

1. Introduction

La communication digitale ne se limite plus à diffuser de l'information via Internet. Dans un contexte SI, elle devient un levier stratégique pour les entreprises, utilisant les données, les processus et les systèmes pour optimiser la diffusion et la personnalisation de l'information.

Objectifs pour M1 MIAGE : - Comprendre l'intégration de la communication digitale dans le SI. - Maîtriser les architectures SI permettant la communication digitale. - Analyser l'impact des systèmes sur la stratégie digitale. - Connaître les méthodes et outils pour la diffusion, le suivi et l'optimisation de la communication.

composants principaux

Humains: user, admin, décideurs

Matériels: serveur, postes clients, réseaux

logiciels; ERP, CRM, outils analytiques

données base rela, big data , data warehouse

processors, workflow, règles métier, protocoles de communications

Exemple en communication digitale:

ERP, synchro des stocks et promotions

BI : dashboard pour analyser efficacité des campagnes

CRM personnalisation des campagnes

2. Concepts fondamentaux

2.1. Système d'information (SI)

Un SI est un ensemble structuré de ressources permettant de collecter, traiter, stocker et diffuser des informations pour faciliter la prise de décision et l'exécution des processus métier.

Composants principaux :

Exemple en communication digitale :

2.2. Communication digitale

Définition : Utilisation de canaux numériques pour diffuser des informations, interagir avec des audiences et créer de l'engagement.

Supports : email, réseaux sociaux, sites web, applications mobiles, chatbots, intranet.
Objectifs : informer, sensibiliser, promouvoir, interagir, fidéliser.

Lien avec le SI :

- Exploitation des données clients pour segmenter et personnaliser les messages
 - Utilisation des processus métier pour automatiser la communication
 - suivi via les outils analytics pour mesurer l'efficacité
-

3. Architecture d'une communication digitale orientée SI

3.1. Les 4 couches principales

1. **Collecte des données** : CRM, ERP, Base interne, réseaux sociaux, API externes
 2. **Traitement et analyse des données** : Nettoyage, segmentation, scoring, prédictions
 3. **Diffusion et interaction** : Campagnes automatisées, contenus dynamiques
 4. **Contrôle et amélioration** : KPIs, dashboard BI, tests A/B, Feedback Utilisateur
-

4. Intégration SI – Communication digitale

4.1. CRM et marketing digital

Centraliser les informations des clients -> campagnes personnalisées
e.g segmentation clients, envoi des mails ciblés, suivi des interactions

4.2. ERP et communication interne (ERP(planifications des ressources entreprises= PGI : Progiciel de gestion intégré __ plusieurs module connecté si 1 est modifiée le reste est impacté, plusieurs modules connecté via un BD)

-Intègre les flux métiers -> cohérence des info partagées
e.g publication automatique des MAJ des stocks/promo sur site web

4.3. Business Intelligence (BI)

- Exploitation des KPI (clé de performance) & dashboard pour évaluer l'efficacité des campagnes
 - Prise de décisions basée sur des données d=fiables et MAJ
-

5. Méthodes et outils avancés

Objectif	Outils / Techniques	Application SI
Analyse Comportementale	Google analytics, Matomo	Suivi des visites, parcours utilisateurs
Marketing automation	Hubspot, Salesforce Marketing Cloud	Emails, notifications, scénarios automatisés
BI et reporting	Power BI, Tableau, Qlik	Analyse des KPIs, dashboards
Communication en temps réel	Chatbots (Dialoglow, BotPress)	Support client
Gestion des contenus	CMS (wordpress, Drupal)	Diffusion et mise à jour des contenus

. Tendances et innovations

- Intelligence artificielle : recommandations, chatbots, analyse prédictive
 - Omnicanal : cohérence des messages sur tous les canaux
 - Big Data et Data Analytics : anticipation des besoins, optimisation des campagnes
-
-

QCM basé sur le cours

Q1. Quel est le rôle principal d'un SI dans la communication digitale ?

- B. Collecter, traiter et diffuser l'information

Q2. Quel outil est utilisé pour centraliser les informations clients et personnaliser les campagnes ?

- B. CRM

Q3. Quelle couche de l'architecture SI concerne la segmentation et le scoring des audiences ?

- C. Traitement et analyse des données

Q4. Quel indicateur n'est pas un KPI typique pour mesurer l'efficacité des campagnes digitales ?

- C. Nombre de serveurs

Q5. Parmi ces bonnes pratiques, laquelle est essentielle pour respecter la réglementation sur les données ?

- C. Respecter le RGPD et sécuriser les accès

Q6. Quel outil permet d'automatiser l'envoi d'emails et notifications selon le comportement utilisateur ?

- B. HubSpot

Q7. L'approche omnicanal signifie :

- B. Assurer la cohérence des messages sur tous les canaux

Q8. Quelle technologie est utilisée pour prédire le comportement des utilisateurs et optimiser les campagnes ?

- A. Big Data et Data Analytics

question

Q1. Quel est le rôle principal d'un SI dans la communication digitale ? A. Créer des contenus visuels uniquement B. Collecter, traiter et diffuser l'information C. Programmer des sites web D. Réaliser des publicités imprimées

Q2. Quel outil est utilisé pour centraliser les informations clients et personnaliser les campagnes ? A. ERP B. CRM C. CMS D. BI

Q3. Quelle couche de l'architecture SI concerne la segmentation et le scoring des audiences ? A. Collecte des données B. Diffusion et interaction C. Traitement et analyse des données D. Contrôle et amélioration

Q4. Quel indicateur n'est pas un KPI typique pour mesurer l'efficacité des campagnes digitales ? A. Taux de conversion B. Taux d'ouverture C. Nombre de serveurs D. Taux de clics

Q5. Parmi ces bonnes pratiques, laquelle est essentielle pour respecter la réglementation sur les données ? A. Utiliser des images attractives B. Nettoyer et segmenter les données clients C. Respecter le RGPD et sécuriser les accès D. Publier sur tous les réseaux sociaux

Q6. Quel outil permet d'automatiser l'envoi d'emails et notifications selon le comportement utilisateur ? A. Tableau B. HubSpot C. Drupal D. Dialogflow

Q7. L'approche omnicanal signifie : A. Diffuser le même message sur tous les canaux sans adaptation B. Assurer la cohérence des messages sur tous les canaux C. Limiter la communication à un seul canal D. Utiliser uniquement des canaux digitaux

Q8. Quelle technologie est utilisée pour prédire le comportement des utilisateurs et optimiser les campagnes ? A. Big Data et Data Analytics B. CMS classique C. Réseaux sociaux uniquement D. Impression papier