



➤ Introduction

La fonction DSI connaît des changements importants. Elle est en train de changer sa perception comme un centre de coût pour se positionner comme un levier de développement des entreprises et des organisations. Cependant, aux yeux des décideurs, la Direction Système d'Information reste une boîte noire surtout en absence d'activités de marketing nécessaire pour mettre la lumière sur ses activités.

En effet, peu de DSI entreprennent des sérieuses actions de communications/marketing sur leurs travaux, leurs projets, leurs opérations et leurs activités. En plus, les métiers excellent dans le marketing de leur activités et laisse, souvent, à la DSI le rôle ingrat d'assurer opérationnellement l'exploitation des services.

Devant le mutisme de la DSI, la Direction générale est amenée à apprécier le travail de la DSI en se basant sur les appréciations souvent subjectives des métiers.

Le marketing de la DSI a pour objectif de valoriser cette production qui est le résultat d'un effort fourni par les différents acteurs intervenant dans la construction du système d'information ou dans la fourniture de services technologiques au profit d'un métier en changement constant mais difficilement prévisible. Les référentiels dans le domaine du SI (COBIT, ITIL, ISO 27002, ...) s'accordent sur l'importance du Marketing de la DSI.

Avertis du sérieux de la question, le pôle Académie de IT6 organise un séminaire de deux jours, dont l'objectif est de mettre à la disposition des acteurs des systèmes d'information (Responsables, chefs de projets, consultants), une boîte à outil, à travers des cas pratiques, pour les aider à exercer des actions de marketing souvent oubliées et de les faire sortir de leurs quotidien opérationnel pour réfléchir sur ce que peut leur apporter l'insertion d'une telle préoccupation dans la management de leurs SI.

➤ Objectifs

- L'objectif du séminaire est de :
- Comprendre la mutation de la DSI
- Comprendre les attentes de la Direction Générales de la fonction système d'information
- Comprendre les attentes des métiers de la fonction système d'information
- Appréhender la notion de création de valeur
- Passer en revue les notions de Marketing
- Comprendre Le Marketing de la DSI
- Faire une lecture Les bonnes pratiques (COBIT, ITIL, ISO 27002, ...) en relation avec le Marketing de la DSI
- Démarche de marketing de la DSI
- Construire les tableaux de bord pour préparer le Marketing de la DSI
- Elaborer des SLA pour le marketing de la DSI
- Faire le Marketing de la DSI en travaillant sur :
 - La gouvernance SI
 - La sécurité SI
 - L'exploitation des SI,
 - Le développement des SI
 - La qualité des SI
 - La technologie des SI

Thèmes abordés

- Evolutions du « marché » de la fonction SI
- Le marketing et la fonction système d'information
- La chaîne marketing cible
- Démarche marketing
- Organiser le marketing de la fonction SI
- Structures Compétences Motivations Outils

Tableaux de bord, indicateurs...comment utiliser ces outils pour communiquer et innover

- Tableau de bord d'indicateurs de performance de la DSI : adapter les indicateurs et les diffuser aux métiers
- Valoriser les efforts de la DSI par le benchmark

Crédibiliser le discours de la DSI : communiquer sur les succès et les échecs

- Communiquer sur le bilan de vos actions et sur les plans d'actions qui en découlent
- Favoriser la culture du succès au sein de la DSI : quelles sont les limites de ce modèle

Passer d'une culture d'ingénieur à une culture de service pour créer un catalogue de services

- Comment construire un catalogue de service d'une DSI : facturation unitaire, des niveaux d'engagements de service...
- Dans quelle mesure un catalogue peut vous aider à communiquer avec vos clients internes
- Utiliser un catalogue pour responsabiliser le client interne sur son utilisation du SI

Evaluer les résultats attendus et les résultats obtenus par projet : comment impliquer vos clients internes

- Estimer des bénéfices quantitatifs et qualitatifs retirés d'un projet informatique : comment consulter vos clients
- Communiquer sur l'écart entre les résultats attendus avec les résultats obtenus
- Utiliser les expériences passées pour améliorer les estimations futures

Comment légitimer le budget de la DSI auprès des utilisateurs

- Calculer la valeur du SI en tant qu'actif
- Utiliser cet argument pour les arbitrages budgétaires
- Communiquer sur les résultats de la DSI et leurs impacts sur les clients internes : meilleure qualité de services, productivité accrue...

Créer une relation client / fournisseur entre la DSI et les métiers

Fonctionnement, coûts... : mieux connaître les métiers et présenter la DSI à vos clients internes grâce aux SLA (Service Level Agreement)

- Quels sont les principaux engagements d'un SLA
- Repérer les apports majeurs du SLA : compréhension, transparence...

Adopter une stratégie marketing pour impliquer l'ensemble des équipes

- Adapter le "point de vue" 4P's : Produit, Prix, Place, Promotion à la DSI
- Construire un plan marketing IT soutenu par un responsable marketing au coeur de la DSI
- Développer la fibre "IT marketing" au sein des équipes de la DSI

- Cas pratiques



➤ Frais de participation:

Coût de la formation (Deux jours) : 7 000 DH HT

Ces frais incluent: Documentation + Déjeuner + Pauses café

Confirmer votre participation par téléphone au +212 5 37 67 03 32, ou par fax au +212 5 37 67 00 96 ou par e-mail à cette adresse : seminaire@it6.ma.

➤ Fiche d'inscription :

Nom Prénom :

Fonction Actuelle :

Organisme :

Adresse :

Tél :

Fax :

E-mail :

Cachet :