

Architecture omnicanal et panorama des solutions du marché : Magento, Hybris, Proximis, Salesforce, SAP, ...

La multiplication des canaux et l'opportunité d'accompagner ses clients dans de véritables expériences de bout en bout, nécessitent de construire des parcours orchestrant des interactions online, offline, servies en interne, exécutées par des partenaires...

Cette approche "Customer First" impose à tout prix de sortir d'une logique projets isolés (Web, Mobile, Marketing Automation, CRM...) et de privilégier une approche programme.

Une vision d'architecture alignée avec les objectifs business de l'organisation doit être la colonne vertébrale de ce programme.

Ce séminaire présentera et illustrera en quoi une démarche d'architecture réfléchie maximise la valeur créée par le Système d'Information.

Détails

- Code : ECOM01
- Durée : 1 jour (7 heures)

Public

- Chef de projet
- Direction de programme
- Direction marketing
- Directions métier
- Dirigeant
- DSI

Pré-requis

- Aucun

Objectifs

- Comprendre les enjeux de l'omnicanalité
- S'armer d'une méthodologie adaptée aux besoins de transformation numérique
- Bénéficier de retours d'expérience sur les projets de « re-platforming »
- Partager un état de l'art du marché permettant de construire des plateformes omnicanales

Programme

Les 3 couches fondamentales d'une architecture omnicanale

- Une architecture omnicanale est construite en 3 couches distinctes pour favoriser le re-use, s'adapter rapidement à des règles métier qui évoluent très rapidement, donner un maximum d'autonomie aux métiers :
 - La Couche Data gère les données de références structurées (PIM, DAM, RCU, MDM...) mais aussi le croisement des data structurées et non structurées (Data-Driven Architecture, Bigdata...).
 - La Couche Headless Services fournit les fonctionnalités aux Fronts : contenu éditoriaux, e-Commerce, Order Management, gestion de compte client, fonctions CRM, Marketing Automation...
 - La Couche Front regroupe les applications Web, mobiles, vocales, Chatbot, ClientelingApp, PWA... servant un parcours client sans couture.

L'avantage concurrentiel business apporté par un Système d'Information Digital à l'état de l'art

- Quelque soit son secteur d'activité, les comités de direction ont besoin de déployer des business models plus flexibles
- Le Système d'Information Digital devient un asset coeur de

métier qui favorise :

- Une extension de l'offre produits et services via différentes options d'architecture : Marketplace, Order Management Systems omni-fournisseurs, extension des PIM vers les portails fournisseurs...
- Une généralisation de l'IA dans les outils métier
- Une connaissance client 360° servie par une véritable architecture Data Client évitant les "projets pieuvre" CRM
- Une ouverture de ses services aux partenaires via les Open Platform et l'entrée dans l'API Economy
- Une utilisation de la Data structurée et non-structurée qui produit des gisements d'informations inexploités issus de ses data factories et de celle de ses partenaires

Les impacts organisationnels privilégiant une logique de Programme

- Pour conclure ce Be Clever Meeting, nous partagerons nos recommandations sur les évolutions d'organisation permettant de corriger les approches projets par département :
 - La nécessaire construction d'une roadmap programme à 3 ans minimum et l'approche

budgétaire par applications Front et par produits transverses (CAPEX/OPEX)

- Retour d'expérience sur la gouvernance d'un tel programme et des rituels qui matérialisent la contribution du programme au business
- Les rôles à renforcer (architectes métier, data scientists...) dans les organisations

Informations complémentaires

- Méthodes pédagogiques : Séminaire d'1/2 journée
- 50 % théorie / 50 % retours d'expérience et échanges
- Modalités d'évaluation
- L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers d'échanges avec les intervenants

Modalités

- **Type d'action** :Acquisition des connaissances
- **Moyens de la formation** :Formation présentielle – 1 poste par stagiaire – 1 vidéo projecteur – Support de cours fourni à chaque stagiaire
- **Modalités pédagogiques** :Exposés – Cas pratiques – Synthèse
- **Validation** :Exercices de validation – Attestation de stages