**TD SDG Ch8**

**Qu’est-ce-que l’information dans les organisations ?**

**CONTEXTE : L’ENTREPRISE HAPPYTECH**

**Etape 1 : Comment distinguer données, informations et connaissances ?**

***Bruno, vendeur conseil au rayon informatique vient de recevoir des clients qui sont novices en informatique, après un bref questionnement, il leur conseille un modèle simple d’utilisation et leur propose la mise en route de leur installation à domicile. Les clients habitent à 25 Km. Ils lui demandent d’établir un devis.***

A l’aide des éléments de ce devis ( Annexe 1) et de l’Annexe 2, répondez aux questions suivantes:

**Q1. Quelles sont les informations demandées au client pour réaliser ce devis ?**

**Q2. A quel moment ces données se transforment-elles en informations ?**

**Q3. Quelles sont les données qui au final ont du sens pour le client et deviennent ainsi des connaissances ?**

**Etape 2 : Quel est le rôle de l’information ?**

**Q4. Quel est le rôle des informations contenues dans le devis pour le client ?**

**Q5. Retrouvez quels sont les rôles de l’information pour l’entreprise à l’aide de l’annexe3**.

**Etape 3 : Quelle est la valeur de l’information ?**

***Les dirigeants nationaux du groupe Happytech ont compris très tôt l’intérêt commercial que représente un site internet. D’importants investissements ont été réalisés et ils portent aujourd’hui leurs fruits puisque le site reçoit des milliers de visiteurs chaque jour.***

A l’aide de vos connaissances et de l’annexe 4, répondez aux questions suivantes :

**Q6. Quels éléments entrent dans le coût de la mise à disposition de l’information par le client ?**

**Q7. En quoi ces informations sur le site internet ont-elles une valeur pour l’entreprise ?**

**Q8. Que pouvez – vous en conclure ?**

**Annexe 1**

Mr et Mme Sy

Happytech

1 rue du parc

76.. saint Romain du Colbosc

Tel 02 35 48 77 14

**Devis n°1548-12 du 01/12/2012**

PC Dell rouge Ref 245879 499,00

Imprimante Hp Ref245691 89.00

Installation, mise en route Ref 145981 52.00

Déplacement (de 20 à 30Km) Ref 205472 30.00

Total HT 670.00

Montant Tva 131.32

**Total TTC** **801.32**

Conditions de règlement : 100% à la commande. Devis valable un mois.

**Annexe 2 : Distinguer données, informations et connaissances**

Données : ce sont des informations brutes, résultant de l’observation de faits, facile à stocker sur l’ordinateur mais qui n’ont aucune signification en soi.. Exemple : 541 est une donnée.

Informations : ce sont des ensembles de données qui prennent un sens particulier pour un utilisateur. Exemple : le solde de mon compte est de 541 euros

Connaissances : ce sont des informations structurées , exploitables et disponibles. Exemple : le compte n’est pas à découvert C’est une connaissance pour moi et mon banquier .

*Source : Ouvrage « Questions de gestion en première STMG »Nathan technique*

**Annexe 3 – Gestion des linéaires - Témoignage de Sébastien, responsable univers chez Happytech**

« Je suis responsable univers chez Happytech depuis 5 ans. La majorité des réapprovisionnements sont désormais tirés par les ventes. Chaque produit acheté, un ordinateur par exemple est automatiquement comptabilisé par le stock du magasin qui est en lien avec l’entrepôt central à Amiens et de nouvelles commandes peuvent être émises par le service achats d’Amiens auprès des fournisseurs comme HP, Compaq….

Chez Happytech, les analyses de tickets de caisse deviennent systématiques. On peut avoir une idée précise des linéaires dans lequel le client n’a rien acheté comme de ceux où est réalisé son meilleur chiffre d’affaires. Ces données collectées sont analysées par nos logiciels sous le biais de tableaux à travers des indicateurs, et sont souvent croisées : le chiffre de fréquence de ses venues peut être recoupé avec le panier moyen du client, l’analyse par produits peut conduire à étudier le chiffre d’affaires réalisé par rayon…

Autant de renseignements qui permettent de diminuer les coûts tout en faisant de bonnes prévisions sur les ventes. Ces informations vont permettre de redessiner le plan du magasin en éliminant les « zones d’ombre » (les linéaires qui font peu de chiffre).

Grâce aux informations contenues dans les tickets de caisse, le magasin réussit aussi à mieux cibler ses mailings. Ces masses de données traitées par des logiciels révèlent des tendances, des groupes d’acheteurs, des comportements d’achat. Ces données seront notamment exploitées par le **service marketing** pour créer des univers à l’aide de ventes associées (un appareil photo sera positionné avec les logiciels d’images). En mixant le ticket de caisse et la carte de fidélité, le magasin est capable de déterminer le profil du consommateur avec comme objectif de satisfaire ses clients les plus fidèles suivant leurs attentes. Elles sont également utilisées pour piloter les promotions et rendre adéquate l’offre de produits par le service commercial du magasin.

**Annexe 4 : Témoignage de Monsieur Juilliard, directeur informatique au niveau du groupe**

A l’origine, le site de Happytech a été conçu et réalisé par une équipe d’une dizaine de personnes des départements Informatique , E-commerce et Marketing.

Devant le succès de ce site nous n’étions plus assez efficaces, plus assez nombreux en interne pour le gérer au quotidien. Il y avait des dysfonctionnements qui pouvaient nuire à notre image.

Donc, nous avons chargé plusieurs prestataires externes d’assurer son développement, son design et la maintenance des bases de données bien que cela soit assez onéreux.

**Annexe 5 : Liste des informations recherchées par Mr et Mme Sy**

1. Quels sont les logiciels préinstallés sur le PC ?
2. Quel est le délai pour la livraison ? Combien de temps prendra l’installation ?
3. Comment obtenir un financement ? Quel serait son coût ? Quels justificatifs fournir ?
4. Quelle est la durée de la garantie ? Que couvre-t-elle ?
5. En cas de panne, quel est le délai de réparation ? Prêtez-vous alors un Pc ?
6. La marque choisie est-elle fiable ? Est-ce le meilleur rapport qualité prix ?

**Annexe 6 . Les qualités d’une bonne information**

Pour R.REIX , les déterminants de la pertinence de l’information sont :

* l’exactitude (la correspondance au réel),
* la fiabilité (le degré de confiance en la source),
* la précision (le niveau de détail),
* l’accessibilité (la capacité à obtenir l’information).
* la forme ou la représentation (qualité de la lecture de l’information pour son lecteur),
* la temporalité qui d’une part l’actualité (le fait d’être à jour), et la ponctualité (la capacité à être disponible au moment où on en a besoin)
* le coût : coût de l’obtention, de la conservation et de la mise à disposition de l’information

Robert Reix – Système dinformation et management des organisations- Vuibert

**Annexe 7**

|  |
| --- |
| ***A : toutlepersonnel@happytech*** |
| ***Cc :*** |
| ***Objet : Travaux parking*** |
| Des travaux de goudronnage et de marquage au sol du parking réservé au personnel vont être  effectués dans la semaine du 10 au 16 décembre.  Pendant ces travaux, il est demandé à chacun de bien vouloir faire preuve de compréhension.  Pour faciliter le travail des entreprises, il vous est demandé d’utiliser uniquement le parking  N°3 des clients.  **Alexis Leroux,Directeur Magasin** |

**Annexe 8 : Information ou communication ?**

Dès que l’information est destinée à autrui, elle devient communication. Elle ne prend un sens que dans la relation à un ou plusieurs acteurs qui en sont les « cibles », les destinataires. En conséquence, la communication est composée de deux éléments : l’information (le contenu, le message) ET la relation établie avec celui qui s’en saisit. La communication est interne lorsqu’elle concerne le personnel de l’organisation et externe lorsqu’elle s’adresse à ses partenaires.

Questions de gestion en 1stmg. Nathan technique