Chapitre 7

Doc 1

1. Conduire rapidement des projets numériques sur quelques semaines
2. Structure innovante et flexible, hiérarchie flexible type projet ou en squad avec 6-10 personnes chacune responsable d’un projet
3. Plus agile et plus rapide dans l’execution, finaliser des projets sur quelques semaines par rapport à plusieurs mois et semaines.

Doc 2

1. Chaque site analyse des besoins en terme d’attente spécifiques sur chaque site ou par métier, besoins identifiés par la digital factory, les équipes vont visiter les sites du groupe.
2. Repérer besoin collaborateurs (culture digitale, plus avancé tel ai, bid data etc
3. Digital factory, formation pour les salariés du groupe

Doc 3

1. ..
2. Telephone automatique candidat, pré selection, décision finale revient au responsable rh puisque le robot va lui permettre de transmettre les entrevues pour les prises de décisions finales, objectifs 10 000 appels, qui se fait beaucoup plus rapidement

Doc 4

1. ..
2. Changement inconnu, peur de perte d’emploi, moins compétitif sur marché du travail, perte de control. Michel Crosier
3. Mise en place de mesure stratégiques, séances d’informations servant à démystifier Verra, pratique et familiarité avec Vera, avantages tangibles en terme de recrutement, transition plus fluide, pratique, numérique.

Séance de formation organisées pour expliquer technologie, donner occasion d’utiliser l’outil, voir son intérêt, résultat : manager peuvent bénéficier de cet avantage technologique avec une vue simultanée et rapide.

Doc 5

1. Solution de travali collaboratif, travail, partage d’information, cloud, info additionnelles, développement espace de co working, travailleurs nomades, rester en contacct
2. Energie créative, partage de compétences, collaboration et innovation dans le domaine de jeux. Créer un environnement pour développer des solutions (jeux, métiers) se retrouver, différentes vocations (créateurs, différents métiers) pour synergie et partage expérience (game designers, graphistes, autres spécialistes) pour développer davantage les métiers.

Doc 8

Faire les courses avec assistant google, livraison se fait à domicile, en magasin

Doc 9

\*Mise en vente carrefour et google assistant, google labs en commun, intelligence artificielle et client, 3ème appli de gsuite, collaboration, etc

3) ouvrir en France une adapation de ce programme, lui permettre de rajouter et d’améliorer ses services (google shopping et assisttant) et devenir un e commercant en pouvant importer des fichiers clients. Du côté de carrefour lui permettre de ne pas se lancer tout seul sur ce marché et accompagnement de google pour plus de 1000 de ses salariés. Innovation lab : amélioration des services des ingénieurs des 2 entreprise, canal commun de e-commerce, avantage concurrentiel aux 2 entreprises.

Chap.7

Doc.8 :

Présentez le projet commun à Carrefour et Google.e.

Le projet commun entre Carrefour et Google vise à offrir aux utilisateurs une expérience simplifiée et intuitive d'achat. Les deux entreprises cherchent à faciliter le processus d'achat pour les utilisateurs français, en particulier en ce qui concerne les courses, y compris les achats alimentaires. Les principaux points du projet :

Plateformes d'achat variées : Les utilisateurs auront la possibilité d'effectuer leurs achats de différentes manières, notamment via l'enceinte connectée Google Home, l'Assistant Google depuis leur téléphone portable, ou en utilisant la nouvelle interface du site Google Shopping en France.

Options de livraison : Les utilisateurs auront la flexibilité de choisir entre la livraison à domicile ou la possibilité de récupérer les marchandises en magasin. Cela offre une commodité accrue aux consommateurs, adaptant le processus d'achat à leurs préférences et besoins.

Partenariat sur l'e-commerce : Le partenariat entre Carrefour et Google se concentre sur le secteur de l'e-commerce. Il s'agit d'une collaboration stratégique visant à intégrer les services de Carrefour dans les plateformes numériques de Google, offrant ainsi une solution complète aux consommateurs pour leurs besoins d'achat en ligne.

Innovation et bureautique : Le partenariat ne se limite pas simplement à la vente en ligne, mais englobe également des aspects liés à l'innovation et à la bureautique. Cela suggère que les deux entreprises pourraient explorer des moyens d'intégrer des technologies innovantes et des solutions de productivité dans l'expérience d'achat en ligne.

DOC.09 :

1. Trois axes de l'accord de partenariat entre Carrefour et Google :

Mise en vente de l'offre de Carrefour sur Google Shopping et Google Assistant : Carrefour va intégrer son offre sur les plateformes de Google, notamment Google Shopping et Google Assistant, permettant aux utilisateurs d'ajouter des produits à un panier universel via une interface web ou vocale.

Ouverture d'un Innovation Lab commun à Paris : Les deux entreprises vont collaborer à la création d'un laboratoire d'innovation commun, réunissant des ingénieurs spécialisés en intelligence artificielle. Ces ingénieurs travailleront à améliorer l'expérience client et contribueront au développement de solutions d'e-commerce innovantes.

Formation par Google d'un millier de salariés Carrefour au digital et à la data : Google s'engage à former un millier d'employés de Carrefour aux compétences numériques et à l'analyse de données. Cette formation inclut l'adoption des outils de collaboration de Google Cloud Platform et des applications G Suite.

1. Intérêt du partenariat pour les deux parties :

Pour Google : Google a l'opportunité de déployer son programme Google Shopping Actions en France, devenant ainsi un acteur majeur du commerce électronique. Le partenariat lui permet également d'acquérir des données clients significatives, notamment sur les habitudes d'achat récurrentes.

Pour Carrefour : Carrefour bénéficie de la visibilité offerte par la présence sur les plateformes populaires de Google. Le partenariat permet également au groupe de bénéficier de l'expertise de Google dans le domaine du numérique et de la data, en formant ses employés et en collaborant sur des projets d'innovation.

1. Recherche de co-innovation :

Le partenariat entre Carrefour et Google vise à co-innover à plusieurs niveaux. La création d'un Innovation Lab commun témoigne de leur volonté de collaborer sur des projets de recherche et développement, en particulier dans le domaine de l'intelligence artificielle et de l'expérience utilisateur. La formation des employés de Carrefour par Google indique également une volonté de partager des connaissances et d'intégrer des pratiques innovantes. En cherchant à développer conjointement un canal d'e-commerce commun, les deux entreprises aspirent à créer quelque chose de nouveau et de bénéfique pour les deux parties.