

connexion

la newsletter d'Atos Consulting

01

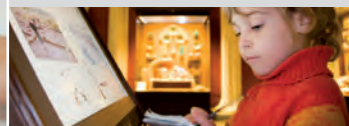
p. 2, 3 & 4 ► Actualité
Mobile 3.0 / Social CRM
La transformation
des Core Business par le mobile



p. 5 ► Conviction
Fonction Achats
Les futurs défis d'une
filière en mutation constante



p. 6 ► Marché
Secteur public
Notre vision du secteur
culturel en France



p. 7 ► Projet
Éclairage
Les SIRH, entre
convergence et subsidiarité



sommaire - juillet 2012

Édito

Aider nos clients à mener leurs transformations

par Jean-Michel DENYS, Directeur Général d'Atos Consulting France



Plus que jamais les marchés évoluent, les industries se transforment. Dans un contexte d'exigence client accrue, les transformations sont majeures, permanentes et n'ont pas d'autre choix que d'être conduites avec une grande agilité.

Que ce soit au service d'une relation client étendue - naturellement voulue multicanale - que ce soit à des fins d'optimisation des coûts et des processus, et ce sur l'ensemble des secteurs d'activité, Atos Consulting aide ses clients, quotidiennement, à mettre en œuvre ces changements et à prendre une longueur d'avance stratégique.

Forts de ces atouts, composés autant d'assets méthodologiques et technologiques que d'expertises sectorielles, nous lançons aujourd'hui une newsletter à vocation trimestrielle afin de partager expériences et convictions.

« Nous lançons aujourd'hui une newsletter afin de partager expériences et convictions. »

Parce que cette lettre se doit d'être utile aux décideurs, parce que nous voulons cette lettre stratégique et pragmatique, et parce que l'expérience de certains secteurs sera utile à d'autres, chaque numéro sera consacré à des thématiques d'actualité, à l'innovation, aux défis que doivent relever certaines fonctions ou certains marchés, ou bien encore aux grands projets.

Pour ce premier numéro, nous évoquerons la transformation digitale, socle d'une évolution significative de la relation client, l'évolution inéluctable des fonctions Achats, les multiples mutations d'un secteur parfois méconnu « le culturel », les paradoxes de grands projets dédiés aux SIRH.

Autant de thèmes variés et complémentaires qui illustrent bien la diversité de nos prestations de conseil.

agenda

27 juillet - 12 août 2012

► **Londres 2012**

Le compte à rebours a commencé ! Les Jeux Olympiques Londres 2012 approchent à grands pas. Atos, Partenaire Informatique mondial des Jeux Olympiques, travaille avec LOCOG et les autres partenaires technologiques afin de fournir plusieurs des systèmes clés pour la bonne marche de ce grand événement sportif. Atos joue un rôle crucial dans le déploiement de tous les équipements informatiques.

[En savoir +](#)

13-15 novembre 2012

► **SATIS 2012**

Halle Freyssinet - Paris

Le SATIS est l'événement français qui réunit toute la communauté de l'audiovisuel et des médias pour valoriser les innovations, les solutions et les talents. Cette année, Atos sera présent (Stand D11) et nos experts animeront l'atelier : « Comment tirer le meilleur de la combinaison de l'IT, du broadband et du broadcast ? » le mardi 13 novembre.

[En savoir +](#)

Ascent Look Out 2012+

Ces publications vous offrent un résumé sur les tendances émergentes, les obstacles et les opportunités de votre marché pour vous aider à créer votre entreprise du futur.

Découvrez notre vision de demain !

[En savoir +](#)

▶ Actualité

Mobile 3.0

La transformation des Core Business par le mobile

Le Digital Think Tank d'Atos de la rentrée 2012 sera l'occasion de partager avec les décideurs de l'Internet leurs visions de l'évolution du canal mobile. Convergence ou remplacement de l'Internet fixe ?

Les 3 étapes de l'évolution du canal mobile par les entreprises

Tout comme le passage de nos sociétés à dominante agricole et artisanale vers des sociétés commerciales et industrielles au long du 19^{ème} siècle, l'avènement des NTIC des années 1970 a modifié en profondeur les organisations. L'arrivée des usages en mobilité n'échappe pas à cette mutation qui se concentre aujourd'hui sur l'ensemble des individus et des clients à une vitesse exponentiellement plus grande que les précédentes révolutions :

- ▶ **Etape 1 (des débuts à 2010) :** premières initiatives/expériences pour comprendre les besoins des clients/utilisateurs et les spécificités du marché (technologie, distributions, ressources, ...).
- ▶ **Etape 2 (2010 - 2011) :** industrialisation des investissements pour faire du mobile un canal de relation client ou de vente complémentaire.
- ▶ **Etape 3 (depuis 2012) :** intégration du mobile dans les stratégies de croissance des entreprises pour en faire un levier de transformation du Core Model/Business.

Des secteurs d'activités en pointe

L'accompagnement de nos clients nous permet d'affirmer 3 grandes approches sectorielles de la mobilité :

- ▶ **Une approche traditionnelle : les Télécoms et la Banque** - un canal d'automatisation de la relation client supplémentaire.
- ▶ **Une approche en rupture : les Transports et la Santé** - l'opportunité d'une croissance nouvelle.
- ▶ **Une approche stratégique : le Secteur public** - un enjeu de modernisation et d'économie des services publics.

retours d'expérience

Quelques projets récents de mobilité par Atos Consulting



Automobile

Atos Consulting a accompagné un grand constructeur automobile, ainsi qu'un fabricant de pneumatiques leader sur son marché, dans la transformation de leur Business Model. **Le passage d'industriel à fournisseur de services, porté par les technologies « Smart Mobility - Connected Vehicles »**, est une démarche innovante et en rupture tant dans le développement des services et des usages que dans la transformation de l'organisation. Atos Consulting a su apporter son savoir-faire en gestion de projets, son expertise marketing sur les sujets innovants et sa force de conseil pour identifier les enjeux business et les sources de valeur à opérer.



Pharmaceutique

Atos Consulting émule ces mêmes démarches avec des interlocuteurs privilégiés d'un « Big Pharma » autour d'ateliers à thématiques business, fonctionnelles et technologiques. Nous capitalisons sur nos fortes expériences Smart Mobility pour insuffler des approches « success story » avec des interlocuteurs de tous les secteurs mais dont les spécificités de marché et métiers sont à étudier par des équipes conseil créatives et pragmatiques.



Culture

Un acteur phare de la vie culturelle en France a choisi Atos Consulting pour **assurer le rayonnement et la modernité de ses activités en s'adaptant aux nouveaux usages et aux nouvelles technologies**. La mission confiée à nos collaborateurs a été de définir la stratégie mobile de cet acteur et d'identifier les usages et services à développer par le Groupe Atos sur les solutions de mobilité aux usagers. Nous avons pu instruire les enjeux de l'organisation qui étaient d'adresser différents segments d'usagers au travers de services innovants et ainsi optimiser la connaissance client pour mieux cibler les besoins finaux.

► Actualité

Mobile 3.0

L'offre Smart Mobility du Groupe Atos

Depuis 2010, le terminal mobile est identifié comme un des leviers de la transformation des entreprises. Pour les accompagner, Atos a développé une offre et des « assets » uniques sur le marché.



Le Context Broking, une solution basée sur une plateforme de contextualisation des données pour délivrer des services à forte valeur ajoutée

Les organisations doivent à présent comprendre les clients comme étant totalement mobiles et adressables n'importe où, n'importe quand, sur n'importe quel support et avec n'importe quel contenu (concept 'ATAWADAC')... donc, dans n'importe quel contexte.

Les enjeux de la mobilité s'appuient sur cette notion de contextualisation qui permet de prendre en compte tous les éléments de définition d'une situation client/utilisateur/patient en temps réel, de l'analyser et de délivrer le service intelligent approprié à l'individu dans son contexte.

La Mobile Factory, des capacités de développement cross Operating System

L'approche industrielle de la Mobile Factory cible :

- **Le cycle de vie de production des applications mobiles,**
- **La maîtrise des coûts de production :** cross développement,
- **Un dispositif de production** adapté au projet : prototype, application, projet industrialisé.

Elle dispose d'atouts :

- **Agilité :** production d'application en moins de 6 mois, réduction des délais de vérifications.
- **Expertise :** mobile, technologie, sécurité, intégration SI.
- **Industrialisation :** de la phase de stratégie à la phase de production, de l'outillage.
- **Approche « coût / qualité » :** développement ou natif.

Dans le cadre de l'industrialisation de la filière mobile au sein des organisations, Atos possède également des studios de création et de production d'applications mobiles.

Une offre de conseil globale et intégrée

Pour répondre aux attentes clients et créer de nouveaux besoins, les organisations doivent suivre la même courbe de maturité que celle des usages et des technologies. Cette courbe s'accélère sans temps mort à une vitesse exceptionnelle. Ce choc d'évolution amène les entreprises à s'interroger sur leur modèle et à se convaincre d'une cible parfois en rupture avec leur historique.

L'offre « Smart Mobility » d'Atos Consulting propose aux organisations de penser « out-of-the-box » et les accompagne dans la transformation de leur modèle économique ainsi que sur la mise en œuvre organisationnelle et opérationnelle de ces nouveaux chantiers de stratégie mobile : comment vendre par le Mobile ? Comment maîtriser la proximité et l'intimité client en mobilité ? Comment passer d'un Core Business industriel ou de production à la fourniture de services ? Nos collaborateurs prennent également en charge le pilotage de projets mobiles innovants et le suivi de l'évolution des applications mobiles. La pôle Conseil en Management d'Atos porte enfin la mission de détecter les sources de valeur de ces transformations afin de développer les « Smart Connected & Contextual Services » supportés pour les « assets » technologiques du Groupe Atos.

En savoir +

événement

jeudi 4 octobre 2012

► Le Digital Think Tank

Le « Digital Think Tank », est un cercle de décideurs qui rassemble une communauté restreinte de Directeurs Internet des principaux secteurs qui se réunissent deux fois par an, en présence d'experts reconnus, afin d'échanger sur les grands enjeux de transformation des organisations par le mobile.

Liste des entreprises participantes :

- EDF
- La Banque Postale
- RATP
- Air France
- Pages Jaunes
- Bouygues Telecom
- Google
- ...

Sont également représentées les sociétés Michelin, Leroy Merlin et la Mobile Marketing Association France.

Pour plus d'information, contacter >>

thierry.robins@atos.net

les offres mobile

Mobile Loyalty Program :

reconsidération des enjeux de fidélisation des consommateurs par la mobilité.

Mobile Sales : intégration du potentiel de la mobilité dans les modèles de vente traditionnels.

Mobile Enterprise : industrialisation de la filière mobile dans les organisations.

Context Broking : définition de la stratégie de services mobiles connectés, identification des usages contextuels et accompagnement à la mise en œuvre terrain.

► Actualité

Social CRM

Réalité d'aujourd'hui, impératif de demain

Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+... autant de nouveaux espaces digitaux que vos clients ont investis largement. Comment rentrer dans la conversation ? Comment tirer partie de ces nouveaux espaces au bénéfice de la relation client ? Comment faire évoluer votre business model ? Autant de questions sur lesquelles nous apportons les réponses dans notre White Paper, *Social CRM - vers la Relation Client Augmentée*.

« Les marchés sont des conversations » prophétisait le *Cluetrain Manifesto* à la fin du siècle dernier. Dans cet ouvrage d'anticipation sur le marketing à l'heure de l'internet balbutiant, les auteurs insistaient déjà sur l'inexorable évolution vers un rééquilibrage de la relation de pouvoir entre l'entreprise et ses clients.

Dix ans plus tard, Paul Greenberg, considéré comme l'un des pionniers du CRM, définit l'émergence du social CRM comme étant la « réponse de l'entreprise à la prise de pouvoir du consommateur sur la conversation. » La boucle est bouclée : les consommateurs ont pris la main, les marques sont au cœur de milliers de conversations simultanées et cherchent leur voie / voix pour y participer également.

Dans l'univers éminemment fluide et mouvant des médias sociaux, le social CRM n'est pas le dernier concept marketing « tendance » ou un simple lifting du CRM classique affublé d'un adjectif à la mode. Il représente bien plutôt la prochaine étape de l'adaptation progressive de la communication et de l'organisation des entreprises et des marques à la nouvelle donne de la relation avec les consommateurs.

Avec le social CRM, l'engagement des marques sur les médias sociaux change d'échelle et de perspective. Ce qui était uniquement un sujet de communication devient également un enjeu d'organisation pour toute entreprise se revendiquant « client-centric ». Le social CRM, c'est le tissu connecteur entre les médias sociaux et les systèmes de communication internes et externes de l'entreprise. La question



© peshova - Fotolia.com

L'alliance des expertises respectives d'Atos Consulting et de Publicis Consultants, en conseil en organisation et en communication, apporte un éclairage nouveau sur la mise en place de stratégies de social CRM couvrant l'intégralité des métiers concernés.

pour les entreprises n'est plus de savoir s'il faut oui ou non s'engager sur les médias sociaux mais comment s'y engager. Pour celles qui ont déjà commencé à expérimenter, l'adaptation de leurs processus internes se fait rapidement sentir.

En somme, le social CRM vise à répondre au dilemme fondamental de rendre « scalable » un marketing à échelle humaine.

[Télécharger le White Paper](#)


► Conviction

Fonction Achats

Les futurs défis d'une filière en mutation constante

Ou comment les acheteurs sujets à des interactions avec des populations de plus en plus variées, devront être équipés d'un « Business Cockpit » extrêmement simplifiant.

Pour occuper aujourd'hui une place stratégique dans l'entreprise, la fonction Achats des entreprises a dû sans cesse s'adapter aux nouveaux enjeux qui lui ont été présentés et est ainsi passée par plusieurs stades successifs :

- **maîtrise et contrôle des dépenses,**
- **professionnalisation de la fonction Achats, et fédération des meilleures compétences** pour adresser des besoins d'achats multi-métiers, multi-géographies,
- **transformation de la fonction Achats support en « société de conseil interne »** créatrice de valeur, fonctionnant en réseaux et fédérant des écosystèmes avec les clients internes et les partenaires externes.

Cette évolution lui a permis de passer d'une fonction de gestionnaire de type « cost killer » à une fonction stratégique pour l'entreprise, conditionnant les marges. L'évolution de la fonction Achats est cependant loin d'être achevée et ses défis de demain sont déjà perçus par un certain nombre d'entreprises qui devront intégrer de nouveaux modes opératoires et des solutions innovantes.

Transformation de la Direction des Achats en Direction des Ressources Externes

Les fournisseurs les plus stratégiques sont aujourd'hui perçus comme de véritables conseils auxquels il faut « ouvrir l'entreprise ». Il s'agit désormais, d'être capable de les animer, les former, les développer, les évaluer et de

les impliquer dans l'atteinte d'objectifs (gains, compétitivité, ...).

Il est donc essentiel pour les Directeurs Achats de permettre d'intégrer cette population partenaire, pour les catégories les plus impactantes, en segmentant néanmoins les approches selon les catégories, les bénéfices attendus, le niveau d'implication dans les processus amont (« Source to Contract »), et le niveau d'automatisation des transactions dans les processus aval (« Procure to Pay »).

De nombreuses entreprises ont compris l'intérêt stratégique d'une gestion efficace de leur panel de fournisseurs, véritable actif de l'entreprise, en instaurant une collaboration basée sur une relation de confiance et une fluidité dans l'échange d'information.

Passage d'un management par objectifs à un management par la valeur

La fonction Achats a longtemps été considérée comme un seul levier de limitation des dépenses, engendrant une définition d'indicateurs de performance exclusivement axés sur des pourcentages d'économies ou sur la rationalisation du portefeuille fournisseurs. La maturité des entreprises et de leur fonction Achats évoluent. D'autres enjeux plus qualitatifs viennent désormais compléter les prérogatives de la fonction Achats, parmi lesquels la RSE (Responsabilité Sociale de l'Entreprise), le passage d'une logique de coût à une logique d'innovation et d'une logique de volume

à une logique de valeur. L'augmentation de la pertinence de la fonction Achats, la capitalisation sur la connaissance passent par la pérennisation des ressources.

Ces nouveaux enjeux nécessitent une adaptation et une évolution des moyens actuels de mesure de la performance qui devront désormais permettre d'identifier, de quantifier et de valoriser l'ensemble des gains afin d'établir la contribution globale de la fonction.

Évolution de l'outillage de la fonction Achats par l'usage d'outils de type « Social Networking »

Pour répondre à ses enjeux de demain, l'acheteur devra collaborer de façon plus réactive, fluide et rapide avec ses collaborateurs internes et externes (fournisseurs). Outre le perfectionnement dans l'usage de son outillage existant (e-Sourcing, e-Procurement, contrathèque, etc.), il devra désormais s'équiper d'outils complémentaires lui permettant de trouver la bonne personne parmi son réseau (collaborateurs, fournisseurs, partenaires et clients), de rester connecté en permanence via différents supports multimédia ou d'avoir instantanément accès à l'ensemble de ses ressources documentaires.

Nous pensons possible de mettre à disposition des populations Achats de nouveaux usages en termes de collaboration et de productivité :

- **gestion collaborative des cycles de préparation d'objectifs de gains** : solutions de « Business Social Networking » sur les processus amont pouvant fédérer les acteurs externes et internes à l'entreprise.
- **gestion segmentée des échanges de documents d'approvisionnement (commande d'achats, réception, facture, ...)**. Il n'est pas forcément utile ou économique de systématiquement intégrer tous les fournisseurs de l'entreprise sur des solutions de type place de marché, ou de leur proposer d'investir dans une solution poussée d'intégration de flux.

L'offre Procurement d'Atos Consulting adresse toutes les dimensions d'un déploiement de stratégie Achats. Notre mission est de mettre en œuvre ces stratégies porteuses de résultats, en proposant des solutions métiers innovantes et adaptées aux enjeux réels.

► Marché

Secteur public

Notre vision du secteur culturel en France

Confronté à de multiples enjeux de performance et de restriction budgétaire sans perdre de vue les objectifs d'ouverture et de « culture pour tous », le secteur vit la nécessité de se transformer pour intégrer des concepts de pilotage projet, gestion des risques ou technologie et poursuivre sa vocation.

Stimulés par l'accroissement du niveau de vie, d'éducation, du temps de loisirs, des techniques et des technologies qui favorisent – tout à la fois – les déplacements et les pratiques culturelles et touristiques et l'accès numérique statique ou mobile aux grandes collections nationales, les établissements culturels, centres d'archives, bibliothèques, et notamment les musées se trouvent au cœur d'une évolution qui les fait passer de lieux culturels souvent réservés à une certaine élite au statut de lieu de loisirs. Ce nouvel engouement se traduit par une forte augmentation de la fréquentation, une extension des publics, une nouvelle appétence aux produits « dérivés ». Parallèlement, les opérateurs comme l'ensemble du secteur public doivent, au titre des réformes, faire face à d'importantes transformations dans un contexte paradoxal : leurs ressources ne progressent plus, leurs personnels décroissent alors que l'engouement du public augmente et que la demande quantitative et qualitative croît largement sous la forme de contrats du type convention d'objectifs, programme de performance, etc. Cette tendance est appuyée par la démonstration qu'offre la courbe des visites en constante hausse et ce alors que la conjoncture en France et dans le monde n'y semble pas propice et que les réformes imposent d'optimiser les processus, de diminuer les coûts et de rationaliser les moyens. Pour les avoirs accompagnés dans leurs projets de transformation, nous pouvons établir un bilan des principales mutations observées au sein des opérateurs du secteur culturel :

- **L'adhésion aux techniques de pilotage des projets et programmes de transformation**
Elles passent par l'apprentissage de la gestion en mode projet et de fait par la dissociation des activités métiers quotidiennes de ce



© Pavel Loevsky - Fotolia.com

nouveau fonctionnement. Nous constatons la mise en place et le suivi d'indicateurs de coûts, de budgets et de risques avec pour objectif une meilleure maîtrise globale. L'adoption de ces pratiques démontre le paradoxe du secteur qui, dans sa réalisation de projets artistiques et de grands programmes d'exposition, doit maintenant s'approprier de nouvelles compétences.

- **La perception plus précise du rôle central du système d'information et de son intégration**
Nos missions auprès des opérateurs en charge des grands projets ont souvent pour objectif la définition stratégique puis opérationnelle des systèmes d'information tant métier que support via la réalisation de leur schéma directeur. Il résulte de ce type d'approche, permettant une évolution modulaire assez aisée, une meilleure maîtrise de l'investissement et de sa répartition pluriannuelle.
- **La veille attentive sur l'évolution des technologies**
De nombreuses initiatives prouvent le grand intérêt des opérateurs pour les nouvelles technologies. Nous avons pu vivre des projets ambitieux, innovants tels que la

création de systèmes d'une taille largement hors du commun, la numérisation où les volumes sont un réel défi ou encore la mise en œuvre de la mobilité culturelle, véritable atout permettant d'enrichir les expositions et de fidéliser l'audience.

- **L'adaptation des ressources humaines aux nouveaux métiers d'accueil, de médiation et de sécurité-sûreté**
La mise en place de la Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences dans le monde culturel a permis d'initier des réflexions sur l'évolution des filières métiers, de donner aux établissements les moyens de se projeter à moyen terme pour connaître et dimensionner leurs besoins, tant quantitatifs que qualitatifs.
- **La capacité à avancer de façon délibérée vers des logiques d'externalisation**
Remettre en question la gestion des fonctions supports et conclure à leur externalisation est certainement une initiative commune à l'ensemble du Secteur public. Cet aboutissement permet aux opérateurs de recentrer leurs équipes sur le cœur de métier. Au niveau culturel, on constate ainsi

...

que des fonctions supports telles que la construction, l'exploitation, la maintenance et la sécurité-sûreté sont souvent externalisées. Chacune de ses mutations répond aux enjeux majeurs des opérateurs culturels contraints par les contrats de performance et par leurs propres difficultés métier. Aussi, l'ensemble des acteurs doivent non seulement faire face à cette actualité économique mais également se préparer pour répondre à de nouveaux enjeux et opportunités.

Citons, par exemple, l'Open Data dont l'origine légale impose aux collectivités la diffusion et la mise à disposition des données publiques pour tous. Cette modernisation oblige les acteurs à repenser et réorganiser leurs services de gestion et de production des données.

► **La Mobilité Culturelle**

Elle constitue également une nouvelle opportunité et désigne la capacité de réinventer l'accès et la valorisation du patrimoine en exploitant les technologies de réalité augmentée ou de « serious gaming » à partir des objets mobiles, téléphones portables, tablettes, etc., sans quitter l'univers des réseaux sociaux et – mieux – en leur ajoutant une dimension nouvelle. Ses enjeux sont la fidélisation des publics actuels et surtout la conquête de nouveaux publics souvent plus jeunes, grâce à un renouveau du discours sur l'art et la connaissance.

► **Projet**

Éclairage

Les SIRH, entre convergence et subsidiarité

Dans un contexte d'efficience accrue de la fonction Ressources Humaines et d'augmentation des attentes des managers et des salariés, il n'est pas exagéré d'affirmer que les acteurs de la fonction RH sont soumis à des injonctions contradictoires et pour le moins paradoxales.

Ce sont d'ailleurs ces interrogations qui ont été mises en lumière par la récente étude PAC 2011 qui posait les questionnements suivants :

- Comment augmenter la productivité des activités de gestion tout en créant de la valeur ajoutée pour ses différents clients ?
- Comment anticiper, recruter et fidéliser les compétences requises à l'heure des départs massifs en retraite ?
- Comment faire de l'informatisation un levier de professionnalisation et d'adaptation aux changements du marché ?
- Comment responsabiliser les collaborateurs et les managers sur les tâches Ressources Humaines qui leurs sont dévolues ?
- Comment « aligner » le SIRH (Système d'Information Ressources Humaines) sur une réglementation complexe et en évolution fréquente ?

Une réponse opérationnelle et pertinente à ces enjeux peut être apportée par la transformation RH que conduit une administration financière.

Celle-ci s'est donné un objectif clair : mettre en œuvre et déployer un SIRH unique et commun pour l'ensemble de ses directions à destination des 180 000 agents, des milliers de gestionnaires et managers, des centres d'expertise et des centres de services partagés.

Il s'agit en effet pour cette administration de prendre en compte d'une part les effets de la LOLF (loi organique relative aux lois de finances), d'autre part les RGPP (révisions générales des politiques publiques) qui ont conduit à rationaliser la gestion des Ressources Humaines et notamment « la chaîne de traitement RH-paie de l'Etat » et à poser les bases du futur ONP (opérateur national de paie).

Dès lors, l'administration financière concernée s'est donné trois axes :

- Simplification et harmonisation des actes de gestion recouvrant ainsi les processus mais aussi les pratiques propres aux différents services et directions de cette administration.
- Passage progressif des trois SI existants à un SI unique, partagé et à l'état de l'art, permettant de répondre aux besoins de l'administration notamment en termes de rôles et de responsabilités.
- Réorganisation optimisée de la fonction RH avec en premier lieu la mise en place de Centres de Services Partagés mais aussi une grille de lecture plus claire des rôles et responsabilités des experts et des managers.

Atos Consulting accompagne cette transformation au titre de l'AMOA (Assistance à Maîtrise d'Ouvrage) et mobilise l'ensemble de ses compétences :

- **La connaissance des SIRH et de leur environnement technique** que ce soit au titre des interfaces ou des déploiements ;
- **La connaissance du métier RH en termes d'analyse de processus**, de prise en compte du contexte réglementaire et statutaire, de collecte et de partage des bonnes pratiques ;
- **L'expérience des grandes transformations et des déploiements** pour les grandes organisations publiques et privées ;
- **La maîtrise et la pratique de la conduite du changement** dans des contextes multidirectionnels.

Enfin, les équipes d'Atos Consulting s'appuient sur un dernier atout : leur enthousiasme et l'envie de participer à la modernisation de l'Etat et à la transformation RH de l'un des tous premiers employeurs publics.

À propos d'Atos

Atos, acteur international des services informatiques avec un chiffre d'affaires annuel de 8,5 milliards d'euros et 74 000 collaborateurs dans 48 pays, fournit à ses clients du monde entier des services transactionnels de haute technologie, des solutions de conseil et de services technologiques, d'intégration de systèmes et d'infogérance.

Grâce à son expertise technologique et sa connaissance industrielle, il sert ses clients dans les secteurs suivants : Industrie, Distribution & Services, Secteur Public, Santé & Transports, Services Financiers, Télécoms, Médias & Technologie, Energie & Utilities.

Atos délivre les technologies qui accélèrent le développement de ses clients et les aident à réaliser leur vision de l'entreprise du futur. Atos est le partenaire informatique mondial des Jeux Olympiques et Paralympiques.

Le Groupe est coté sur le marché Euronext de Paris et exerce ses activités sous les noms d'Atos, Atos Consulting & Technology Services, Atos Worldline et Atos Worldgrid.

Atos Consulting est le pôle conseil d'Atos Consulting & Technology Services du Groupe Atos avec 6 500 consultants dans le monde.

Atos Consulting, conseil en management, est partenaire des grandes transformations. Atos Consulting accompagne ses clients sur tout le cycle de réalisation du projet : de la définition de la stratégie jusqu'à la mise en œuvre des solutions.

Nos interventions relèvent de cinq domaines :

- **Stratégie** : fusion-acquisition, stratégie post-intégration, diagnostic stratégique, plan de développement stratégique, plan de développement stratégique moyen terme, projet d'entreprise...
- **Organisation et processus** : audit organisationnel, benchmark de productivité, re-engineering de processus...
- **Systemes et technologies** : stratégie informatique, schémas directeurs, expression des besoins, sélection de progiciels, conception fonctionnelle et déploiement, assistance au démarrage...
- **Gestion des hommes** : conduite du changement, développement des compétences, management de la performance, formation, transformation de la fonction RH...
- **Coordination et gestion de projets** : pilotage, animation, assistance à maîtrise d'ouvrage...

Nos expertises

En plus de la connaissance approfondie des marchés sur lesquels nous évoluons, nous disposons de lignes d'expertises transverses dont des centres d'excellence européens, pôles de recherche et de capitalisation au sein du réseau global Atos Consulting :

- **Gestion de la relation client et Marketing**
- **Transformation digitale et canaux interactifs**
- **Entreprise numérique et innovation collaborative**
- **Finance et pilotage de la performance**
- **Achat et Supply Chain Management**
- **Stratégie et Gouvernance des Systèmes d'Information**
- **Programmes de transformation complexes**
- **Ressources Humaines et Conduite du changement**

Ces lignes d'expertises et centres d'excellence permettent à nos clients de bénéficier de méthodologies éprouvées, d'échanges d'expériences et d'une vision internationale sur des domaines majeurs du conseil.

Nos engagements

- **Prendre une longueur d'avance stratégique**
Anticiper les évolutions (marchés, clients, technologies, nouvelles concurrences), mettre le client au cœur de la réflexion stratégique de l'entreprise, construire des stratégies de croissance rentable par la valeur ajoutée, l'innovation et la compétitivité.
- **Construire le socle de l'excellence opérationnelle**
Concevoir et mettre en œuvre une organisation simple et efficace, des processus opérationnels fondés sur les meilleures pratiques, un système de management qui focalise toute l'organisation sur les résultats attendus, une culture d'excellence qui influence les comportements au quotidien et supportent la stratégie.
- **Faire de la technologie une force**
Améliorer la productivité, réussir la mondialisation, maximiser la collaboration et la valeur ajoutée du capital humain, inventer les services et les modes opératoires de demain.
- **Faire de la motivation le moteur de la performance**
Orienter le management, la fonction RH et les efforts de conduite du changement autour d'une finalité première : produire de la motivation à grande échelle. Réussir le changement et les grandes transformations par la prise en compte en amont des facteurs de motivation et d'adoption.

nous contacter

Banque et Assurance

► **Marie-Frédérique Naud**
marie-frederique.naud@atos.net

Secteur Public

► **Yves Duplaix**
yves.duplaix@atos.net

Energy & Utilities

► **Frédéric Payer**
frederic.payer@atos.net

Retail

► **Laurent Gervais**
laurent.gervais@atos.net

Manufacturing & Services

► **Eric Hugny**
eric.hugny@atos.net

Transport

► **Xavier Hostein**
xavier.hostein@atos.net

Telecommunications, Media & Technology

► **Laurent Gervais**
laurent.gervais@atos.net

connexion 01

Direction de la publication : Marie-Frédérique Naud (Atos Consulting), Marie Iserbijit, Goska Moll (Marketing France, Atos).

Rédacteur en chef : Marie-Frédérique Naud

Comité éditorial : Jennifer Arnicot, Christophe Bertrand, Yves Duplaix, Jean-David Faure, Aurélien Gué, Marie-Frédérique Naud, Eric Lévy-Bencheton, Thierry Robin, Guillaume Tailhardat (Atos Consulting).

Design : TZBH/Paris