**Thème 3 : Information et intelligence collective**

***explication de texte :***

Que signifie pour vous les mots clés du chapitre ?

**Information intelligence collective**

Données compétences groupe,

Mots (signes) qualifications **à plusieurs, ensemble**

Chiffres **individus**

Connaissances savoirs **PARTAGE**

Savoirs capacités

Nouvelles **UTILISATION DES**

**Échangée entre les INFORMATIONS**

COMMENT PARTAGE -T-ON L'INFORMATION ? Évolutions majeures ?

Outils numériques

**Acteurs → communication**

***Trois questions de gestion du thème 2 :***

**En quoi les technologies transforment-elles l'information en ressource ?**

**Comment le partage de l'information contribue-t-il à l'émergence d'une « intelligence collective » ?**

**Les systèmes d'information façonnent-ils l'organisation du travail au sein des organisations ou s'y adaptent-ils ?**

**Objectifs du thème**

**Appréhender le rôle majeur de l'information dans la gestion des organisations, les opportunités et les risques que génèrent les formes et modalités de communication et de collaboration avec le numérique, l'impact de l'informatisation des processus de gestion.**

**Chapitre 5 : En quoi les technologies transforment-elles l’information en ressources ?**

## http://www.job.nc/sites/default/files/styles/thumb-company/public/logo-sopema-cuisineconverti_0.jpg?itok=ykaUARr_CONTEXTE*:* Le Groupe SOPEMA

Distributeur de **produits de construction, d’aménagement, de décoration et d’équipement de la maison et du jardin**, le Groupe SOPEMA (SOciété de PEinture, Matériel et Application) est devenu le pôle commercial incontournable de Ducos, zone commerciale de Nouméa en Nouvelle Calédonie.

La stratégie du Groupe SOPEMA s’inscrit dans une logique de complémentarité d’offres.

Le Groupe regroupe **6 enseignes à forte notoriété**, chacune répondant à un marché spécifique :

* GITEM : Electroménager, Image, Son, Multimédia
* ATLAS : Ameublement, Literie, Décoration
* BRICORAMA : Bricolage, Décoration, Jardin, Bâti
* SOPEMA : Carrelage, Sanitaire
* Cuisines SCHMIDT – CUISINELLA : Cuisine

Le Groupe SOPEMA, c’est à la fois un site d’achat en ligne www.groupesopema.nc mais également un réseau de magasins présents à Nouméa en Nouvelle Calédonie.

Chaque semaine, sur près de 12 000 m2 de surface de vente et 10 000 m2 d’espace de stockage, c’est plus de 100 collaborateurs qui partagent leur passion et leur savoir-faire avec l’ensemble de nos clients, de l’amateur éclairé au professionnel averti.

1. Source : <https://www.groupesopema.nc/>

Gabriel est conseiller clientèle depuis 2 ans dans le pôle CUISINE. Lorsqu’il accueille un client en magasin, il lui propose une offre complète : aide à la conception du projet de cuisine, solution de pose, financement, livraison. Il est donc amené à traiter de multiples informations.

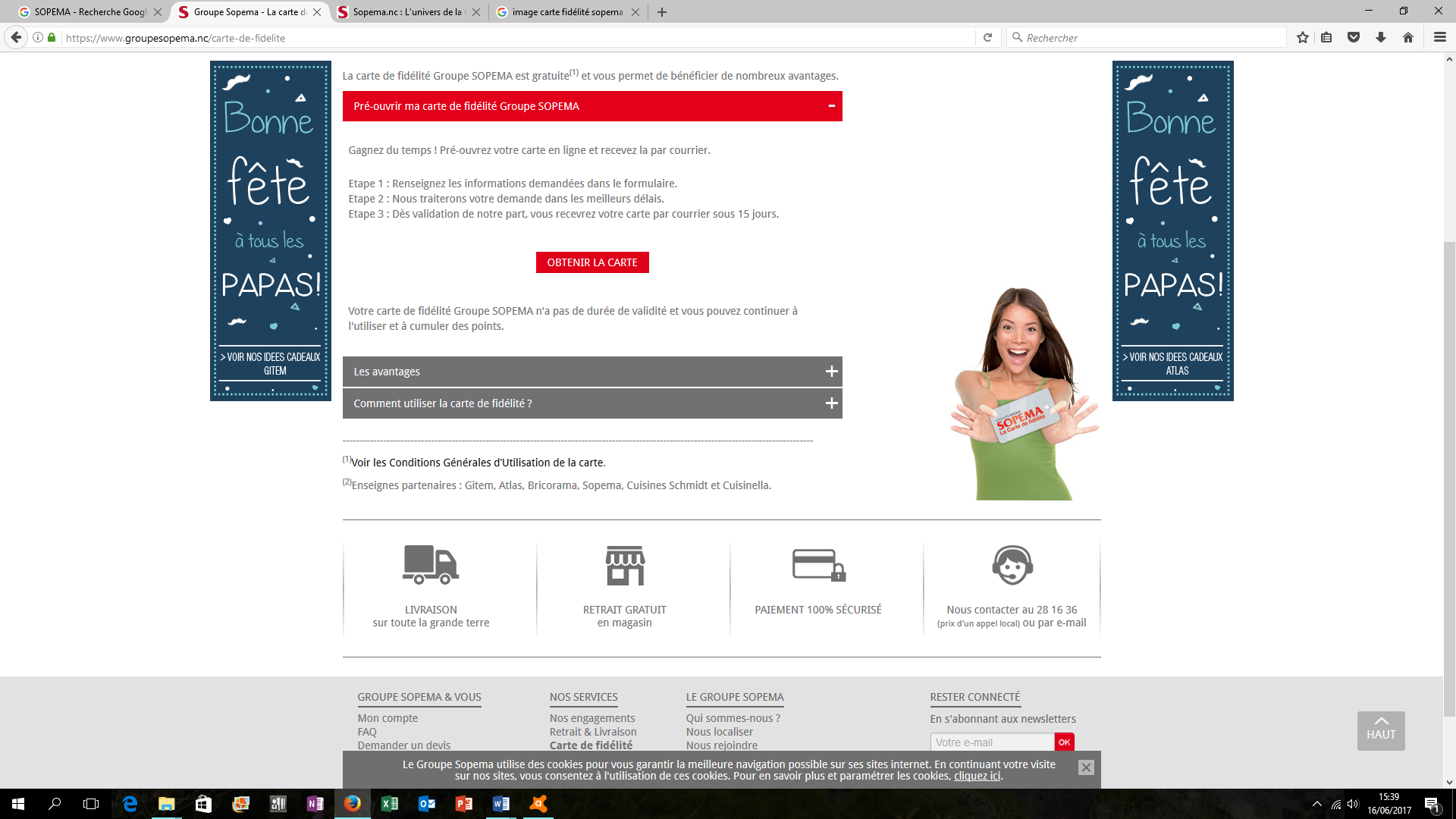
La SOPEMA distribue deux enseignes de cuisines de renommées :

### Cuisines SCHMIDT, coupe design, finitions soignées, matériaux de qualité

### CUISINELLA, des cuisines qui donnent envie

Les cuisines sont réalisées sur mesure dans un atelier de production en France métropolitaine. La commande prend environ quatre mois entre la construction et l’acheminement en Nouvelle Calédonie. C’est pourquoi, SOPEMA a quelques modèles standard en stock pour les clients « pressés ».

Le groupe SOPEMA propose également d’effectuer la pause de la cuisine chez les particuliers ou les professionnels.



Documents nécessaire au financement :

* Une pièce d’identité
* Une facture EEC
* Un RIB
* Un avis imposition sur le revenu

**Activité introductive**

*Q1- Déterminer quelles informations Gabriel devra recueillir auprès du Client pour concevoir un projet de cuisine jusqu’à son installation.*

*Di*mensions de la cuisine, équipements, aménagements envisagés, possibles., délais pour la réalisation des travaux, disponibilités des clients.... *Pièce d'identité, facture EDF..., RIB, Avis d'imposition ou dernier BS*

*Toutes ces informations sont EXTERNES à l'organisation, c'est à dire qu'elles proviennent d’une source externe, donc qu'elles ne sont pas produites par l'organisation. Ici la source d'information, c'est le client ou et proviennent d'autres organisation (Administrations, banques, ...).*

*Q2- Lister les outils informatiques et supports numériques que va devoir utiliser Gabriel pour conserver et communiquer les informations recueillies.*

*Outils informatiques : ordinateurs, tablettes, imprimante ...*

*Supports : logiciels de conception des cuisines (plan 3 D), logiciel de facturation, devis, stock...*

*Q4- Gabriel pourrait-il proposer une cuisine aménagée de qualité sans toutes ces informations ?*

*Non, car sans ces informations, Gabriel ne peut pas connaître les besoins que son client cherche à satisfaire. Or un produit de qualité est précisément un produit qui répond parfaitement au besoin du client.*

**Activité 1 repérer l'origine d'une information et les étapes de sa transformation**

Capacité : repérer l'origine d'une information et les étapes de sa transformation (de la donnée à l'information, de l'information à la connaissance et à sa transmission) ;

**Notions :** (Donnée, information et connaissance)

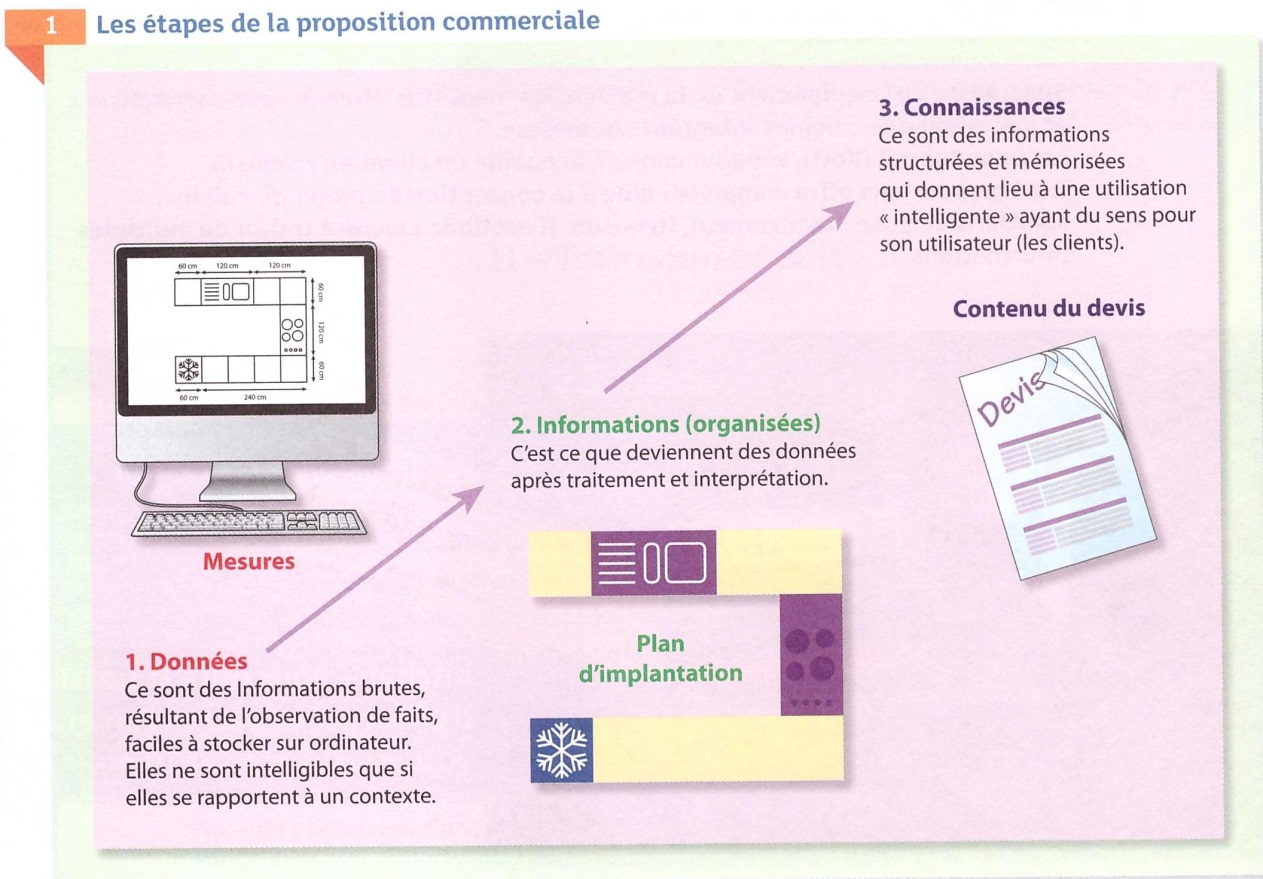
**Support :** schéma présentant la création d’un DEVIS à partir des données recueillies auprès du client.

Contexte :

Mme et M. Ricci ont choisi un modèle de cuisine VEGA PREM’S. Ils demandent quelques conseils à Gabriel. A l’aide d’un logiciel spécifique, Gabriel saisit différentes informations (dimension de la cuisine, nom du modèle, références des composants choisis) et assemble les éléments. Il propose ensuite à ses clients un plan d’implantation adapté à leur demande. Enfin, il édite le devis. M. et Mme RICCI acceptent le devis en le signant avec la mention Bon pour accord. Pour lancer la production de la cuisine de la marque Cuisinella en France métropolitaine, M. et Mme Ricci doivent verser un acompte de 50% du montant de la facture qui leur est présentée.

A la réception de la cuisine sur le territoire calédonien, ils recevront du responsable installation une lettre commerciale leur précisant la date à laquelle les travaux de pose débuteront.

**Document 1 : Les étapes de la proposition commerciale**



Q1 Quelles sont les données recueillies et saisies dans le logiciel par Gabriel ?

*Ce sont des informations brutes données par le client : les dimensions de la cuisine du client, le nom du modèle de meuble, les références des équipements.*

Q2 A quel moment, les données se transforment-elles en informations ?

*Lorsqu’elles sont décodées et organisées, ici, pour produire un plan d’aménagement.*

Q3 Quelles sont les informations qui au final, ont du sens pour le client et deviennent ainsi des connaissances ?

*Les prix des meubles, des équipements et de la pose, la date de livraison deviennent pour le client des connaissances qui l’aident à décider.*

Q4 Qu’est ce qui a permis la transformation des données brutes en connaissances ?

*Le traitement, l’organisation et la mémorisation de l’information grâce à des logiciels, du matériel informatique (ordi, imprimantes…) les compétences du conseillers clientèle*

**VERS LA SYNTHÈSE**

Décrire le processus de transformation d’une donnée en information dans une organisation.

*Les données sont des informations « brutes », sans utilité immédiate.*

* *Elles peuvent être enregistrées dans un ordinateur, stockées.*
* *Faciles à manipuler, elles pourront faire l’objet de traitements (servir, par exemple, à des calculs).*
* *Pour être utilisables PAR LES DIFFERENTS SERVICES, les données doivent faire l’objet d’un traitement qui les rende lisibles. Elles peuvent prendre une forme chiffrée (pourcentages, moyennes, statistiques…) ou imagée (schéma, graphique…).*
* *Quand elles sont organisées et interprétées dans un contexte donné, les données se transforment en informations. Elles deviennent des connaissances : La connaissance est l’utilisation « intelligente » qui est faite de l’information.*

*Dans la pratique, il est difficile de déterminer exactement à quel moment les données deviennent information et à quel moment l’information devient connaissance.*

**Activité 2 : mesurer l’importance de la qualité de l’information pour une communication efficace.**

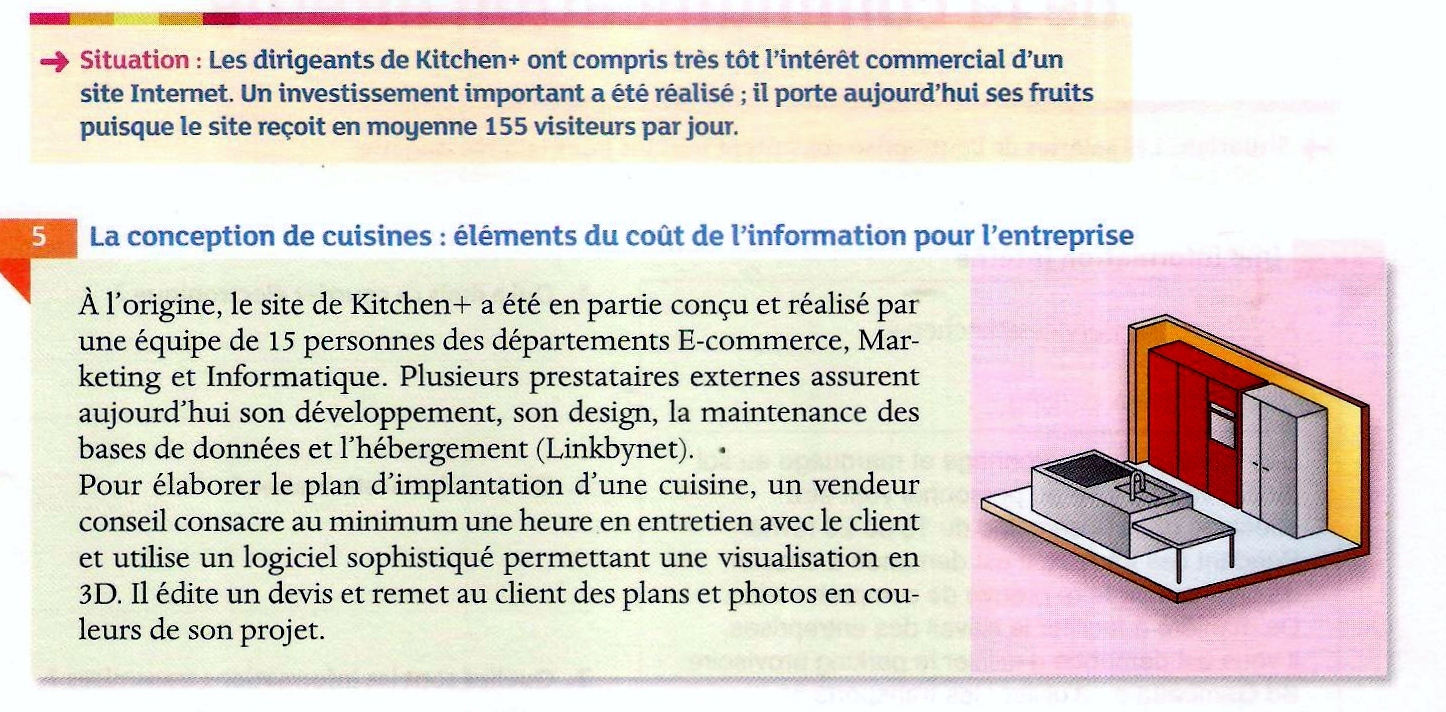
**Capacité :** mesurer le rapport information /communication dans le contenu d'un message ;

**Notions :** (Information et communication interne et externe, Rôles, accessibilité et valeur de l'information)

**Supports :** Analyse et évaluation d’un devis, d’une facture, d’un plan 3 D, et d’un état de stock comme support de communication.

Contexte :

Les dirigeants de SOPEMA ont compris très tôt l’intérêt commercial d’un site internet. Un investissement important a été réalisé ; il porte ses fruits aujourd’hui puisque le site reçoit en moyenne 155 visiteurs par jour. Grace à ce site, les clients peuvent consulter le catalogue, commencer à monter leur projet et retrouver tous les documents liés à leur commande : plan, devis, facture, état de la commande…

A l’origine, le site de SOPEMA a été en parti conçu et réalisé par une équipe de 5 personnes des services commerciaux et informatiques. Plusieurs prestataires externes assurent aujourd’hui son développement, son design et sa maintenance.

Pour élaborer le plan d’implantation d’une cuisine, un conseillers clientèle consacre au minimum 2 heures d’entretien avec le client et utilise un logiciel sophistiqué permettant la visualisation en 3 D. Il édite un devis et remet au client des plans et photos en couleur de son projet.

SOPEMA fourni également les équipements sanitaires et électroniques : évier, plaques four, etc… Ces éléments sont en stock sur le territoire. Avant de valider le projet, le conseiller doit vérifier l’état des stocks sur le Logiciel de Gestion commercial de l’entreprise. Il y a parfois des différences entre les stocks physiques et informatiques. Si le matériel n’est pas en stock, il doit faire une commande exceptionnelle qui lui prend entre 30 et 50 minutes, sans parler des frais de port plus élevés que dans les commandes classiques.

**Document 2 : Mail envoyé par M. et Mme RICCI**

Objet : demande de devis cuisine

Madame, Monsieur,

Nous avons actuellement le projet de refaire notre cuisine et nous aimerions que vous nous transmettiez un devis chiffré.

Nous souhaiterions acheter une cuisine toute équipée, avec de beaux meubles blanc ou couleur taupe, dont un grand casserolier. Nous souhaitons des poignées de portes en inox. Les poignées de notre précédente cuisine étaient bois et elles sont toute pourries.

La cuisine fait à peu près 3m de large pour 4 mètres de long et nous souhaitons équiper seulement 2 murs de la cuisine.

Pour les appareils électroménagers, nous exigeons des marques réputées et à la pointe de la technologie.

Merci de prévoir également la pose de la cuisine.

Nous vous prions de nous faire parvenir le devis à l’adresse mail suivante : m.et.mme.ricci.forever@lagoon.nc.

Nous restons à votre disposition pour répondre à toutes questions éventuelles.

Veuillez agréer Madame/ /Monsieur, mes salutations respectueuses.

M. et Mme RICCI

**Document 3 : Extrait d’un entretien téléphonique et d’un devis.**

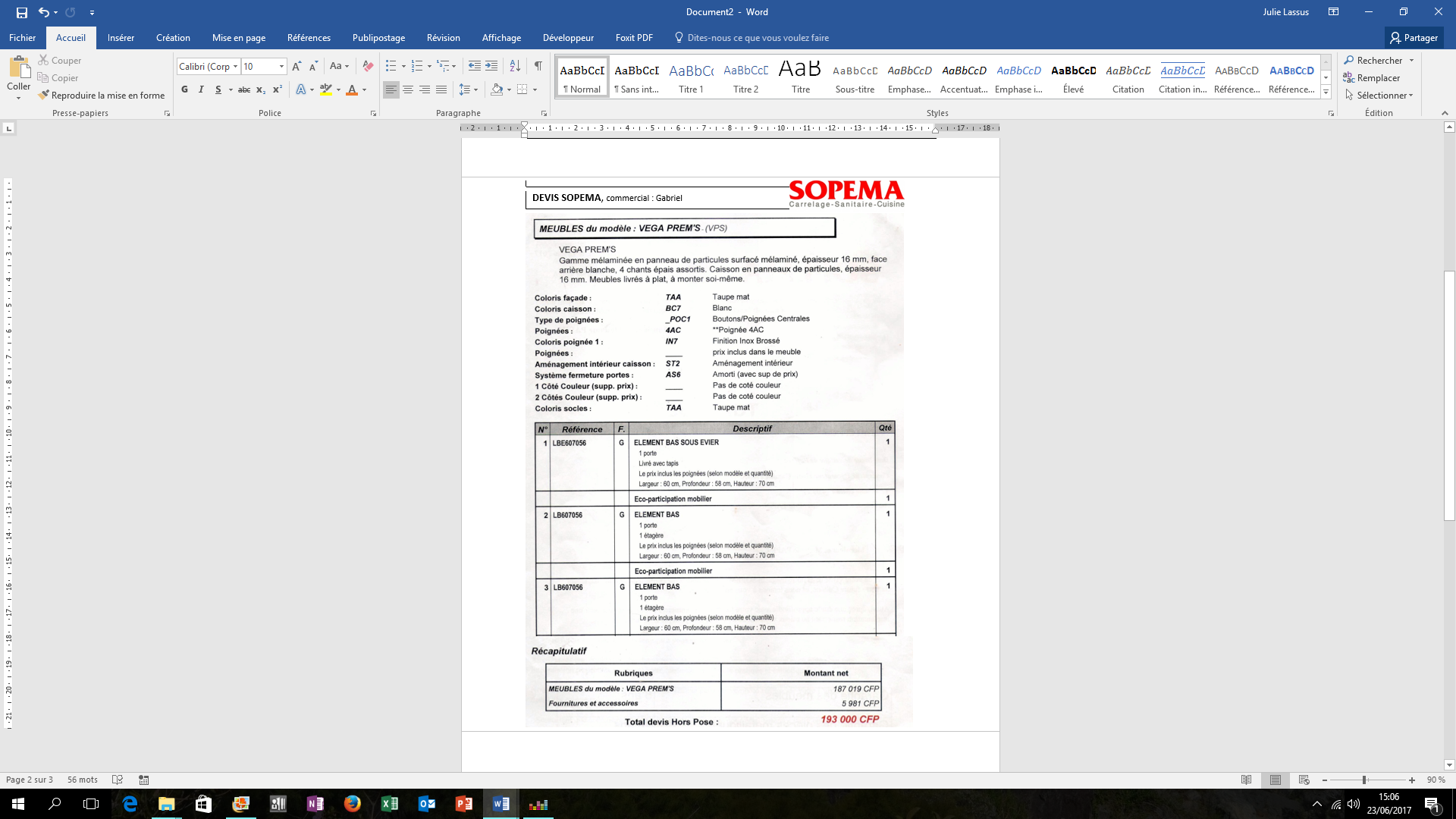
« […]  
***Gabriel****:* Comme dit précédemment Mme Ricci, je vais avoir besoin de quelques informations complémentaires pour pouvoir réaliser votre devis. Tout d’abord, il me faut les dimensions exactes de votre cuisine.

***Mme RICCI****:* D’accord, je vais demander à mon mari de mesurer tout ça et je vous les transmets par e-mail avec un plan.

***Gabriel*** : Au niveau des placards, vous voulez ajouter des éléments hauts ?

***Mme RICCI*** : Effectivement, nous avons 4 meubles en hauteur dans notre cuisine actuelle mais il faudrait en mettre sur la totalité des 2 murs, je n’ai plus assez de place pour mes confitures et mes sauces tomates maison.

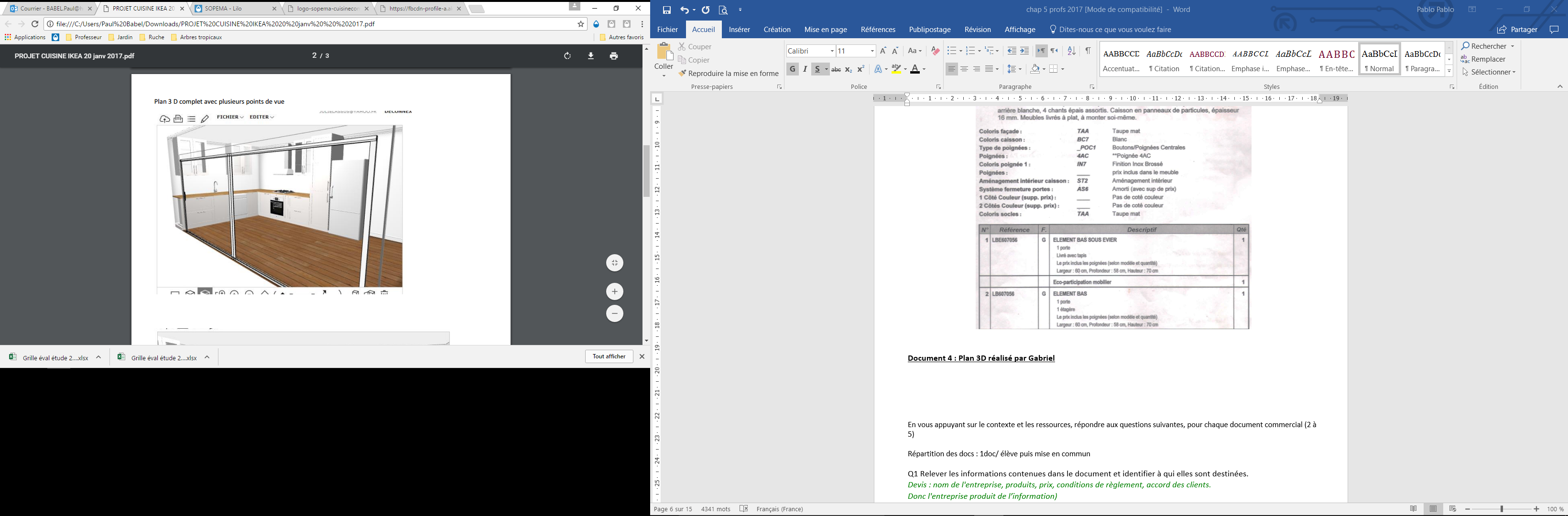
***Gabriel****:* Très bien… Egalement, souhaitez-vous un évier simple ou double ? et quel type ? nous pouvons vous proposer des éviers en matières plastique, en inox et en céramique.

***Mme RICCI****:* Oh oui un évier double, on pourra faire la vaisselle en duo avec mon mari !! » […]

Extrait du Devis Réalisé après l’entretien

Ce devis ne comprend ni l’électroménager, ni les accessoires (évier, robinet...), ni la pose.

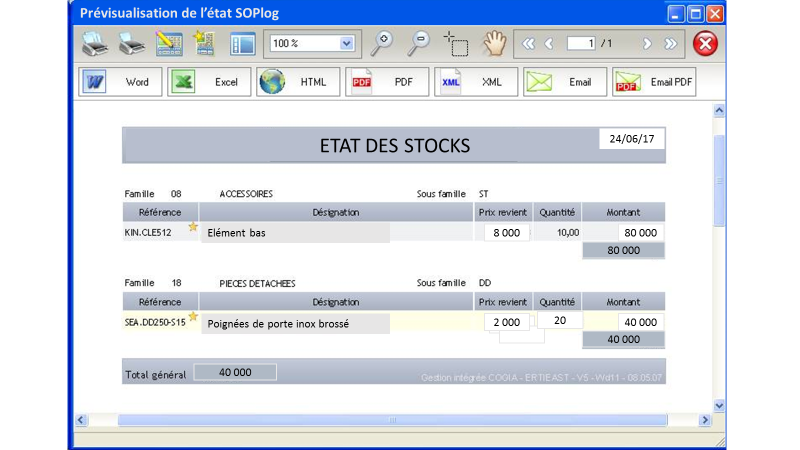
**Document 4 : Plan 3D réalisé par Gabriel**



Extrait du mail accompagnant le plan :

*« Voici le plan réalisé suite à notre entretien et qui correspond au devis que vous avez reçu par mail. J’ai rajouté la baie vitrée sur le plan comme vous me l’avez demandé. »*

**Document 5 : Extrait de l’état des stocks, secteur cuisine de SOPEMA**



Extrait d’un dialogue entre Gabriel et Gérard Boon, responsable des stocks.

***« Gabriel****:* Es-tu sûr du nombre de poignées de porte inox brossé ? Parce que j’ai plusieurs commandes en cours et je veux être sûr des délais que je propose aux clients. La dernière fois, j’ai dû faire une commande spéciale et faire venir ces fichues poignées par avion. Ça nous a coûter bonbon !

***Gérard****:* Je suis justement en train de faire un inventaire tournant… et attends, je crois que j’ai le nombre de poignées compté par les magasiniers dans le doc… ça y est j’ai trouvé : il y en a 50 !

***Gabriel****:* Oui, donc là, j’ai carrément de la marge… et toi, ton stock informatique est à mettre à jour d’urgence ! Bon courage ! »

⇨ Étape 1 : Analyse individuelle

* **Répartir les documents 2, 3,4 et 5 entre les membres du groupe**
* **Analyser les documents à l’aide des questions 1, 2,3**

Q1 Relever les informations contenues dans le document et identifier à qui elles sont destinées.

*Devis : nom de l'entreprise, produits, prix, conditions de règlement, accord des clients.*

*Donc l'entreprise produit de l’information)*

*(Au client – aux différents services de l'entreprise : stock, atelier de production, livreur, poseur, comptabilité... Donc l'information sert à être diffusée)*

Q2- Repérer les éléments qui entrent dans le coût de l'information mise à disposition du client ?

* *Le coût matériel : il prend en compte le matériel nécessaire au traitement de l’information (téléphone, fax, photocopieurs, ordinateurs, imprimante).*
* *Le coût humain : il représente le temps passé par les salariés ou prestataires à collecter, trier, archiver, reproduire, transmettre l’information.*

Q3. Évaluer la qualité des informations contenues dans les documents à l’aide du tableau et de la ressource ci-dessous.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ☺ 😐 ☹ | justifications |
| Actualité |  |  |
| fiabilité |  |  |
| Pertinence |  |  |
| Accessibilité |  |  |
| Coût |  |  |

***Ressource : Evaluation de la qualité de l’information***

**Actualité** : de quand date l’information ? Le site est-il mis à jour régulièrement ?

**Fiabilité** : La source, c’est-à-dire la personne ou l’organisation qui émet cette information est-elle connue ? A-t-elle des compétences dans la matière ? S’agit-il d’un blog ? D’un WIKI ?

**Pertinence** : Les informations présentées donnent-elles des réponses à mes questions ? Totalement ? Partiellement ?

**Accessibilité** : Est-ce que le document est compréhensible ? Est-ce que je me repère facilement sur le site (plan, indexe, moteur de recherche ?) ? Bref, est ce que je trouve facilement les informations qui m’intéressent

⇨ Étape 2 : Mise en commun

* **Mettre en commun vos analyses, compléter la matrice ci-dessous et publier votre travail sur le Drive.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Critères d'évaluation  ☺ 😐 ☹ | | | | Justifications |
| Documents | Actualité | Fiabilité | Pertinence | Accessibilité |  |
| **Document 2 : Mail envoyé par M. et Mme RICCI** |  |  |  |  |  |
| **Document 3 : Extrait d’un entretien téléphonique et d’un devis.** |  |  |  |  |  |
| **Document 4 : Plan 3D réalisé par Gabriel** |  |  |  |  |  |
| **Document 5 : Extrait de l’état des stocks, secteur cuisine de SOPEMA** |  |  |  |  |  |

**VERS LA SYNTHÈSE**

1. En quoi, l'information est un élément clé de la communication interne et externe de l’organisation ?

***L’information est le contenu de la communication.*** *La communication va donc permettre à l’information d’être diffusée. Sans la communication, l’information ne pourra pas être utilisée. L’information va avoir des destinataires différents, et donc être :*

* *un vecteur de communication interne quand elle s’adresse à des personnes faisant partie de l’organisation : collaborateurs, supérieurs, subordonnés, services… ;*
* *un vecteur de communication externe quand elle s’adresse à des personnes extérieures à l’organisation : clients, fournisseurs, partenaires institutionnels, grand public…*

***C'est donc un élément clé de l'échange, qui a un rôle majeur dans la communication interne et externe de l'organisation.***

2. Listez et expliquez les différents éléments qui donnent de la valeur à l'information

*1/* ***l’accessibilité*** *de l’information qui dépend de :*

* *de la nature de l’information. Par définition, les informations internes sont plus accessibles que les informations externes car elles peuvent être mises plus facilement à disposition de son utilisateur.*
* *de son statut. On distingue : les informations confidentielles, les informations diffusables soit sous certaines conditions (ex : après paiement pour obtention de l’information), soit à tout public (ex : publicité, site Web, plaquette de présentation…).*
* *de sa rapidité d’accès : celle-ci dépend du détenteur de l’information, du lieu où elle est stockée, de l’organisation du stockage.*

*2/ La* ***fiabilité de la source*** *d'information est essentielle pour mesurer* ***l’exactitude*** *de l’information. Celle-ci s’apprécie notamment en fonction de l’auteur de l’information. Les informations internes sont en générale plus fiables que les informations externes.*

*3/* ***l’actualité de l’information****: l’information doit être* ***récente*** *et* ***mise à jour*** *pour être de valeur et être support d’une action dans l’organisation. L’actualité s’apprécie en fonction de l’utilisation de l’information (exemple : l’historique du client suppose des informations datées).*

*4/la* ***pertinence*** *de l’information : l’information doit être e****n lien avec l’action menée****, c’est-à-dire qu’elle doit être en cohérence avec les objectifs poursuivis.*

*5/* ***le coût de l’information****:*

* *la valeur est obtenue par le fait d’acquérir l’information (coût d’acquisition ou de construction de l’information, coût de stockage, coût de traitement, coût de mise à jour, coût de diffusion) ;*
* *la valeur est obtenue par la vente ou l’achat d’une information sur le marché.*

**Activité 3 : découvrir le Système d’Information (fonctionnalités et services rendus)**

**Capacités :**

- décrire les services rendus par le SI aux divers métiers de l'organisation ;

- comparer les fonctionnalités des outils et services disponibles

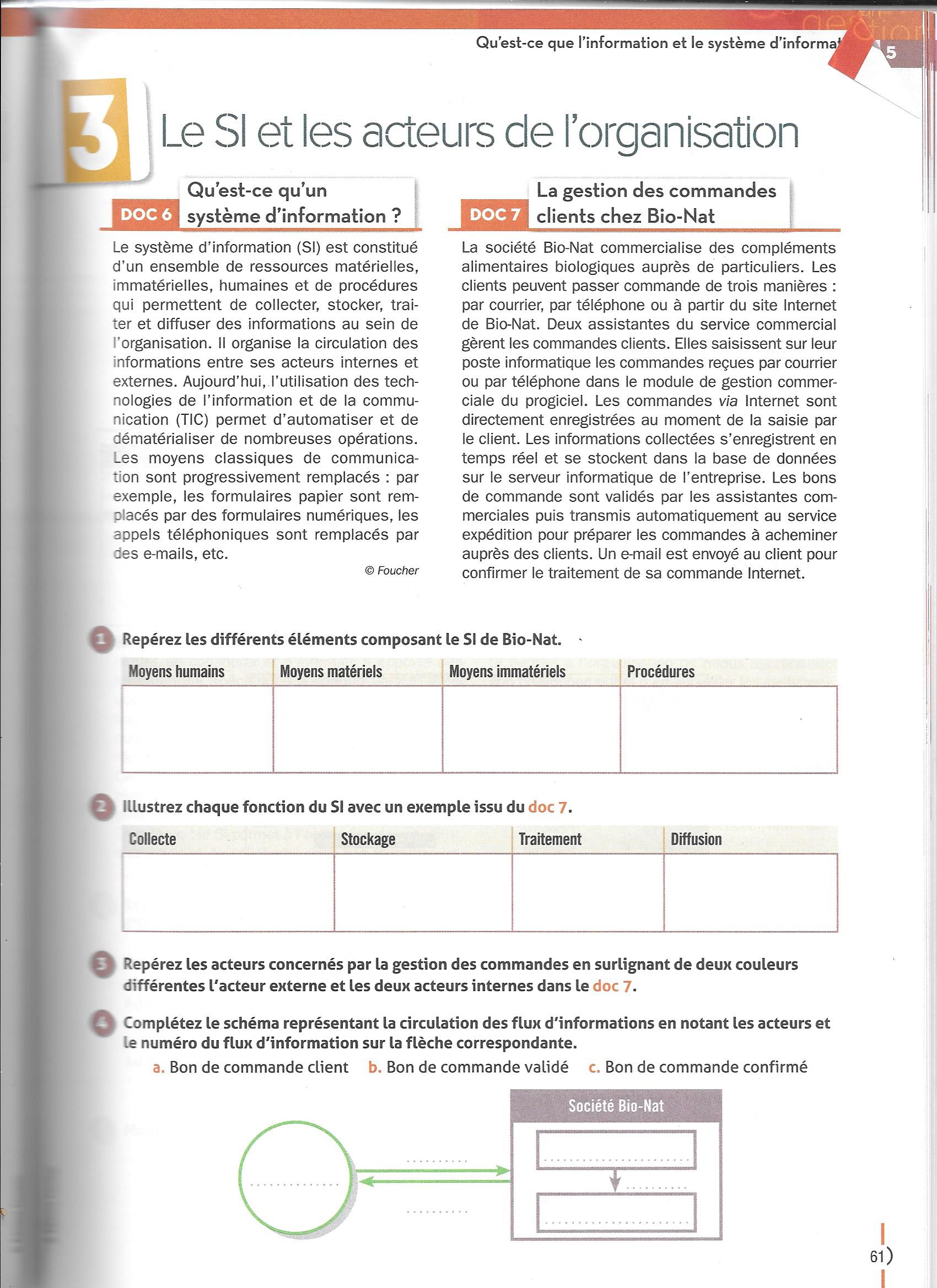
**Notions :** Système d'information (SI) dans l'organisation (moyens, outils, supports), Rôles, accessibilité (fonctionnalités en fonction des besoins des services), SI des métiers (ressources humaines, comptabilité, marketing), applications et services

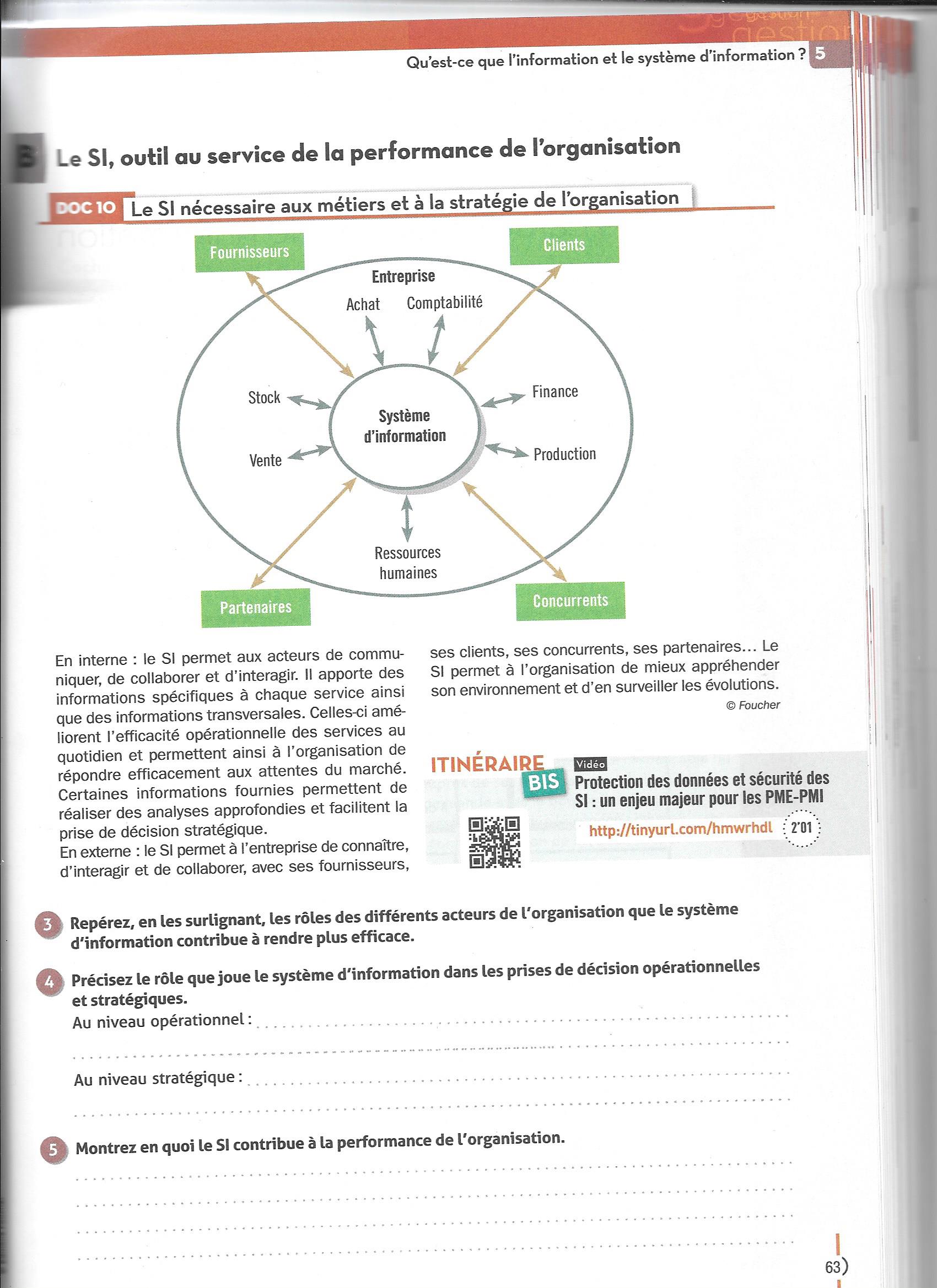
**Supports :** documents ressources (schéma, définition, contexte) sur le SI, schémas et tableau à compléter.

Contexte

L’information a un rôle central à la SOPEMA, comme dans toute organisation. En effet chaque service (comptabilité, stock, commercial, RH…) a besoin d’informations pour pouvoir accomplir sa mission au quotidien. C’est pourquoi, les dirigeants de la SOPEMA sont attentifs à leur système d’information.

**Document 6 : Principe du système d’information (SI)**





**Document 7 : Utilisateurs et Droits d’accès au SI de la SOPEMA**

Le service informatique est composé d’une seule personne M. GUEEK qui fait régulièrement appel à de nombreux prestataires de service.

En effet, ses tâches sont nombreuses :

* Gérer le parc informatique (renouvellement et maintenance)
* Garantir la stabilité et la sécurité du réseau
* Mettre à jour les logiciels et du site internet
* Administrer le réseau : gestion les droits d’accès des utilisateurs

Tous les salariés du SI de la SOPEMA ont un identifiant et un mot de passe qui leur permet de se connecter au réseau et d’avoir accès seulement aux informations utiles pour effectuer leur mission. Par exemple, un commercial n’a pas accès à la paye ou au compte de résultat. En effet, il est important de maintenir certaines données confidentielles et d’éviter toute surcharge d’informations inutiles. Seul M. GUEEK (du fait de ses fonctions) et les plus haut dirigeants ont accès à l’ensemble du SI.

En outre, grâce à son code client, l’acheteur a la possibilité de suivre l’évolution de sa commande sur le site internet de l’entreprise. Il peut aussi poser des questions aux commerciaux.

**Document 8 : Les services rendus par le SI de la SOPEMA**

Grâce au SI, le service comptabilité de la SOPEMA, géré par Madame Toupaille, collecte et trie des informations sur les transactions (factures, chèques, bons de commande, documents bancaires divers). Ces opérations sont enregistrées automatiquement et génèrent des états financiers et autres documents nécessaires à toute comptabilité d’organisation. Ceux-ci vont être transmis, par le système d’information, aux décideurs et gestionnaires, pour leur permettre d’analyser la situation financière et d’apporter les modifications nécessaires à sa gestion.

Le service ressources humaines géré par Mlle Lemoine a une gestion et un suivi plus efficace du personnel grâce au Système d’information mis en place par la SOPEAM. En effet, celui-ci permet de collecter et traiter aussi bien des données personnelles sur les membres de l’organisation (identité, compétences, diplômes, emplois…), que des données sur leurs rémunérations, leurs tâches de travail, leurs temps de travail…

Grâce au système d’information la gestion des carrières (de leur recrutement, leur formation, leur promotion… jusqu’à leur licenciement, démission ou départ à la retraite) est optimisée. En outre, l’automatisation de la gestion des rémunérations et des prestations sociales (assurance-maladie, assurance chômage…) fait gagner un temps considérable aux assistantes Paye. Enfin, les bases de données offrent des possibilités d’analyser et de proposer des plannings dans la répartition du travail…

Le SI est un atout majeur pour le service commercial & marketing. En effet, les données issues de l’environnement commercial, sont collectées et transformées pour être utilisées par M. FAUR, responsable du Service Commercial. Le système d’informations permet, notamment :

* De mettre en place et d’améliorer la communication de la SOPEAM (publicité, emailing, promotion…) en choisissant les médias, en vérifiant les résultats des campagnes publicitaires et promotionnelles ;
* De prévoir les ventes à court et long termes grâce aussi aux historiques des ventes, et aux modèles statistiques ;
* D’installer une relation personnalisée avec les clients et de les fidéliser ;
* De gérer les produits actuels et ceux en développement…

**En vous aidant des documents et du contexte, vous répondrez aux questions suivantes :**

Q1. Décrire le SI de SOPEMA en complétant le tableau ci-dessous

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Type de Moyens | Les ressources mobilisées par le SI de la SOPEMA | Définition |
| Organisationnels | Processus de gestion d’une commande client (devis, commande, facture…), Planning de livraison | Procédures qui organisent les flux d’information (workflow) entre les différents services pour permettre la mise en œuvre les activités de gestion financière, commerciale, sociale. |
| *Matériels* | *Ordinateur Imprimante* | *Ressources Technologiques : outils informatique (téléphone, ordinateur, imprimante, fax, rooter…)* |
| *Immatériels* | *Logiciel 3 D, logiciel de gestion commerciale* | *Ressources regroupant l’ensemble des supports numériques utilisés : logiciels, applications, réseaux ()* |
| *Humains* | *Temps passé par Gabriel en entretien puis en traitement de l’information* | *Les qualifications et les compétences des salariés des différents services* |

Q2. Présenter les rôles du système d’information lors de l’enregistrement d’une commande à la SOPEMA

Enregistrement d’une commande

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Rôle du SI  SOPEMA | ***Collecte d’informations*** | ***Stockage d’informations*** | ***Traitement information*** | ***Diffusion information*** |
| Qui ? | *Conseiller clientèle*  *(saisie)* | Conseiller clientèle (sauvegarde) | *Conseiller clientèle*  *(structuration)* | *Conseiller clientèle*  *(communication)* |
| Quoi ? | *Données brute sur le projet, informations pour monter le financement* | Toutes les données (client), informations (plan 3 D) et tous documents | *Données brute sur le projet, informations pour monter le financement* | *Devis, commande, facture, plan…* |
| Comment ? | *Entretien, mail*  *Logiciels, ordinateur* | Base de Données Disque dur, serveurs | *Logiciels, ordinateur* | *Logiciel, mails* |
| Pour quoi ? | *Produire un devis* | Conserver les informations, la mémoire utiles => | *Produire un plan 3 D ou une facture* | *Production d’un planning de livraison, gestion des encaissements, tableau de bord sur les ventes* |
| Pour qui ? | *Clients et service commercial* | Tous les services en ont besoin pour travailler. | *Clients et service commercial* | *Acteurs externes : clients, fournisseurs*  *Acteurs internes :*  *service commercial, comptabilité, service stock, production, monteur/poseur, RH* |

Q3- identifier les utilisateurs et l’administrateur du SI de la SOPEMA.

* Administrateur SI : ***M. GUEEK qui attribue les noms d’utilisateurs***
* Utilisateurs : ***Tous les Salariés des différents services et les clients***

Q4. Précisez pour chacun des métiers, les fonctionnalités accessibles par chaque service de la SOPEMA :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| * ***RH*** | * ***COMPTABILITE*** | * ***Commercial & marketing*** |
| Fonctionnalités accessibles  Enregistrement automatique des factures, chèques, bons de commande, documents bancaires divers  Génération des états financiers  Analyse de la situation financière | Fonctionnalités accessibles  Enregistrement des données personnelles des salariés  Génération de la paye  Suivi des tâches de travail, temps de travail  Analyse de l’évolution des carrières, des effectifs et de la masse salariale | Fonctionnalités accessibles  Suivi des ventes et gestion des portefeuille clients.  Gestion des produits actuels et futurs  Diffusion de publicité, emailing, promotion…  Analyse :  Prévision des ventes grâce à l’utilisation de modèles statistiques ;  Etude de marché grâce aux données collectées sur l’environnement |

Q5. Expliquer pourquoi l’accès au SI est restreint pour les utilisateurs.

**VERS LA SYNTHÈSE**

1- Définir le SI

***Le système d’information*** *est l’ensemble des* ***moyens****qui permettent de gérer l’organisation en mettant à disposition de chacun les informations nécessaires à la bonne exécution de son travail et à la prise de décision.*

***Ces moyens sont :***

* ***Organisationnels : le SI organise la réalisation des activités dans l’organisation en formalisant des processus et des procédures de gestion du travail ;***
* ***Technologiques : il s’agit de l’ensemble des technologies qui manipulent des informations (matériels, logiciels, réseaux…) ;***
* ***Humains : il s’agit de l’ensemble des acteurs qui contribuent à la mise en place du SI, à sa gestion et à son utilisation. Les acteurs du système d’information se décomposent en deux catégories :***
* ***Les administrateurs et les utilisateurs***

2Lister les rôles du SI

*4 rôles peuvent donc être identifiés :*

* *La collecte de l’information : c’est le recueil de l’information de façon cohérente et pertinente*
* *Le stockage de l’information pour la réutiliser ultérieurement*
* *Le traitement de l’information : le SI produit de nouvelles informations à partir d’informations existantes en mobilisant des procédures (consultation, organisation, mise à jour, suppression, calcul…). Ainsi traitées, ces informations permettent de répondre aux besoins des utilisateurs dans le cadre de leur activité.*
* *La diffusion de l’information : l’information n’est utile que si elle est communiquée au bon destinataire, au bon moment, sous une forme directement exploitable.*

3. Expliquer les conditions d’accès du SI pour chaque service.

Identifiant + MDP🡪 restreint l’accès au SI à certain module en fonction des besoins des agents.

4. Relever ce qu’apporte le SI aux différents services

Un SI performant et informatisé permet aux différents services d’effecteur leur mission de manière efficace grâce :

- au traitement automatisé de certaines fonctions (gain de temps)

- à la diffusion rapide des informations (gain de temps)

- à la sauvegarde des données sur du long terme. (Outil de gestion : analyse et prévision)

**Activité 4 : situer le rôle des acteurs et des applications du SI dans un processus de gestion donné**

**Capacité :** situer le rôle des acteurs et des applications du SI dans un processus de gestion donné.

**Notions :** acteurs et rôles, applications

**Support :** PROCESSUS de gestion à compléter à partir d’un texte décrivant la gestion d’une commande client.

Contexte

Gabriel accueille un stagiaire en BTS Assistant de Gestion PME/PMI. Il met à sa disposition le livret d’accueil de l’entreprise et lui confie une mission : schématiser le processus de gestion d’une commande client. En effet, sa collègue Marine va bientôt partir en congés maternité et l’entreprise va devoir prendre un intérimaire. Gabriel est convaincu qu’un schéma de processus sera plus explicite qu’un texte pour le nouveau venu.

* **A partir de vos connaissances, concevoir le processus de gestion du SI de la SOPEMA**

**Extrait du livret d’accueil de la SOPEMA : la procédure de gestion des commandes Client**

Lorsqu’un client accepte les conditions de vente d’un devis, il le retourne daté et signé au service commercial de l’entreprise. M. FAUR, responsable du Service Commercial, valide cette opération à l’aide du module Gestion Commercial du progiciel. La commande du client est ainsi enregistrée avec comme numérotation C411… (Numéro de commande mis à jour automatiquement), une fiche client (raison sociale, adresse, …..) est également saisie et enregistrée.

Grâce au système automatisé, le service Atelier-stock est immédiatement informé des nouvelles commandes. Monsieur Boon, chef du service, peut ainsi préparer la livraison en fonction des conditions de livraison de la commande. En fonction de l’état des stocks, il met à jour les entrées et sorties afin d’éviter toute rupture. Il se met en relation avec ses fournisseurs pour qu’ils livrent les articles dans les temps.

Monsieur Boon met aussi à jour le planning des livraisons puis le transmet au service des ressources humaines géré par Mlle Lemoine. C’est elle qui contacte les installateurs-monteurs/poseurs. Mlle Lemoine gère le planning avec le module PAYE du progiciel.

Un autre service reçoit informatiquement et instantanément les informations propres à cette commande, le service comptabilité géré par Madame Toupaille, responsable du service. Elle a en charge l’enregistrement de la facture, du le suivi du paiement et des relances auprès des clients en cas de retard de paiement.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Service commercial | Service Atelier | Service Comptabilité | Service RH |
|  |  |  |  |