



digital.union@sonapresse.com

L'actu du web

Par I.M'B

CLIMAT : ENTRE 3,3 ET 3,6 MILLIARDS D'HUMAINS MENACÉS

Photo: DR



Sur les 7,8 milliards d'humains présents sur Terre, " entre 3,3 et 3,6 milliards vivent dans un environnement très vulnérable au changement climatique ", évalue, avec " un haut niveau de confiance ", le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC). C'est l'un des messages clés du deuxième volet de son sixième rapport d'évaluation sur le climat publié hier par ledit groupe d'experts.

PRÉSIDENTIELLES 2022 : DES CANDIDATS INQUIETS POUR L'ÉCONOMIE FRANÇAISE

Photo: DR



La candidate du Rassemblement national (RN) Marine Le Pen a, elle, alerté sur les conséquences des sanctions sur le pouvoir d'achat des Français, qui pourraient selon elle être " terrifiantes ". " Les sanctions en elles-mêmes seront inefficaces [et] toucheront [les] intérêts [français] ", avait abondé son concurrent Eric Zemmour. Au salon de l'Agriculture, le chef de l'État français a effectivement annoncé un " plan de résilience " pour " sécuriser " les filières et " bâtir des boucliers en termes de coûts [...], dans la durée ", face à la situation en Ukraine. " On ne pouvait y penser avant ", s'est écrié Jean-Luc Mélenchon, candidat de la France Insoumise.

PÉNURIE DE GAZ EN EUROPE : L'ALGÉRIE EN FOURNISSEUR

Photo: REUTERS/UPDATE



Sonatrach, le géant public algérien des hydrocarbures, est prêt à fournir davantage de gaz à l'Europe, en cas de baisse des exportations russes liée à la crise ukrainienne, en l'acheminant notamment via le gazoduc Transmed reliant l'Algérie à l'Italie, a affirmé M. Hakkar, son patron, dimanche dernier.

E-  BUSINESS...

E-Business : changer de culture pour devenir compétitif



Ce qu'il faut connaître pour maîtriser la cyber-influence

Innocent M'BADOUMA
Libreville/Gabon

La transformation digitale et le commerce électronique ont engendré de nouvelles habitudes d'achat mettant à contribution divers canaux de distribution. Il faut aux entreprises modifier de manière radicale leur culture interne.

En effet, les directions des ventes (B2C ou B2B) sont confrontées à l'évolution constante non seulement des besoins des consommateurs, mais égale-

ment des infrastructures internes et externes. Les fusions et acquisitions, le transfert de personnel vers des centres de services partagés et le turnover du personnel n'en sont que quelques exemples. Dans ce contexte par exemple, une force de vente efficace représente un enjeu considérable. Les synergies et une organisation commerciale à la fois flexible et axée sur les activités à valeur ajoutée sont devenues indispensables. La restructuration d'une force de vente implique de nombreux changements impor-

tants. Notamment, l'optimisation des processus (examen des activités, évaluation, indicateurs clés de performance, etc.) afin d'améliorer les performances commerciales et la gestion des changements (communication, formation, etc.).

Pour les organisations qui veulent rester compétitives à l'ère du digital, il importe d'organiser les processus métiers et l'environnement informatique. Et ce, en combinant les éléments les plus importants de l'Internet industriel, de nouvelles opportunités émergent pour les en-

treprises, à savoir les machines intelligentes.

En effet, les machines intelligentes connectent les machines, les flottes, les installations et les réseaux de production avec des capteurs avancés, des commandes et des applications logicielles connexes. Ces machines aident à effectuer une analyse avancée sur la physique, les algorithmes prédictifs, l'automatisation et l'aide à la décision à un niveau stratégique.

Pour ce faire, il faut changer radicalement la culture de l'entreprise.

Portails commerciaux

CYBER-INFLUENCE : LE PORTAIL BEARING POINT

I.M'B.
Libreville/Gabon

COMMENT développer l'influence pour vos produits, une marque ou votre entreprise? Le portail Bearing Point, animé par des experts, publie des articles de qualité qui éclairent sur les stratégies à entreprendre.

La maîtrise de la cyber-influence ou l'influence par Internet suppose la connaissance d'un certain nombre d'outils. Bearing Point estime qu'il faut mettre l'accent sur le choix des infrastructures informationnelles:

messageries, réseaux, visibilité sur les moteurs de recherche... Bref, tout un écosystème informationnel. Cela permet d'être remarquablement offensif ou défensif sur son périmètre de communication, distiller l'information aux clients ou usagers. Quatre éléments sont à prendre en compte pour assurer son influence, son image de marque et une croissance durable sur Internet à savoir : reliez vos ressources via Internet et les systèmes Cloud, collectez de grandes quantités de données et les utiliser. Il est aussi question d'optimiser (améliorer et déve-



Photo: DR

opper) votre cœur de métier en vous appuyant sur l'analyse globale de la chaîne de valeur fondée sur les données collec-

tées. Enfin, innover en développant de nouveaux business models, à travers les domaines de compétence existants.