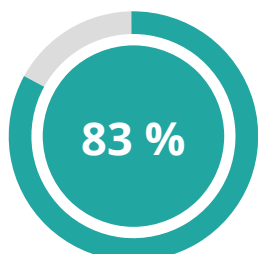
Objets connectés



On parle d'objets connectés pour définir des types d'objets dont la vocation première n'est pas d'être des périphériques informatiques ni des interfaces d'accès au web, mais auxquels l'ajout d'une connexion Internet a permis d'apporter une valeur supplémentaire en terme de fonctionnalité, d'information, d'interaction avec l'environnement, ou d'usage. Vous avez une très bonne compréhension des défis créés par l'essor des objets connectés. Vous semblez prêt pour inventer les objets de demain.



Détail des compétences EXPERIENCE CLIENT



Le digital redonne les rênes au consommateur qui ne se contente plus de simples produits ou de services, mais recherche des expériences.

Web Design est un élément essentiel d'une expérience client réussie. C'est la compétence sur laquelle vous avez le meilleur score, c'est un atout indéniable.

Responsive



Le responsive web design vise, grâce à différents principes et technologies, à offrir une expérience de consultation confortable même pour des supports différents. L'utilisateur peut ainsi consulter le même site web à travers une large gamme d'appareils (moniteurs d'ordinateur, smartphones, tablettes, TV, etc.) avec le même confort visuel et sans avoir recours au défilement horizontal ou au zoom avant/arrière sur les appareils tactiles notamment, manipulations qui peuvent parfois dégrader l'expérience utilisateur, tant en lecture qu'en navigation. Vous démontrez que vous avez compris cet enjeu de responsive Design. Approfondissez toutefois les enjeux « Mobile First »

Web Design



Le design d'une interface web ne se résume pas à la conception graphique seule, mais s'attache aussi à la formalisation des interactions des pages du site web. Il tient compte des contraintes spécifiques au support Internet en termes d'ergonomie, d'utilisabilité et d'accessibilité. Ce sont des aspects que vous semblez connaître. Bravo. Appuyez vous sur vos connaissances des notions de tests utilisateurs (A/B tests), de standards W3C et de SEO pour améliorer l'expérience de vos utilisateurs / consommateurs.

Réglementation



La réglementation en matière de collecte d'adresses de clients et de création de fichiers est définie par la loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN). La CNIL ? Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés ? est garante du respect de la vie privée et des droits individuels dans ce cadre. Vous avez un très bon niveau dans ce domaine, n'hésitez pas à vous appuyer dessus.

Personnalisation



Le ciblage est un élément essentiel pour toutes les entreprises qui cherchent des moyens de personnaliser leurs messages afin de toucher de façon plus pertinente les prospects, ceci dans l'espoir de les transformer en clients. La technologie évolue vite et les techniques se perfectionnent : comportemental, programmatique etc... Vous avez compris cet enjeu et connaissez les notions

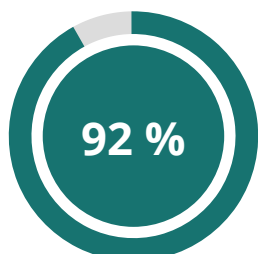
importantes comme la "segmentation" et le "retargeting". Nous vous conseillons de découvrir l'Open Graph Facebook, qui ouvre de fortes possibilités de personnalisation.

Usability / Ergonomie



L'utilisabilité du Web a pour objectif de rendre les sites Web plus aisés facile à appréhender pour l'utilisateur final, sans qu'il ait besoin de suivre un apprentissage dédié. L'utilisateur doit pouvoir faire le rapprochement de manière intuitive entre les actions qu'il doit effectuer sur la page Web, et les autres interactions qu'il voit dans sa vie (par exemple, presser un bouton provoque une action). Les connaissances de base de l'ergonomie sont à travailler. Elles sont importantes à connaître pour évoluer dans un environnement professionnel digital.

Détail des compétences COLLABORATIF



La transformation digitale des organisations bouleverse l'environnement de travail et requiert de nouvelles formes de collaboration au sein des entreprises.

Votre score le plus élevé sur cet enjeu collaboratif a été mesuré sur la compétence Coopération. Ces connaissances seront essentielles dans un monde du travail qui se réinvente...

Collaboration



Collaborer efficacement au sein d'une entreprise implique de savoir partager les informations avec l'ensemble des équipes pour que chacun puisse améliorer sa productivité. Chacun doit être en mesure d'accéder aux informations, de les traiter, d'en discuter et de les partager. Vous connaissez les enjeux du co-working ou du travail à distance. Il semble que les enjeux "collaboratifs" soient assimilés.

Gestion de projet



La gestion de projet ou conduite de projet est une démarche visant à structurer, assurer et optimiser le bon déroulement d'un projet avec des objectifs de qualité, coût et temps.

Pour cela, il faut savoir mettre en oeuvre les outils de de planification, gérer un budget, motiver et animer une équipe... Vous possédez un bon niveau de connaissance sur la gestion de projet, les méthodes Agiles et les outils de planification. Vous semblez prêt à gérer efficacement les projets.

Modeles collaboratifs



L'économie collaborative est une activité humaine qui vise à produire de la valeur en commun et qui repose sur de nouvelles formes d'organisation du travail. Elle s'appuie sur une organisation plus horizontale que verticale, la mutualisation des biens, des espaces et des outils (l'usage plutôt que la possession), l'organisation des citoyens en "réseaux" ou en communautés et généralement l'intermédiation par des plateformes Internet. Vous semblez bien connaître les principes de "l'Economie collaborative", du "crowd funding" ou encore du "P2P". Ce sont autant d'opportunités professionnelles qui s'offrent à vous.

Coordination



La situation actuelle nécessite de rationaliser le temps, le sien et celui de ses collègues, c'est pourquoi il est important de connaître les différents moyens par lesquels vous serez à même de coordonner vos activités. (Agencement des activités selon un ordre défini, travail en coopération à tous les niveaux hiérarchiques, échanges d'informations et communication...) Ce sont des points importants que vous avez identifiés et que vous maîtrisez. N'hésitez pas à vous appuyer dessus, dans un environnement où vous travaillerez de plus en plus à

distance.

Coopération



Comme tout système, l'entreprise a besoin que ses employés coopèrent. Cette collaboration facilite la transmission d'information, améliore l'efficacité des équipes et rationalise ainsi le temps et les investissements.

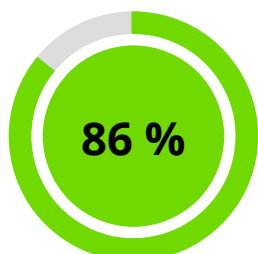
Elle nécessite la connaissance de principes de management et d'outils collaboratifs. C'est un enjeu que vous avez identifié et que vous semblez bien mettre en pratique. Pensez aussi à l'appliquer au travers de certains principes de management.

Priorisation / Hiérarchisation



il est impossible d'attaquer tous les projets en simultanée. Les ressources que l'entreprise a à sa disposition sont limitées. Dès lors, il importe de mettre en place un processus de priorisation et de hiérarchisation des projets, des objectifs ou des résultats souhaités. Vous semblez savoir choisir les priorités et les hiérarchiser. N'hésitez pas à vous appuyer dessus, en particulier dans le cadre de la gestion de projet.

Détail des compétences DATA



L'environnement digital génère de très nombreuses données nouvelles qu'il faut stocker, traiter et exploiter à bon escient pour générer plus de valeur.

Les enjeux de DATA concernent l'ensemble des secteurs. Vos connaissances Big Data vous permettent d'en appréhender certains éléments essentiels. C'est très utile.

Privacy



Les données personnelles sont au coeur des enjeux pour les marques et les annonceurs. L'arrivée des objets connectés ouvre de nouveaux horizons. Il est ainsi fondamental d'appréhender les principes de protection des données personnelles et de comprendre le cadre de la protection de la vie privée. Vous avez assimilé ces notions importantes et comprenez les enjeux.

KPI



les services de Web Analyse sont de plus en plus nombreux et permettent donc d'obtenir d'importantes données statistiques afin de mesurer la performance. Il est parfois difficile de faire le tri parmi tous les éléments mesurables. Il est utile de respecter quelques règles simples afin de faire la distinction entre une simple donnée statistique et un KPI. Vous savez identifier et mettre en place un indicateur clé de performance et connaissez les règles pour faire la distinction entre une simple donnée statistique et un KPI. N'hésitez pas à vous appuyer sur cette compétence.

Big Data



L'explosion du volume des données numérisées, collectées ouvre des perspectives importantes dans le domaine de la personnalisation des offres, de la connaissance des clients (comportemental), mais impose des contraintes techniques nouvelles... Vous avez un très bon niveau sur le Big Data. C'est un domaine de plus en plus essentiel aux entreprises, que vous semblez bien maîtriser.

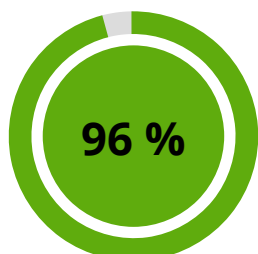
Analytics



Les données collectées sur le web permettent aux annonceurs de piloter leur stratégie sur des données concrètes et d'optimiser en temps réel leurs activités.

Les Web Analytics sont une solution efficace pour l'évaluation et l'optimisation de sites web, la mesure des performances stratégiques mais aussi comme un outil d'amélioration ergonomique et fonctionnelle. Vous avez un très bon niveau de compréhension du web analytics. N'hésitez pas à approfondir les aspects de KPIs, fondamentaux dans le pilotage d'un projet digital.

Détail des compétences TECHNOLOGIE



La composante technologique est omniprésente et évolue très vite. La capacité à s'adapter et à la maîtriser est devenu l'un des facteurs clés de succès.

Quel que soit le secteur professionnel et votre rôle précis, la compréhension des enjeux technologiques est clé. Vos réponses démontrent une maîtrise de la compétence Sécurité.

Développement



On considère généralement deux ensembles de développement web. Le premier (back end) est invisible pour les internautes, mais représente une grande partie du développement d'un projet web. Il concerne les serveurs, le site web et les bases de données.

Le second (front end) concerne le respect de la création graphique, qu'il convient par exemple de retranscrire en code HTML et CSS. Il impacte le référencement naturel et la navigation. Vous comprenez les enjeux du développement web. C'est important quelque soit votre rôle dans l'entreprise. N'hésitez pas à approfondir les aspects serveurs et hébergement.

Cloud



Les offres en cloud computing, de plus en plus utilisées par les entreprises apportent, aujourd'hui plus que jamais des réponses aux enjeux économiques et technologiques des entreprises.

Dans le cadre du SaaS, par exemple, les applications et les infrastructures ainsi que les services qui les accompagnent sont proposés en mode souscription. L'entreprise paie donc à l'usage, ce qui présente un intérêt économique appréciable. Vous l'avez compris et connaissez bien ce domaine. Continuez à suivre les évolutions rapides et nombreuses de ce secteur.

Hardware et systèmes



Un système d'exploitation est un ensemble de programmes qui dirige l'utilisation des capacités d'un ordinateur par des logiciels applicatifs. Les deux familles de systèmes d'exploitation les plus populaires sont Unix (dont OS X, GNU/Linux, iOS et Android) et Windows. Vous avez un très bon niveau dans ce domaine, n'hésitez pas à vous appuyer dessus.

Plateformesweb et APIs



Une API (Application Programming Interface) est une interface de programmation qui permet à des développeurs tiers d'accéder aux données ou aux fonctionnalités d'une application de façon contrôlée. Le choix d'ouvrir une API devient stratégique puisque les partenaires tiers peuvent venir plus facilement enrichir l'offre de services, et par conséquent, l'expérience utilisateur. Le bouton

"like" de Facebook est un bon exemple. C'est un aspect technologique que vous connaissez et dont vous avez saisi le caractère stratégique. A vous d'inventer le prochain bouton "like" !

Securité



Les données sont précieuses pour une entreprise et Il existe de nombreux risques différents : les virus et programmes malveillants, les emails frauduleux, le piratage etc...

Il est fondamental de comprendre les principales techniques et de connaître les règles pour se protéger. Vous êtes sensible à ces enjeux de sécurité et vous avez des connaissances solides sur les risques possibles. N'hésitez pas à approfondir les aspects concernant les virus et programmes malveillants.

Standards



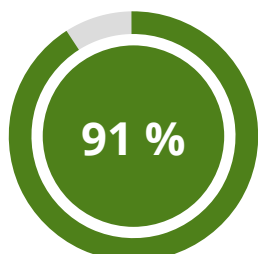
La normalisation ou la standardisation permet de mettre en place un référentiel commun et documenté destiné à harmoniser l'activité d'un secteur. Cette dernière est réalisée par des organismes spécialisés ou des organisations créées par les professionnels d'un secteur d'activité donné. Connaître ces standards fait gagner beaucoup de temps et facilite l'interopérabilité. Ces standards principaux sont bien connus et vous donnent un cadre important pour développer des projets web au sein de votre entreprise.

Infrastructures et réseaux



L'infrastructure informatique est l'épine dorsale sur laquelle repose le fonctionnement de l'entreprise. Le réseau informatique supporte de plus en plus d'applications. A l'origine, l'infrastructure transportait uniquement les données, elle est également le support de la voix et de la vidéo aujourd'hui. L'entreprise se doit de posséder une infrastructure informatique performante, résiliente et évolutive pour répondre aux challenges de demain. Vous avez une vraie compréhension de cette infrastructure et savez appréhender les enjeux de base de l'hébergement, des bases de données ou des réseaux télécom.

Détail des compétences COMMERCE CONNECTE



Le digital bouleverse l'acte d'achat : il s'inscrit avant, pendant et après la vente. Cela fait naître une distribution réellement multicanal.

Vous semblez maîtriser les aspects de Paiements / Transactionnel qui sont des éléments fondamentaux dans le contexte d'une distribution qui se réinvente. C'est important !

Paiements / Transactionnel



Le paiement sur Internet fournit des moyens de paiement mis en œuvre pour payer sur Internet à partir d'un ordinateur ou à partir d'un smartphone via un réseau de téléphonie mobile. Outre la carte de paiement classique, on trouve aussi des moyens plus spécifiques comme les "wallets" (portefeuille en ligne) ou encore les transactions entre particuliers (C2C).

Le commerce électronique se développe rapidement depuis quelques années donnant ainsi une importance de plus en plus grande à ce qui est parfois appelé l'ePaiement. Vous avez compris les enjeux du paiement, tant d'un point de vue économique que d'un point de vue sécurité. C'est essentiel. Et si vous creusiez désormais les nouveautés de ce domaine en pleine ébullition (bitcoin, B2B...)

Multicanal



Internet, et notamment la vague mobile qui amplifie ses effets, transforment en profondeur les attitudes des consommateurs, leurs attentes et influencent chaque étape de l'acte d'achat. Aujourd'hui, les consommateurs souhaitent entrer en contact avec les marques et découvrir des produits cohérents et adaptés à leurs besoins, quelque soit le support (web, mobile, tablette, vitrine interactive, magasin physique, réseaux sociaux).

L'expérience shopping passe par la suppression des frontières entre le online et le offline, les consommateurs souhaitant bénéficier des avantages du e-commerce (aide en ligne, rapidité, simplicité, large choix), tout en conservant les attraits du shopping en magasin (contact humain, démonstrations produits, achat immédiat, ambiance...). Vous avez bien intégré ces nouveaux parcours client qui représentent les défis de la distribution pour les années à venir. Vous êtes prêts pour participer au développement d'une nouvelle forme de commerce connecté !

Ecosystem



C'est tout un écosystème qui s'est construit autour de l'activité des marchands, leur offrant des solutions ciblées à des problématiques opérationnelles qu'ils rencontrent (logiciels dédiés, solutions de gestion de catalogue, solution de testing, paiement en ligne, etc.). Forts de ce dynamisme, les e-commerçants français doivent désormais faire face à des problématiques telles que le

développement des places de marchés, le mobile, et le cross-canal.

Vos bonnes connaissances de cet écosystème en pleine mutation vous permettront de contribuer efficacement au sein de votre entreprise. N'hésitez pas à vous appuyer dessus.

e-Merchandising



L'optimisation de la présentation des produits en magasins réels influence les ventes générées. Il en est de même sur Internet : la "mise en scène" des produits joue sur le taux de transformation. Les opportunités en terme de merchandising sont beaucoup plus nombreuses sur Internet que dans le commerce traditionnel, et ce pour trois raisons : le site Internet est la surface de vente, le mode d'accès aux produits est facilité et le stock est géré centralement et en temps réel. Mise à jour, up-sell, personnalisation : le web propose de nombreuses opportunités de merchandising que vous semblez avoir intégrées. N'oubliez pas les aspects importants de "catalogue".

Service client / SAV



Pour assurer l'avenir, les acteurs de l'e-commerce doivent améliorer leur qualité de service : organiser le SAV pour le rendre performant et le transformer en argument commercial. Il semble que vous ayez compris les enjeux SAV vis à vis d'un client de plus en plus exigeant et d'une concurrence accrue. Nous vous proposons d'approfondir les principaux aspects de "litiges" et de "réglementation" à ce sujet.

Logistique



La maîtrise de la logistique conditionne de plus en plus le développement et leur performance globale des sites e-commerce. Avec un impératif de réactivité et d'efficacité de plus en plus complexe à gérer.

C'est un aspect de plus en plus pris en compte par les internautes dans leur décision d'achat (prix, retours, flexibilité...) Vous connaissez bien les fondamentaux de ces enjeux. C'est aussi du côté des produits dématérialisés que l'avenir nous emmène.

LE CERTIFICAT



Afin de partager votre score DiGiTT et vous mettre en avant auprès de vos contacts, nous avons imaginé 4 supports complémentaires :

- le BADGE DiGiTT : il reprend les informations essentielles (votre score, votre mention et l'ID unique de votre certificat). Vous pouvez le partager facilement sur les réseaux sociaux et le positionner sur votre page LinkedIn pour vous démarquer.
- le PROFIL PUBLIC DiGiTT : il reprend les principaux résultats de votre certificat. Vous pouvez le partager en ligne facilement avec vos contacts; ces derniers y trouveront aussi les principales informations pour vous contacter (votre email, votre page LinkedIn ou Viadeo etc...)
- le RAPPORT PDF : il reprend l'ensemble de votre restitution détaillée. Vous pourrez le télécharger facilement depuis votre espace mydigitt.com, et le partager par email auprès des recruteurs ou toute autre personne à qui vous souhaitez donner accès à l'ensemble de votre restitution détaillée.
- le CERTIFICAT DiGiTT : il reprend l'ensemble de vos score, l'identifiant unique de votre test et est signé par un représentant officiel d'alternative Digitale. Il peut être fourni à toute personne qui le demande.