maturity + IA

Agenda

01. L’équipe Digit Alce
02. Présentation de maturity+ pour IA et d’innov&scale
03. Masterclass IA generative
04. Entreprise: Situation digitale et IA et propositions de projets de transformation digitale et IA par métier
05. Entreprise: Recommandations
06. Entreprise: Mise en oeuvre proposée

01.

L’équipe Digit Alce

Christian Comtat, fondateur et président

Profil LinkedIn

Leader et visionnaire de la transformation digitale des grandes entreprises chez IBM

- Transformation de l'activité formation d'IBM en France et en Europe vers l'e-learning à partir de 2005
- Développement de l'organisation cloud et des nouvelles solutions cloud pour IBM en Europe à partir de 2012
- Créateur de l'équipe Internet des Objets chez IBM France à partir de 2015 (lien ici pour voir Christian s'exprimer à propos de l'IoT)
- Création et mise à l'échelle avec succès de projets de transformation digitale auprès de grands comptes
    - Exemple: Optimisation en temps réel des emballages grâce à l'IoT pour le groupe PSA en Europe
    - Exemple: Création d'un blockchain des véhicules au moment de la production pour le groupe Renault Europe
- Co-créateur de la ScaleZone d'IBM dés 2016
- Co-créateur de la Cloud Week Paris à partir de 2015 en tant qu'administrateur EuroCloud France (lien ici pour voir Christian s'exprimer à propos du Cloud Hybride)

Fondateur et président Digit Alce depuis 2019

Justine Comtat, directrice recherche et innovation

Profil LinkedIn

- Responsable e-commerce de 2015 à 2021
    - Accroître la présence et les ventes en ligne des marques VEJA et Balaboosté
- Responsable innovation chez Digit Alce depuis 2021
    - Product développeur de Maturity+ et Innov&Scale (formation des méthodologies, développement en low-code, maintenance, amélioration…)
    - Project directeur pour la transformation digitale de la “garantie à vie FACOM (groupe Stanley Black&Decker)” (accompagnement au changement, formation, coaching…)
- Passionnée d'innovation, de nouvelles technologies, d'IA et de direction de projet

02.

Présentation de maturity+ pour IA et innov&scale

maturity + IA

Chez Digit Alce, nous avons conçu maturity+ pour IA, le premier outil d'évaluation multi-dimensionnel de la maturité digitale et IA par fonctions et indicateurs clés de performance.
Avec maturity+ pour IA, mesurez la maturité digitale de votre entreprise et découvrez les innovations digitales et IA qui apportent le plus de valeur à votre business.

Avec maturity+ pour IA, nous vous donnons le pouvoir de:

- Visualiser et comprendre votre situation digitale actuelle, réelle et mesurée:

En une journée, au travers de la découverte de votre entreprise et d'un questionnaire personnalisé qui explore votre structure organisationnelle, vos indicateurs clés de performance et vos usages technologiques actuels, nous mesurons votre maturité digitale par métier.

- Obtenir des opportunités concrètes de projets de transformation digitale et d'intelligence artificielle

A l'issue de cette journée, vous recevez dans un délai d'une semaine, l'état des lieux de votre maturité digitale et les projets de transformation digitale et IA à mettre en place.
Ces projets, conçus spécifiquement pour votre entreprise, s'appuient sur notre base de données unique de plus de 1 000 cas d'usage et offrent les solutions les plus performantes pour chaque métier.

Pour chaque fonction, maturity+ pour IA propose et priorise les opportunités de projets de transformation digitale et IA les plus pertinents, par fonction et indicateurs clés de performance.
Les projets de transformation digitale et IA proposées sont alimentées par notre base de données de 1 000 cas d'usage.

innov&scale

Nous avons également conçu la méthodologie innov&Scale, pour mettre en oeuvre les projets de transformation digitale et IA choisis.

innov&Scale est une méthodologie unique en 5 étapes, fil conducteur de l'innovation, qui favorise la collaboration au bon endroit et au bon moment de vos ressources afin de réaliser avec succès vos projets de transformation digitale.
La méthodologie, structurée en 5 étapes et 9 sous-étapes, est composée de tâches, qui, réalisées dans l'ordre et au bon moment, forment des actions structurantes.
Nous assurons à nos clients la réussite de leur projet de transformation digitale et IA, de l'idée d'innovation à la mise à l'échelle effective pour tout type et taille d'entreprise.

Avec innov&Scale, nous vous donnons le pouvoir de:

- Créer de la valeur grâce à la mise en oeuvre rapide et avec succès des projets de transformation digitale et IA choisis

Chacun des projets de transformation digitale principaux choisis est mis en oeuvre avec succès et rapidité grâce à notre méthodologie en 5 étapes.

03.

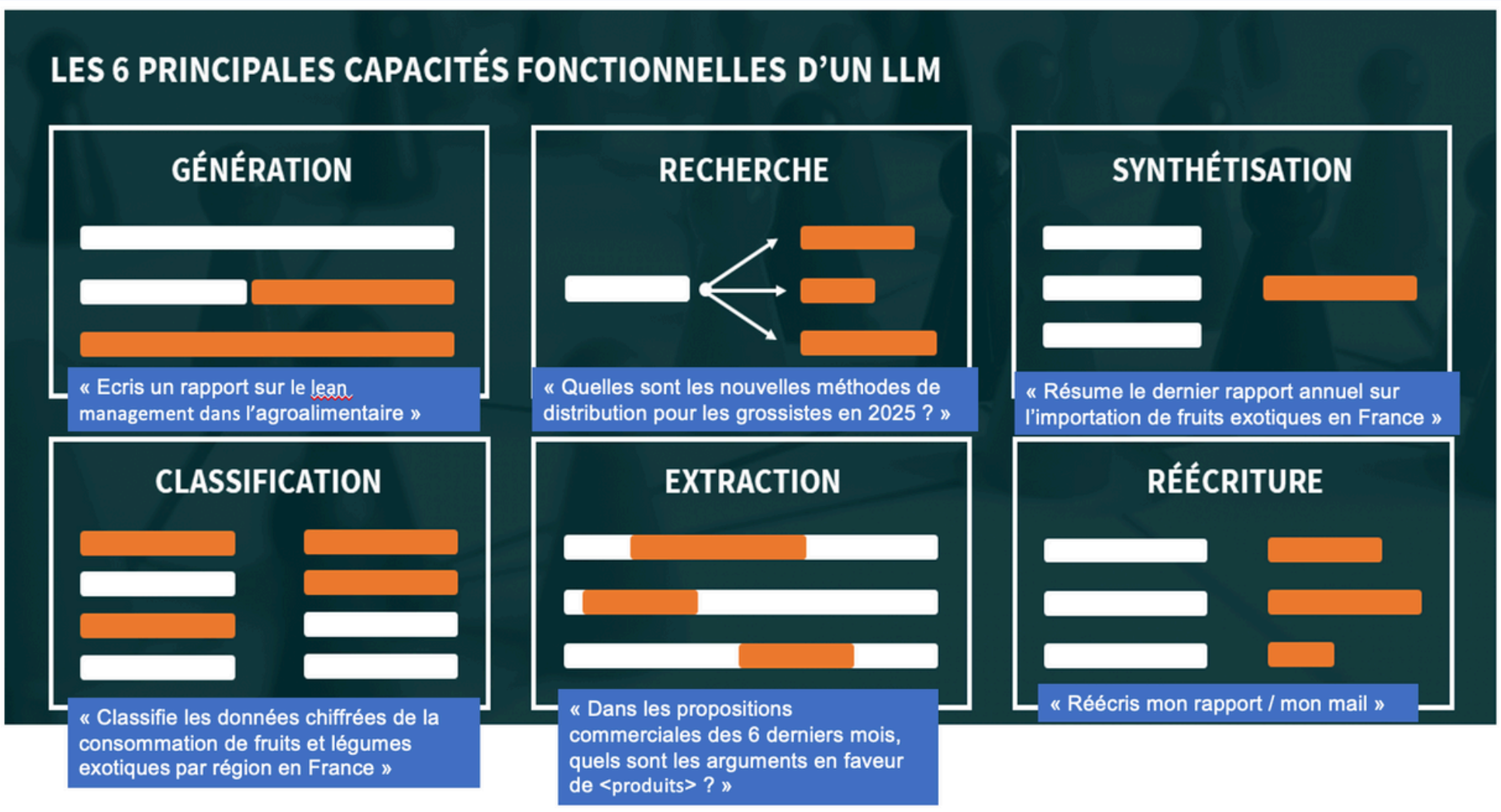
Masterclass IA générative

Dans le cadre du diagnostic maturity+ pour IA, nous avons organisé deux demi-journées d'acculturation et de formation à l'IA générative.
Ces sessions ont réunis des collaborateurs issus des différents départements de l'entreprise garantissant ainsi une représentation complète des différentes fonctions de l’entreprise.

Cette masterclass a eu pour objectif de:

- Comprendre l'impact de l'intelligence artificielle (mythes et réalités)
- Partager quelques meilleures pratiques
- Intégrer l'IA dans son quotidien grâce à un atelier sur l'art du prompt
- Déterminer les cas d'usage IA générative pour chaque métier de l'entreprise (problématique, cas d'usage, valeur ajoutée)

Cette démarche complète a permis aux collaborateurs non seulement de comprendre les concepts théoriques de l'IA et l'IA générative, mais aussi de les traduire en réflexion pratiques avec une vision claire des bénéfices attendus pour leur métier dans le contexte spécifique de leurs activités.





- **Rôle** : consultant, professeur, directeur général, juriste, …
- **Objectif** : informer, persuader, rassurer, divertir, …
- **Ton** : formel, informel, informatif, persuasif, …
- **Format** : post LinkedIn, essai, présentation ppt, rapport, e-mail, …
- **Contexte** : éléments permettant de mieux contextualiser le prompt (périmètre, pays, enjeux, données, …)
- **Exemples** : exemples du style désiré, de la structure, du format de contenu, …
- **Audiences** : cibles du contenu
- **Fichiers joints** : images, xls, pdf, …

Avez-vous indiqué dans votre prompt:

- 1 . Votre objectif: quelle tâche doit accomplir l'assistant
- 2 . Le contexte général pour obtenir une réponse précise
- 3 . La problématique
- 4 . Le format attendu
- 5 . Éventuellement, un exemple

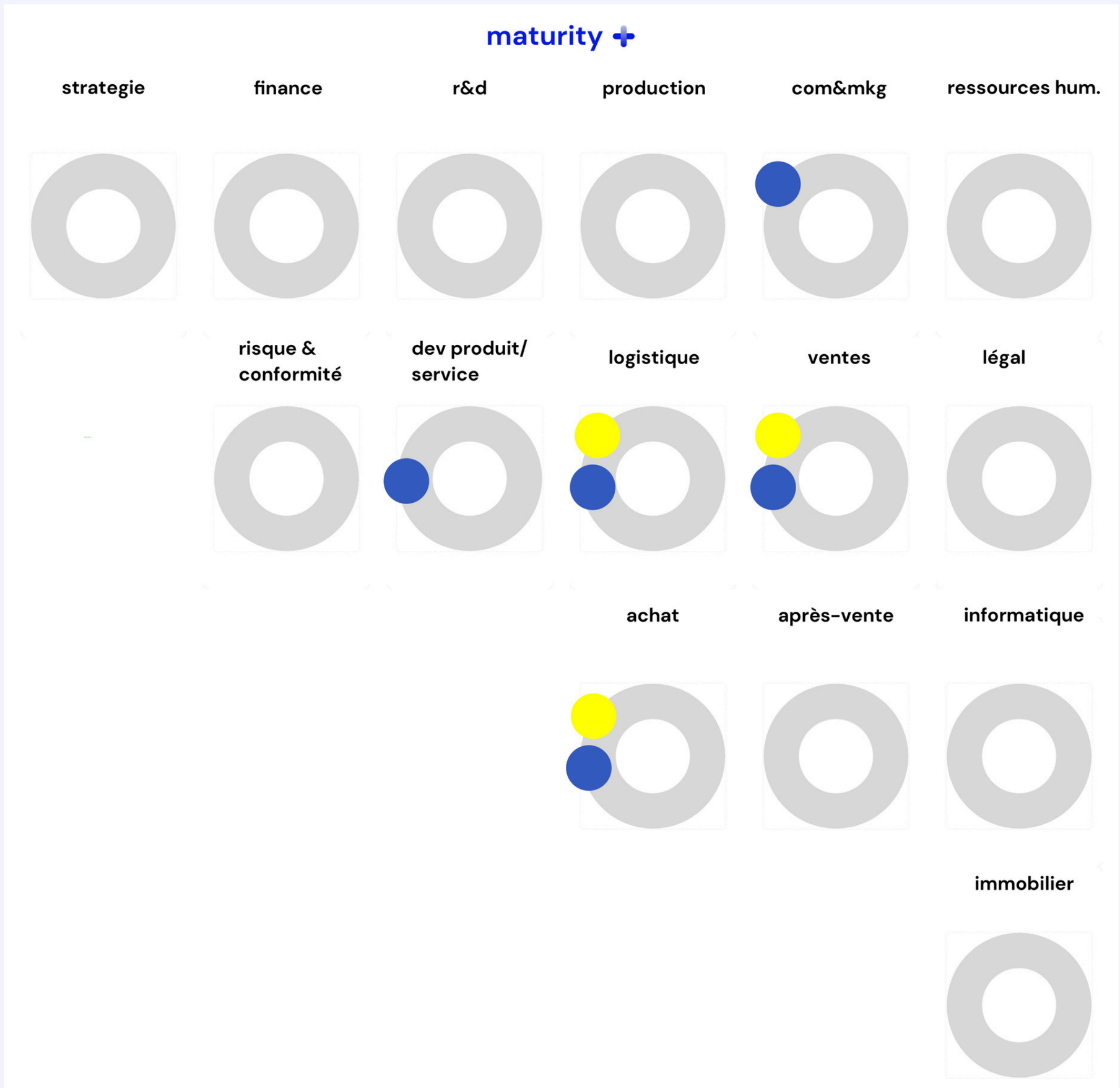
04.

Entreprise: Situation digitale et IA et propositions de projets de transformation digitale et IA par métier

Priorités de digitalisation et IA de la direction d'entreprise
(jaune: situation, bleu: priorité)

La direction de l'entreprise défini ses priorités d'investissement digitale autour des fonctions essentielles de l'entreprise: l'optimisation digitale des processus d'achats et de ventes, ainsi que l'accompagnement au lancement de sa nouvelle gamme premium.

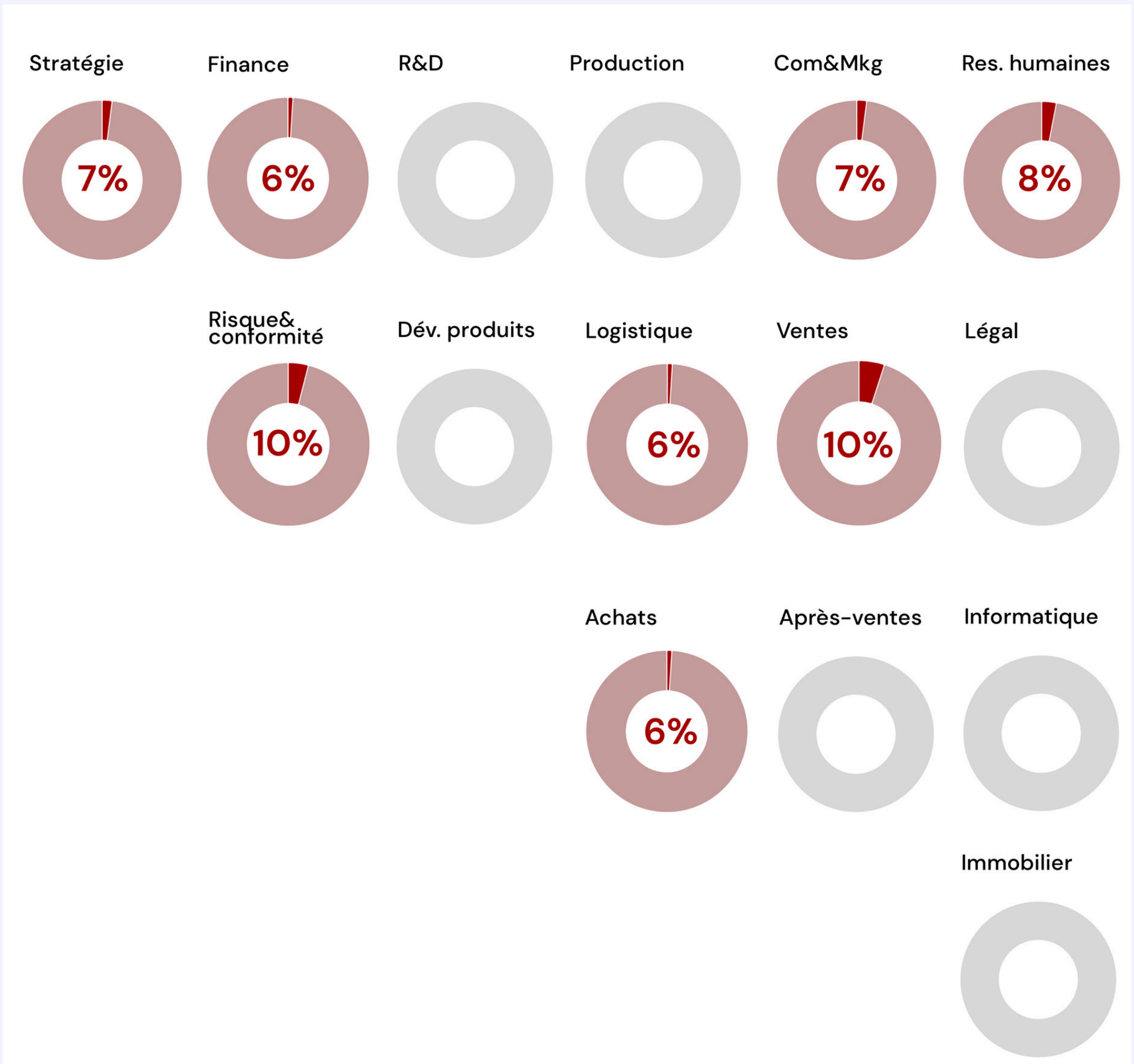
Cette orientation stratégique vise à concentrer les efforts de digitalisation sur les activités créatrices de valeur qui constituent le cœur d'expertise de l'entreprise, afin de renforcer son avantage concurrentiel et soutenir son positionnement sur le segment haut-de-gamme du marché.



Situation digitale et IA de l'entreprise

La digitalisation actuelle de l'entreprise reste très limitée, avec une infrastructure technologique fortement centrée autour de son ERP métier spécialisé qui gère l'intégralité de ses opérations, de la commande à la facturation. Cette solution logicielle, parfaitement adaptée aux spécificités du commerce de l'entreprise, constitue le pilier central des processus de l'entreprise, créant une dépendance opérationnelle significative.

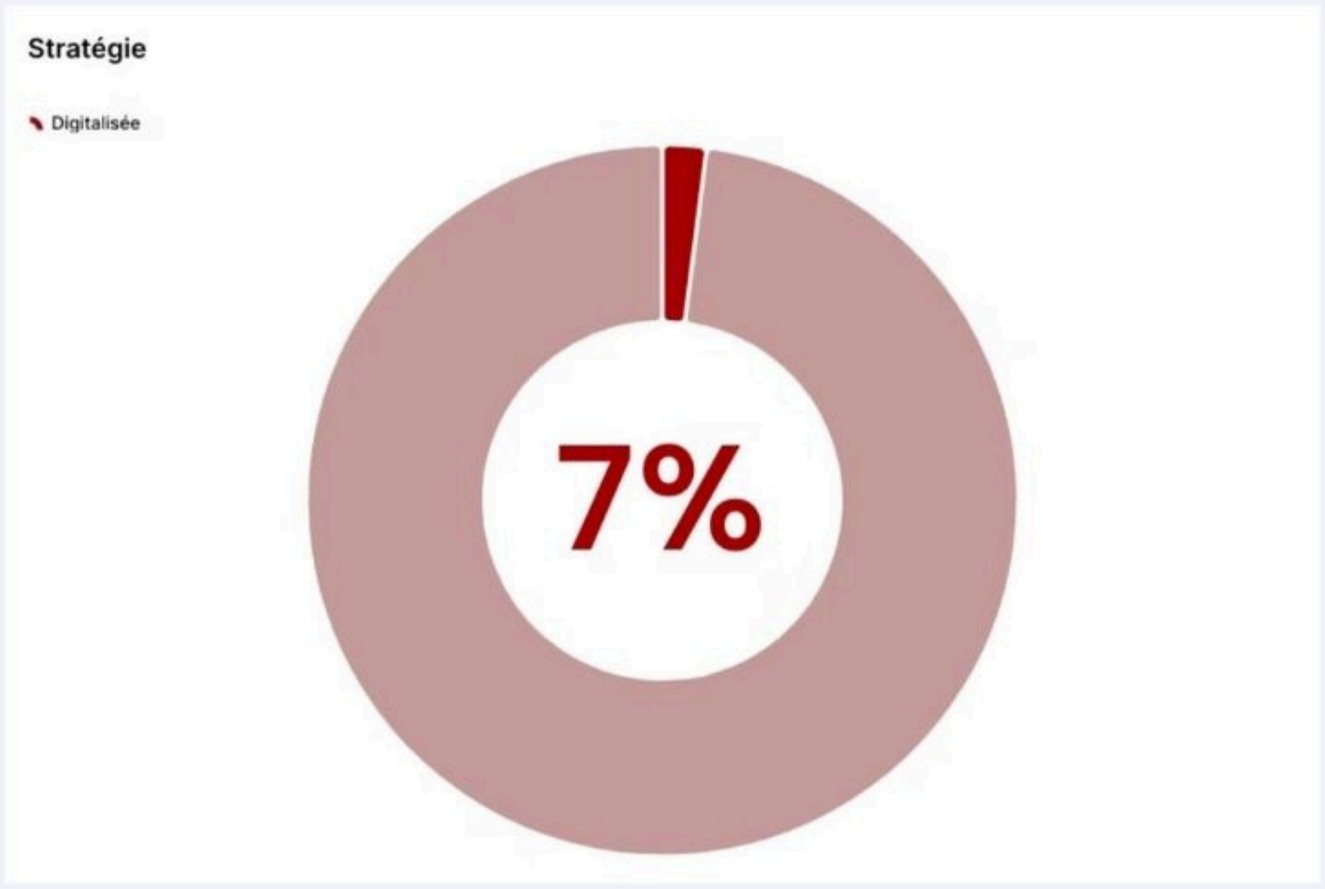
En dehors de cet ERP, les pratiques digitales de l'entreprise se caractérisent principalement par l'utilisation intensive de WhatsApp comme outil polyvalent servant à la communication quotidienne, la négociation commerciale et même la formalisation des transactions avec fournisseurs et clients. L'intelligence artificielle demeure absente de l'écosystème technologique actuel de l'entreprise, représentant un territoire a explorer dans sa stratégie de transformation digitale.



Stratégie

indicateurs clés de performance

- non applicable



Situation actuelle

- L'entreprise prévoit d'améliorer son suivi opérationnel avec une application dédiée pour des tableaux de bord en temps réel. Cette initiative explique le niveau de maturité digitale (7%) de la fonction stratégie.
- L'entreprise est passionnément engagée à faire découvrir des saveurs exotiques de qualité optimale et à parfaite maturité, bien que cette vision guide l'entreprise au quotidien, elle n'est pas encore formellement documentée
- La stratégie de l'entreprise reste principalement informelle et centralisée autour du dirigeant, pas d'utilisation de mécanismes structurés pour son élaboration, sa communication, son adaptation ou son suivi.
- L'entreprise vise une évolution de structure en deux équipes distinctes (produits exotiques et produits de commoditisation) et projette à 5 ans une organisation plus structurée avec un directeur commercial et un directeur financier.
- Les impératifs opérationnels et la croissance annuelle de 30%, avec un chiffre d'affaires atteignant 48 millions d'euros en 2024, ont relégués au second plan la formalisation des processus.
- Dans le cadre de sa certification IFS, l'entreprise a mis en place un système de notation des fournisseurs qui sera prochainement encore amélioré par l'automatisation des remontées d'information qualité.
- La gestion de projet et l'innovation ouverte ne bénéficient pas aujourd'hui de méthodologies formalisées ni d'outils dédiés.
- L'entreprise démontre un fort engagement environnemental à travers des emballages biodégradables et l'optimisation du transport, mais ne communique pas encore sur cet sujet sensible et ne possède pas de système formalisé de reporting CO2.
- L'expansion à l'export (objectif de passer à 20% à 30% du CA dans les 5 ans), la création d'une marque premium et la création d'un département dédié aux produits exotiques définis constituent les principales initiatives stratégiques.
- Le suivi de ces initiatives stratégiques devra s'envisager avec des indicateurs définis pour les évaluer.

Propositions de projets de transformation digitale et IA

- Notoriété de la marque/Parts de marché/croissance du bénéfice par action:

Adaptation du site internet sur la base de 4 personae: fournisseurs (qualification fournisseurs), institutionnels (communication sur les missions et les valeurs dont environnemental), clients premium (création de l'expérience client premium) et distributeurs/grossistes (formation/différenciation sur les produits pour les acheteurs)

- Parts de marché/croissance du bénéfice par action/croissance du chiffre d'affaires

Solution de veille automatisée exploitant l'IA et les réseaux sociaux pour identifier, suivre et qualifier des grossistes potentiels sur les réseaux professionnels, notamment pour l'offre premium de NETA et développement à l'étranger/Allemagne.

Quick wins:

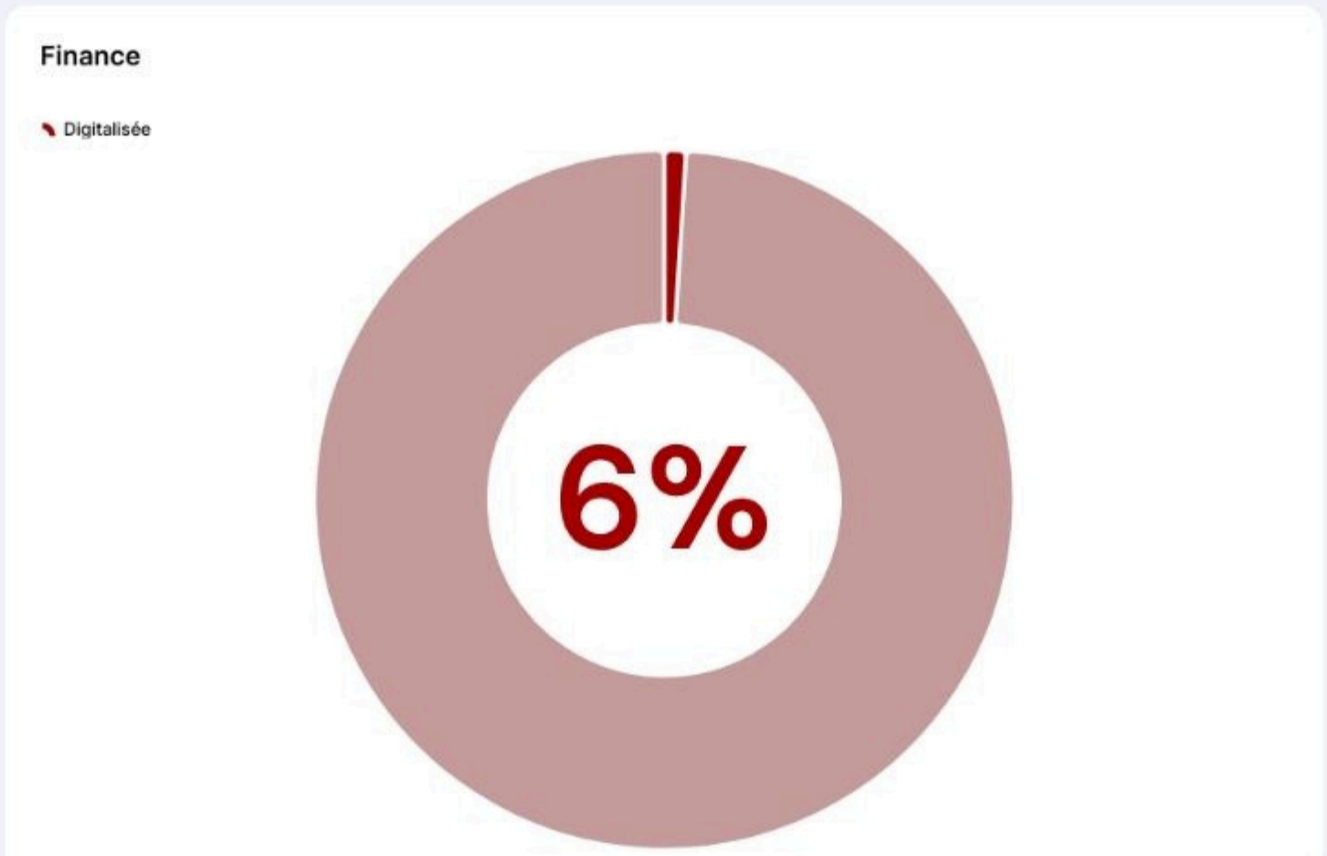
- Parts de marché/croissance du bénéfice par action/croissance du chiffre d'affaires

Exiger les enquêtes de satisfaction distributeurs/grossistes pour capturer de nouvelles opportunités et upselling

Finance

indicateurs clés de performance

- Croissance du CA: 30%
- Marge brute: 17%



Situation actuelle

- La comptabilité de l’entreprise repose sur deux systèmes complémentaires : SAGE pour la comptabilité générale et les analyses de coûts, et l'ERP de l'entreprise pour les aspects liés aux produits, avec des rapprochements bancaires quotidiens témoignant d'une discipline financière rigoureuse.
- Le reporting financier demeure principalement manuel via des tableaux Excel suivis par le dirigeant, ce qui limite la capacité d'analyse approfondie et en temps réel des performances.
- La planification financière est peu formalisée, sans projections systématiques du chiffre d'affaires et de la profitabilité, mais avec un suivi très précis et permanent du dirigeant.
- La gestion de trésorerie courante est centralisée auprès du dirigeant, tandis que la gestion des comptes courants et à terme est déléguée à la banque partenaire, reflétant une approche très pragmatique. La faible niveau de maturité digitale de la fonction finance s'explique par la connexion quotidienne aux comptes bancaires en ligne pour des rapprochements manuels, illustrant l'approche manuelle des processus comptables.
- L'entreprise externalise la gestion des risques financiers clients auprès d'Allianz via une assurance crédit, mais reste exposée en amont lors des avances de 50% aux fournisseurs avant réception des marchandises.
- Le processus de facturation est complexe, différenciant les grossistes (sans CGI standardisé) et la grande distribution (EDI automatique), avec une structure de coûts intégrant produit emballé, logistique, fret aérien, droits de douane et packaging spécifique. Les factures sont nombreuses et journalières.
- La gestion des encaissements combine relances automatiques hebdomadaires et suivi manuel quotidien, essentiel pour maintenir une trésorerie saine et sans risque dans un contexte de forte croissance.
- Le paiement des fournisseurs est échelonné (50% à l'envoi, 50% après vérification de conformité), témoignant d'une gestion pragmatique du risque dans un secteur où la qualité des produits périssables est critique.
- L'entreprise privilégie la location plutôt que l'acquisition pour certains actifs et se finance principalement par autofinancement, lui conférant une indépendance et une flexibilité financières majeures.
- Bien que sans activité M&A active actuellement, une réflexion stratégique à moyen terme (5-6 ans) existe concernant la potentielle cession de l'entreprise étant donné l'âge du dirigeant/actionnaire.

Propositions de projets de transformation digitale et IA

- Marge brute

Digitalisation et automatisation du dossier fournisseur (automatisation de la collecte, du stockage dans un GED et de la classification des informations relatives à chaque envoi dont les informations financières)

- Marge brute

Création d'un assistant IA d'aide à la saisie et à la ventilation des factures dans l'ERP

- Marge brute

Création d'un assistant IA pour assister la finance aux actions de recouvrement (priorisation, mise à jour des recouvrements, analyses des récidives...)

Quick wins:

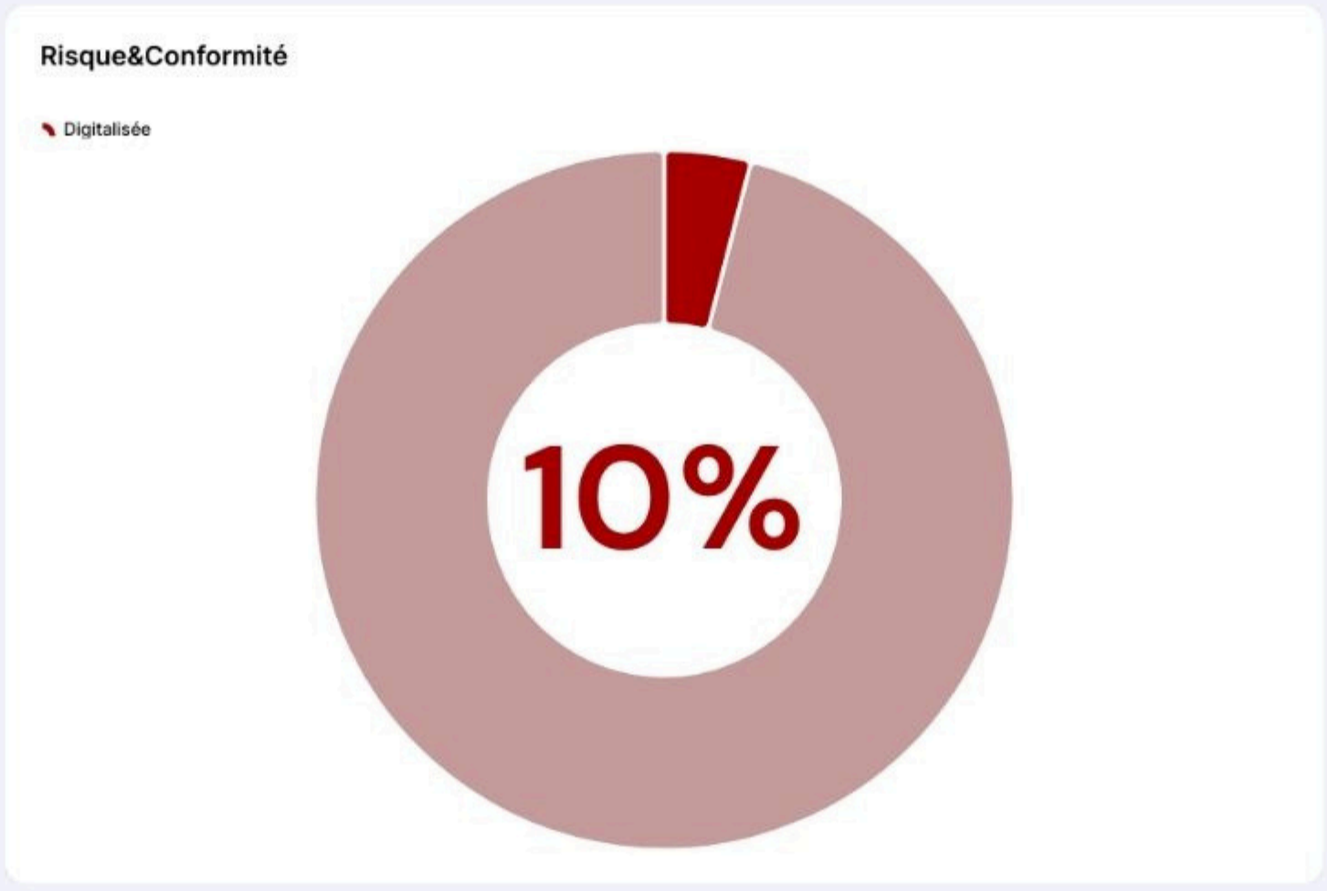
- Marge brute

Assistant/automatisation de la facturation pour le stockage des produits

Risque et conformité

indicateurs clés de performance

- Coût des avoirs: [illegible]



Situation actuelle

- Le processus de conformité s'organise en deux temps : un contrôle manuel de conformité des envois à l'arrivée en entrepôt, suivi de plusieurs contrôles qualité manuels et documenté sur papier. Une application digitale est en cours de déploiement, ce qui explique le niveau de maturité digitale de 10%.
- [illegible]

Propositions de projets de transformation digitale et IA

- Dépenses liées au risque

Création d'un système de veille d'approvisionnement grâce à un assistant IA (analysant les données historiques d'incidents, les conditions de marché, les facteurs externes et les réseaux sociaux) pour identifier pro activement les risques émergents

<u>Quick wins:</u>

- [illegible]

- Dépenses liées à la conformité

Création d'un assistant IA pour automatiser la veille règlementaire

- Dépenses liées à la conformité

Création d'une assistance à la saisie des litiges clients

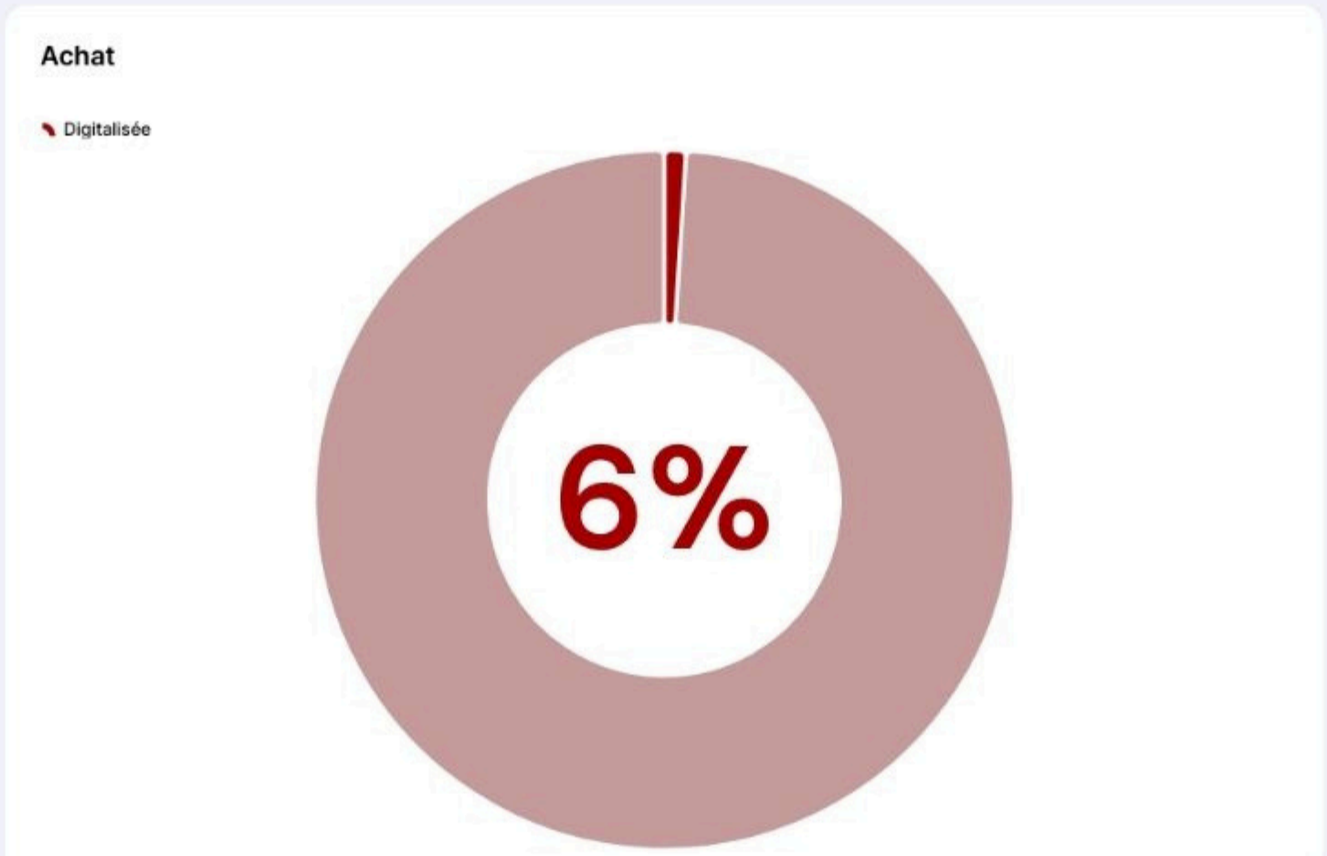
- Dépenses liées à la conformité

Création d'un assistant IA pour la rédaction et la mise à jour des procédures de risque et conformité

Achats

indicateurs clés de performance

- Coût des avoirs: [illegible]



Situation actuelle

- La stratégie de sourcing de l'entreprise repose sur une diversification géographique mondiale (Afrique, Asie du Sud-Est, Amériques, Moyen-Orient, Europe) permettant d'offrir des produits exotiques toute l'année, avec un portefeuille concentré de 45 produits représentant 80% des références.
- [illegible]

Propositions de projets de transformation digitale et IA

- [illegible]

- Chiffre d'affaires/marge brute

Solution de veille automatisée exploitant l'IA et les médias sociaux pour identifier les besoins d'approvisionnement de fruits et légumes exotiques, en particulier pour l'expansion internationale et la marque premium

- [illegible]

Quick wins:

- Taux de défaut des fournisseurs/Coûts

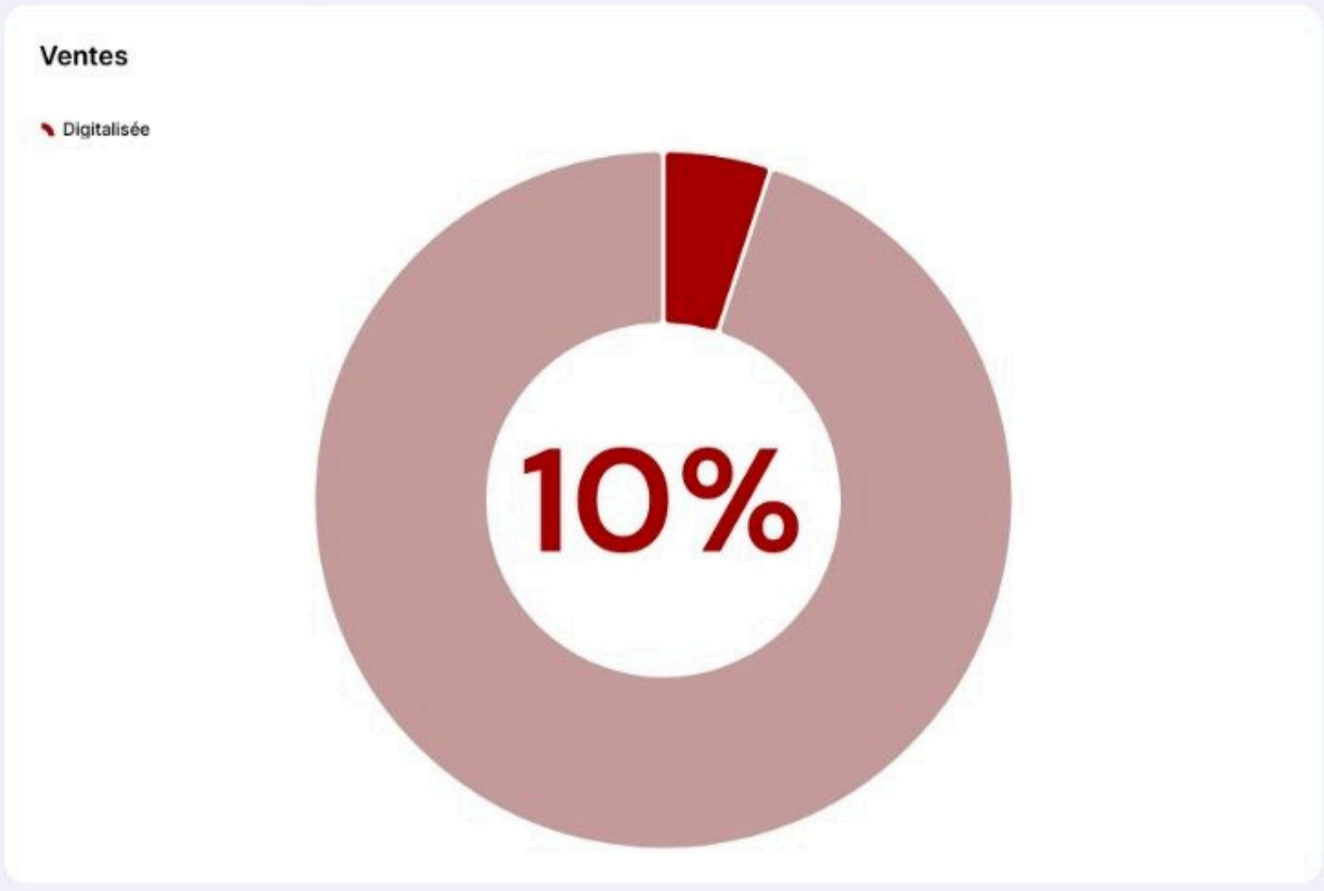
Création d'un assistant IA pour la traduction en temps réel (achat auprès des fournisseurs)

- [illegible]

Ventes

indicateurs clés de performance

- Croissance du CA: 30%
- Marge brute: 17%



Situation actuelle

- L'entreprise gère un portefeuille d'environ 200 clients avec une forte concentration (20 clients représentant 80% du CA) et une dynamique positive d'acquisition (10 nouveaux clients par an contre 4-5 clients sortants), témoignant d'une très bonne capacité de rétention.

Propositions de projets de transformation digitale et IA

- Coûts

Création d'un assistant IA d'aide à la prise et saisie de commande

- Coûts

Création d'un assistant IA d'aide à la saisie de la facturation dans l'ERP (couplé à un contrôle pré-facturation.)

Quick wins:

- Coûts

Création d'un assistant IA pour créer et envoyer les présentations produits (offre du jour)

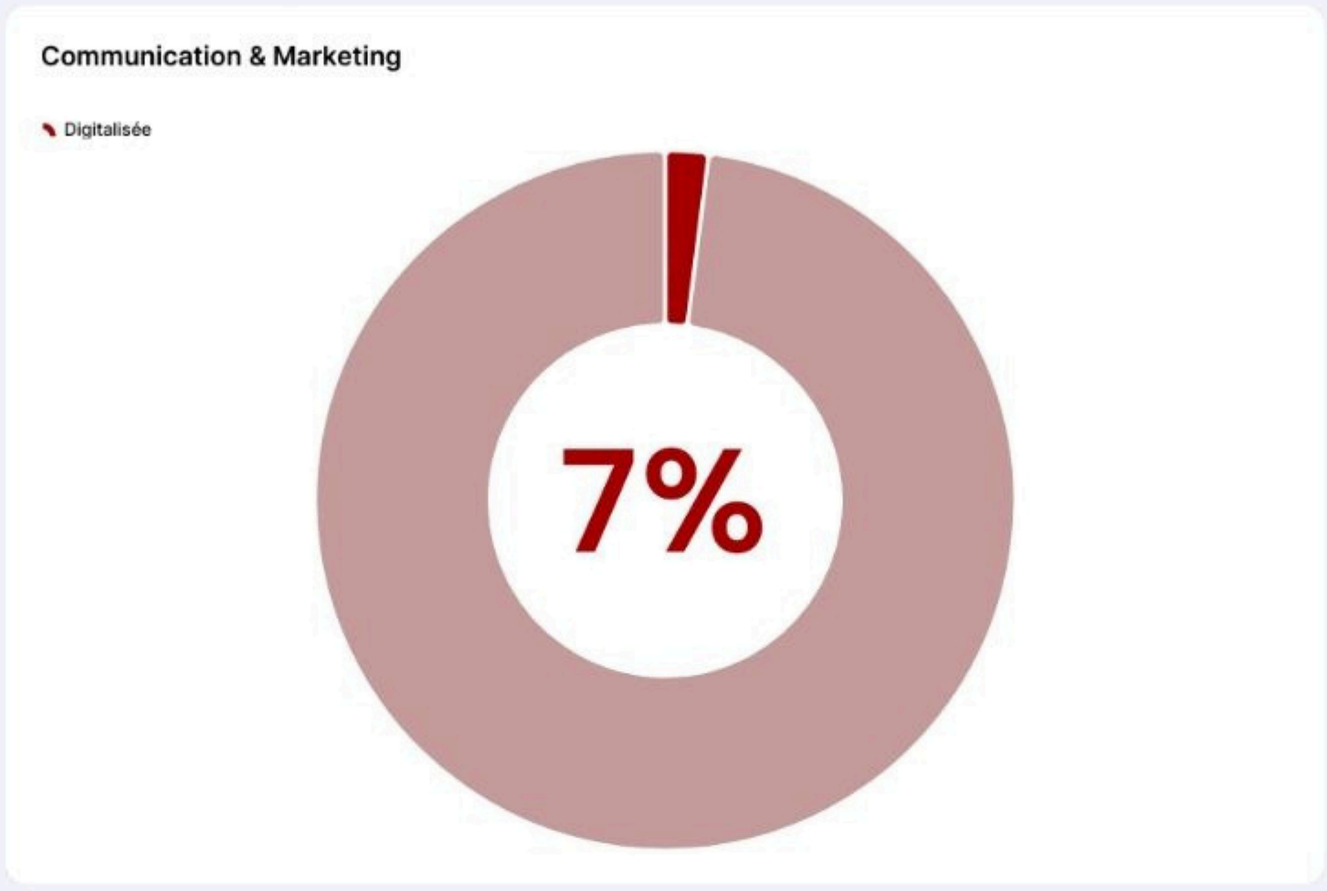
- Coûts

Création d'un assistant IA pour assister la finance aux actions de recouvrement (priorisation, mise à jour des recouvrement, analyse des récidives ….)

Communication & marketing

indicateurs clés de performance

- non applicable



Situation actuelle

- L’entreprise, un acteur majeur du marché des produits exotiques, a mis en place des activités de communication et marketing très ciblées et relativement peu formalisées, privilégiant une approche pragmatique adaptée à son activité B2B.
- La communication externe s'articule principalement autour de deux axes opérationnels : la création hebdomadaire et le mailing produits quotidien destinés aux clients existants, complétés par une présence institutionnelle via le site internet qui sert davantage de point de contact pour les fournisseurs potentiels que d'outil de prospection.
- La communication interne repose essentiellement sur WhatsApp comme canal d'échange entre commerciaux et personnel d'entrepôt, témoignant d'une recherche de réactivité opérationnelle. Ceci devrait être plus structuré pour soutenir la forte croissance anticipée.
- Le développement de la proposition de valeur client s'articule autour d'une stratégie premium, particulièrement visible avec la marque premium, reposant sur trois piliers: qualité supérieure, fidélisation clientèle et prix plus élevés.
- L'importance accordée à la découverte des produits dans l'entrepôt par les acheteurs souligne l'engagement concret de l'entreprise envers sa promesse de qualité.
- Les canaux marketing restent limités au mailing quotidien et au site internet, sans canaux digitaux complémentaires (réseaux sociaux professionnels, marketing de contenu).
- L'entreprise s'appuie sur son expertise sectorielle développée au fil des années et l'expertise de ses distributeurs et ne réalise pas d'études de marché formalisées ni d'analyses de la connaissance client.
- La base clients est gérée dans l'ERP avec les contacts entreprises et interlocuteurs, mais son exploitation analytique reste cependant limitée, en particulier pour une segmentation structurelle et un enrichissement contextuel des profils clients.
- La maturité digitale de 7% de la fonction communication & marketing s'explique par l'utilisation d'emails, de WhatsApp et du site internet comme outils digitaux, sans exploitation analytique des données clients disponibles.

Propositions de projets de transformation digitale et IA

- Croissance du chiffre d’affaires

Création d'actions marketing digital pour valoriser la marque premium

- Croissance du chiffre d’affaires/coûts

Adaptation du site internet sur la base de 4 personas fournisseurs (qualification fournisseurs), institutionnels (communication sur les missions et les valeurs dont environnementale), clients premium (création de l'expérience client premium) et clients distributeurs/grossistes (formation/différenciation sur les produits pour les acheteurs)

- Croissance du chiffre d’affaires

Solution de veille automatisée exploitant l'IA et les médias sociaux pour identifier les tendances émergentes des consommations des clients à court/moyen terme

Quick wins:

- Coûts/Productivité

Utilisation de cartes de visite digitale (technologie NFC) pour la direction et les commerciaux

- Coûts/satisfaction clients et fournisseurs

Routage intelligent des mails de l'adresse générique à des adresses spécialisées

Développement produits

indicateurs clés de performance

- non applicable

Pas d’activités digitalisées

Situation actuelle

- L’entreprise a développé une approche premium devant participer à 10% de son offre à travers sa marque premium, témoignant d’une stratégie de différenciation et de montée en gamme. Aucun processus d’analyse de la demande n’a été utilisé.
- La sélection des produits pour la gamme premium repose sur une évaluation qualitative à l’amont, dans l’entrepôt et à la sortie. La méthodologie structurée d’évaluation ou de critères documentés pour l’intégration à l’offre haut de gamme n’a pas été encore effectué.
- La marque premium cible spécifiquement les grossistes comme canal de distribution. L’ élaboration d’exigences formalisées ou de stratégie documentée concernant les spécificités de distribution pour cette gamme premium devra être initiée.
- La communication interne concernant le développement de la gamme premium s’effectue principalement via Whatsapp, révélant une approche réactive et opérationnelle mais va demander plus de formalisation des messages et/ou campagnes d’information.
- Cette nouvelle gamme va devoir se différencier auprès du client final. L’approche de développement de cette gamme a été essentiellement intuitive. L’absence d’études de marché, d’analyses des besoins clients et de métriques de performance spécifiques pour évaluer le succès des produits premium devront être comparait par une implication forte du client final et des grossistes dans la démarche structurée de marketing digital.

Propositions de projets de transformation digitale et IA

Le développement des produits se fait par l’intermédiaires des achats (nouveaux produits proposés) et au travers de la marque premium qui demande maintenant à être marquetée et vendue.

Les deux projets précédents peuvent amener de nouveaux développements de produits (packaging, nouveaux produits…)

- Parts de marché

Solution de veille automatisée exploitant l’IA et les médias sociaux pour identifier les besoins d’approvisionnement de fruits et légumes exotiques, en particulier pour l’expansion internationale et la marque premium

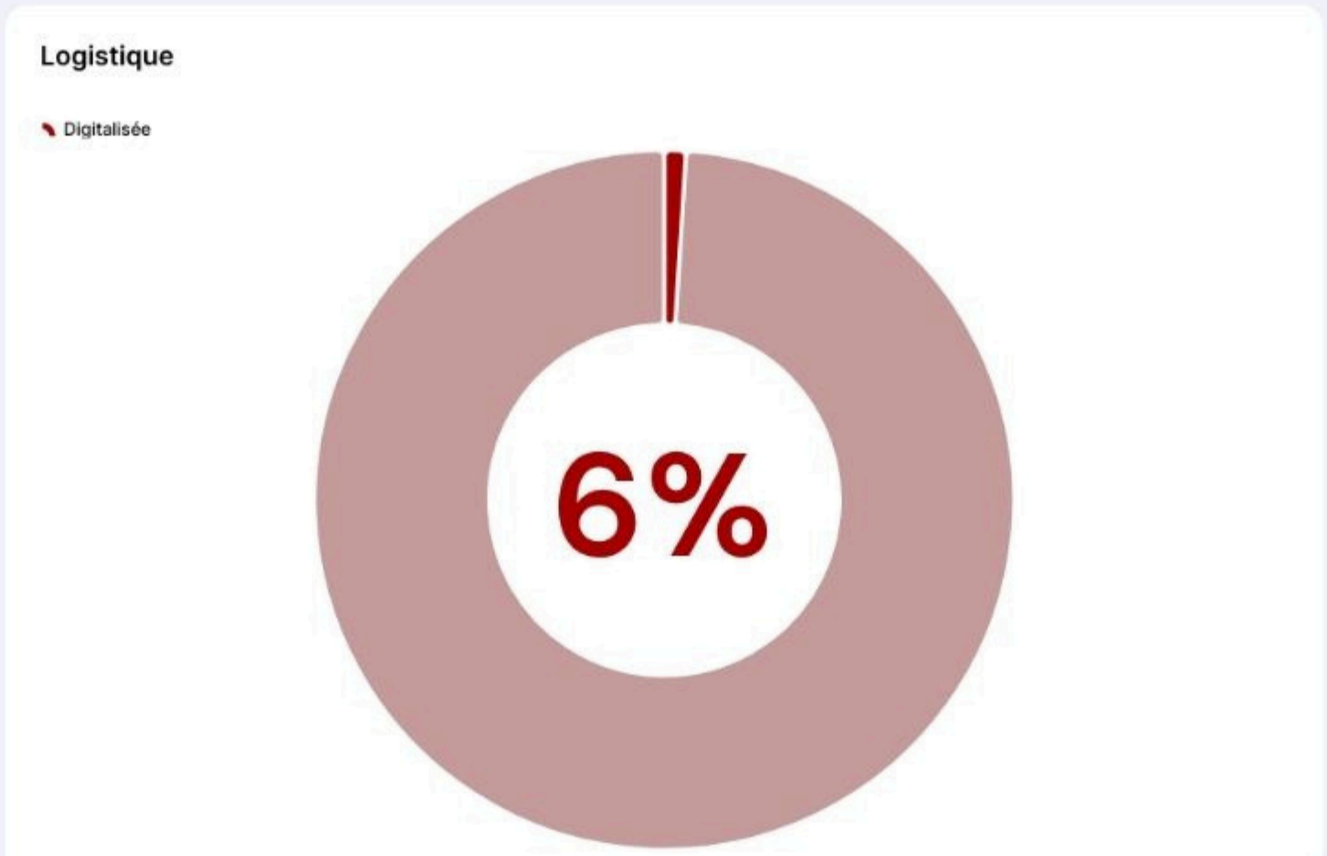
Quick wins:

- Parts de marché

Logistique

indicateurs clés de performance

- non applicable



Situation actuelle

- L'entreprise, entreprise française fondée en 2003 spécialisée dans l'importation et la distribution de fruits et légumes exotiques, a fait de la logistique une fonction critique pour concilier fraîcheur des produits, origines internationales diverses et exigences de qualité de son positionnement premium.
- L'entreprise pratique l'achat en FOB (Free on Board), assumant la responsabilité et la gestion du transport international depuis le port ou l'aéroport d'origine jusqu'à ses entrepôts en France, impliquant des relations avec des transitaires et des procédures de dédouanement.
- L'entreprise ne dispose pas de processus formalisé de prévision de la demande.
- L'entreprise ne pratique pas la gestion des retours, les produits non conformes étant soit vendus à faible prix soit détruits, reflétant une approche pragmatique adaptée à la nature périssable des produits.
- La gestion des stocks s'effectue avec un rapprochement quotidien entre le stock physique et théorique, témoignant d'une approche rigoureuse du suivi des inventaires particulièrement adaptée à un secteur manipulant des produits périssables.
- Dès l'arrivé de la marchandise par les fournisseurs, l'administration enregistre un stock théorique dans le système permettant la disponibilité des produits pour la vente, bien avant la réception et le contrôle réel des marchandises en entrepôt.
- Un contrôle physique manuel et sur papier des marchandises à réception permet de vérifier les livraisons entrantes et mettre à jour les stocks dans TOP, pouvant entraîner des annulations de commandes en raison d'erreurs de stock.
- La préparation des commandes s'appuie sur le bon de livraison transmis par TOP aux équipes d'entrepôt comme document de référence.

Propositions de projets de transformation digitale et IA

- Cockpit time-delivery

Digitalisation de la préparation de commande dans l'entrepôt pour permettre une meilleure traçabilité des lots et une réduction des erreurs

- Cockpit

Création d'un assistant IA pour l'automatisation de la saisie des stocks de marchandises expédiés par les fournisseurs (BL du transporteur) dans TOP

- Cockpit

Analyse d'images par IA pour évaluer objectivement l'état des fruits à réception et accélérer le traitement des réclamations (agréage d'entrée)

Quick wins:

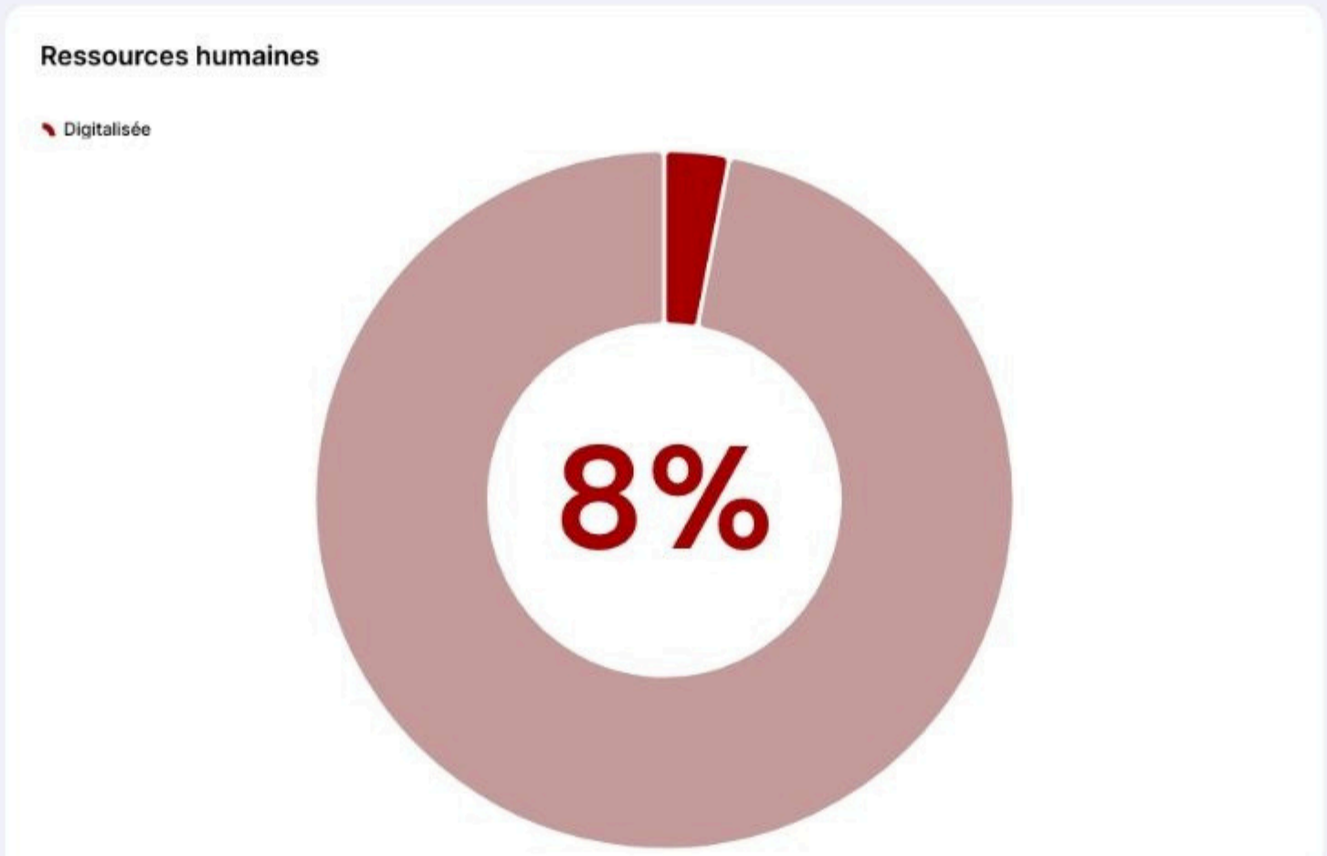
- Chiffre d'affaires/marge brute

Automatisation et présentation dynamique des informations sur les futurs arrivages (à distance, dès réception de l'information)

Ressources humaines

indicateurs clés de performance

- non applicable



Situation actuelle

- L'entreprise française est spécialisée dans l'importation et la distribution de fruits et légumes exotiques depuis 2003, et se caractérise par une structure légère lui conférant une grande réactivité, avec une vision d'avenir basée sur la collaboration avec ses partenaires internationaux.
- L'entreprise ne dispose pas de processus formalisé de planification des recrutements ni de définition des exigences des postes.
- Le sourcing des candidats s'appuie principalement sur trois canaux : le bouche-à-oreille, le recrutement interne au marché de l'emploi pour les collaborateurs d'entrepôt, et les candidatures spontanées, témoignant d'une approche diversifiée mais assez traditionnelle.
- L'entreprise a longtemps privilégié le recrutement de personnes peu expérimentées, identifiées via le réseau d'Arnaud, dans une vision où la formation continue dispensée directement par lui-même prend le relais pour développer les compétences nécessaires.
- L'entreprise ne dispose pas de processus formalisé de sélection des candidats, de préparation à l'intégration, ni d'évaluation structurée, l'approche reposant davantage sur le potentiel et l'adéquation à l'entreprise que sur les compétences techniques préexistantes.
- Le développement des compétences repose sur une "formation continue dispensée par Arnaud", révélant une approche informelle et centralisée.
- Les entretiens annuels sont consignés sur papier et réalisés principalement pour répondre à une "exigence de certification". L'exploitation des données collectées pour "analyser des besoins de développement ou la gestion prévisionnelle des compétences n'est pas mise en place encore.
- Bien que sans dispositif formalisé de gestion des talents, Arnaud réfléchit à l'évolution d'une personne occupant un poste clé qui pourrait potentiellement reprendre ses principales missions opérationnelles.
- La transmission des savoirs est directe. Les mécanismes de capitalisation, de formalisation ou de partage de connaissance plus larges au sein de l'organisation ne sont pas encore organisés.
- Le processus de paie "partiellement digitalisé via un coffre-fort digital" avec une "gestion externalisée" explique les 8% de maturité digitale de la fonction ressources humaines.

Propositions de projets de transformation digitale et IA

- Efficience de la formation/Taux de rétention collaborateurs/coûts

Utilisation d'un outil SI RH pour centraliser, structurer et suivre la gestion des ressources humaines, depuis l'administration du personnel, les formations, la gestion des congés, les entretiens annuels jusqu'au développement des talents.

Immobilier

indicateurs clés de performance

- non applicable

Pas d’activités digitalisées

Situation actuelle

- La gestion de l'infrastructure immobilière constitue un élément stratégique de l'activité de l'entreprise, optimisant ses opérations logistiques et maintenant la qualité de ses produits frais exotiques.
- L'entreprise possède un bureau commercial stratégiquement implanté sur le MIN de Rungis (94), positionnant l'entreprise au cœur du plus grand marché de produits frais d'Europe et lui conférant un avantage concurrentiel significatif.
- L'entreprise dispose d'un entrepôt moderne de 5 000 m², représentant un actif d'environ 10 millions d'euros, dont la valeur est son intégration dans le marché de Rungis.
- Cette infrastructure se distingue par sa conception adaptée à la manipulation de produits frais exotiques, incluant de grands espaces de stockage, quatre chambres de mûrissage, une zone réfrigérée et une station de conditionnement et d'emballage par spécialiste.
- L'entrepôt peut traiter jusqu'à 15 000 colis par jour grâce à une équipe dédiée de 30 personnes, témoignant d'une conception optimisée pour l'efficience logistique.
- La localisation sur le MIN de Rungis implique le respect des règles spécifiques à cette zone réglementée, notamment en termes d'accès, d'horaires et de conformité sanitaire.
- L'entreprise ne dispose pas de processus formalisé d'évaluation et de pilotage de la performance de ses infrastructures, incluant des indicateurs comme le coût d'exploitation au m², le rendement énergétique ou les taux d'utilisation des différentes zones.
- L'entreprise n'a pas développé de stratégie ou de processus formalisé de planification des investissements immobiliers, intégrant des projections d'expansion, de modernisation ou d'optimisation de son patrimoine.

Propositions de projets de transformation digitale et IA

Quick wins:

- Valorisation de l'entreprise

Création d'un support de communication (format vidéo ou digital) pour valoriser l'actif financier de l'immobilier (entrepôt et bureau)

- Notoriété

Création d'une expérience distributeurs et fournisseurs différenciante et innovante sur la marque premium dans le hall d'accueil

05.

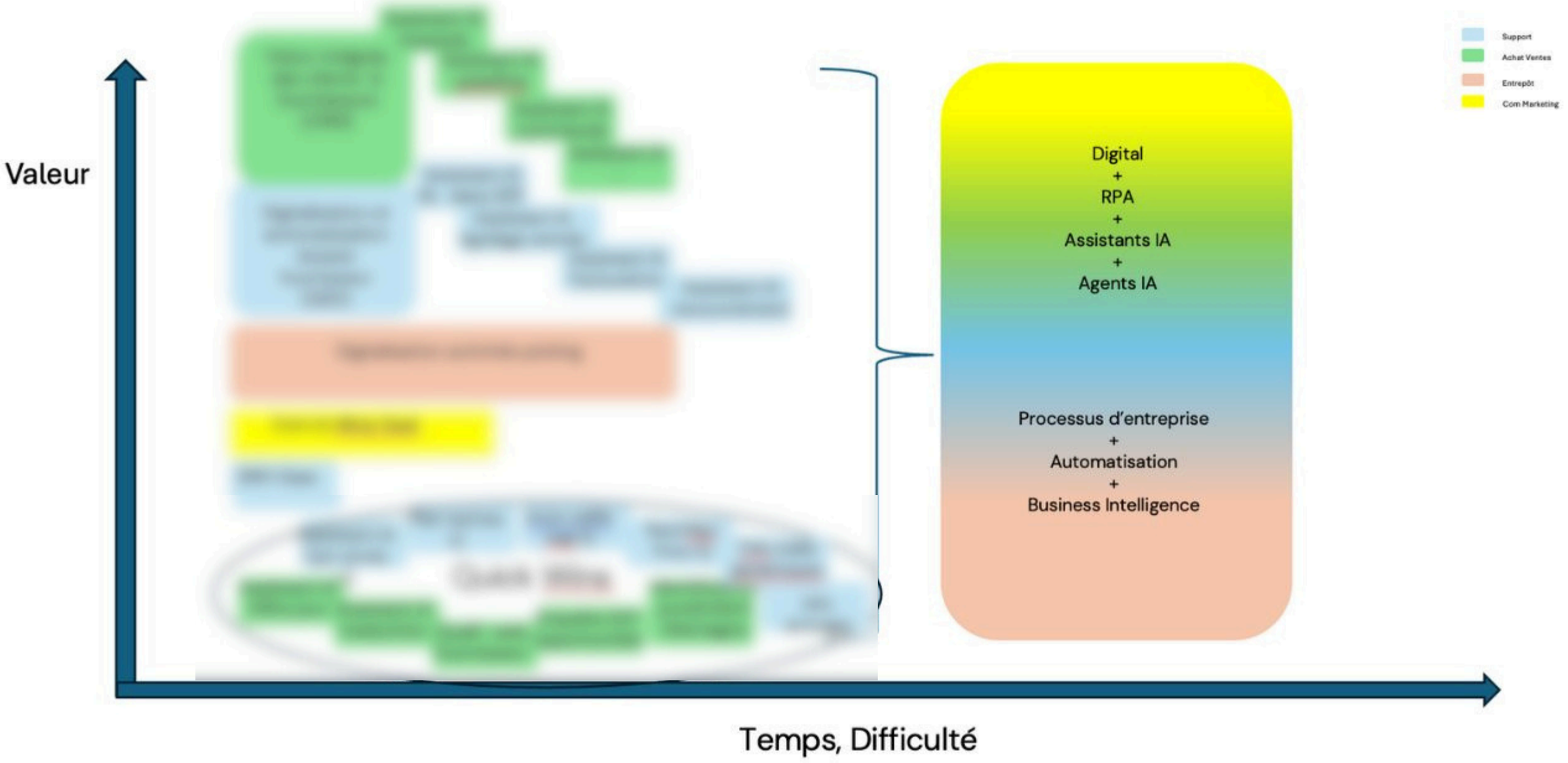
Entreprise: Recommandations

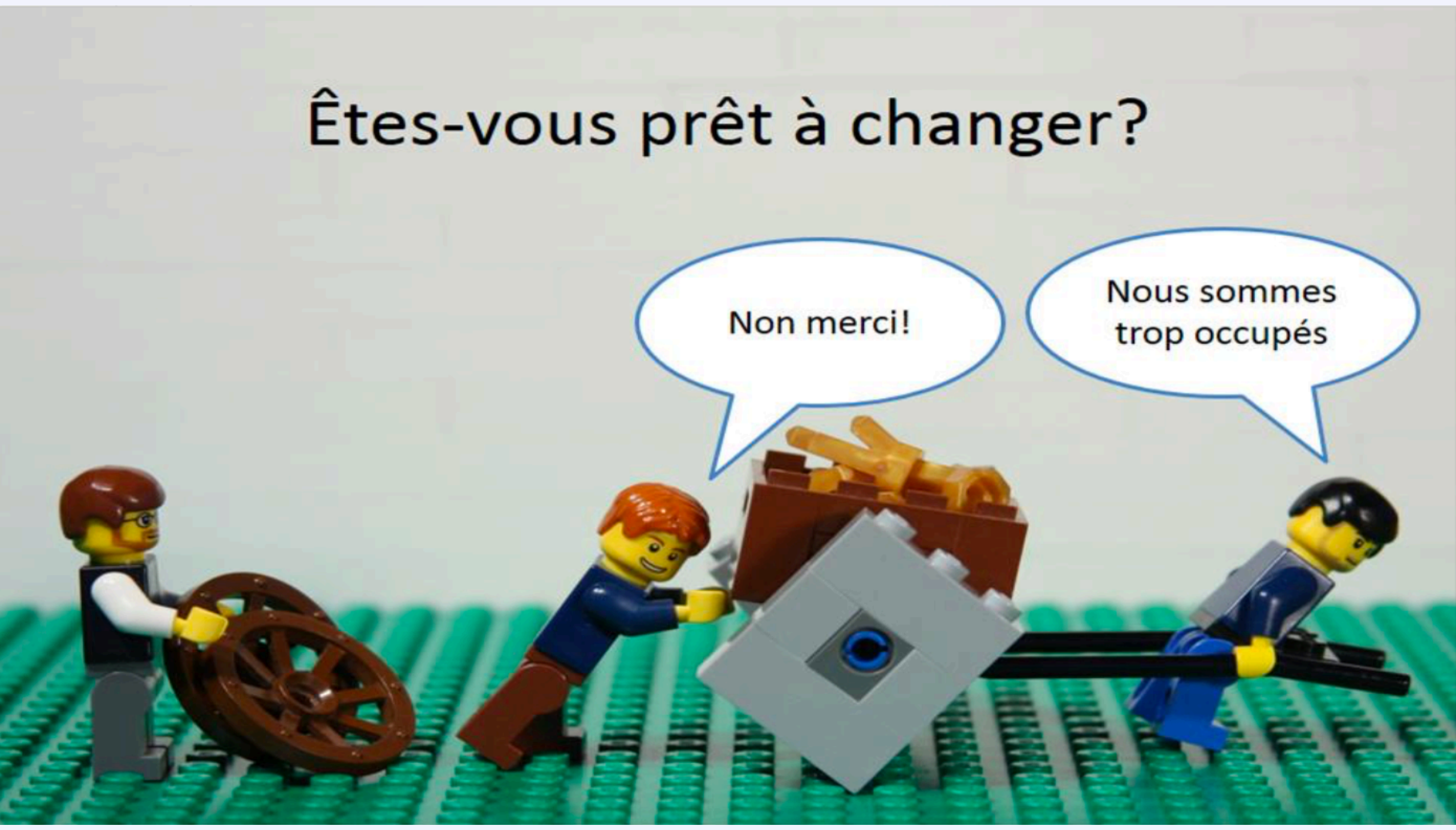
1. **L’entreprise est en forte croissance (+30% par an).** **Le Digital et l'IA doivent permettre d'absorber cette croissance sans ajout de personnel en** support (administratif, financier, gestion des erreurs de picking, assistance commerciale…) au travers d'une digitalisation et aux technologies RPA (Robotic Process Automation)
2. **La forte croissance nécessite un volume plus important de produits à proposer et demande d'élargir son réseau de fournisseurs**. **La gestion et l'acquisition des fournisseurs ainsi que la capacité de “upselling” avec les clients existants sont clés pour développer cette croissance**.
3. **La forte croissance de l’entreprise entraîne une augmentation significative du volume de lots à traiter sans erreur.**
4. **La rentabilité de l’entreprise exige un pilotage quotidien extrêmement précis à tous les niveaux de granularité** : par lot, par client et par fournisseur. Bien que ces données soient déjà disponibles et bientôt accessibles plus rapidement grâce au déploiement en cours d'un outil de Business Intelligence, l'enjeu réside désormais dans la diffusion contextualisée de cette information. Des **solutions d'assistant IA utilisées** doivent être développées pour acheminer les indicateurs pertinents aux bons interlocuteurs au bon moment : Assistants IA spécialisés pour l'argumentation commerciale des hausses tarifaires, assistant IA pour l'optimisation du recouvrement, ou assistant IA pour la recommandation dynamique de prix de vente.
5. **L’activité de l’entreprise repose fortement sur son ERP**, **créant une vulnérabilité stratégique**. Sécuriser les codes sources de ce système devient impératif pour préserver la continuité opérationnelle en cas de rachat ou de défaillance du fournisseur. **Dans une vision à moyen terme (3-5 ans), l'évolution rapide des agents IA permettra à l'entreprise de reprendre et d'automatiser ses processus métiers fondamentaux** tout en s'affranchissant de sa dépendance à son ERP actuel.

06.

Entreprise: Mise en oeuvre proposée

Priorisation des Transformations digitales & IA




Êtes-vous prêt à changer?
Non merci!
Nous sommes trop occupés

Social media

LinkedIn

maturity+

innov&scale

Contacts

Justine@digitalce.fr

christian@digitalce.fr

