

Transversalité SDG / Management / Spécialité

Formation Rénovation STMG Terminale

LA E-RÉPUTATION

«e-» réputation

- Réputation
 - Image de marque : représentation par un public du positionnement et voulu par l'entreprise ou l'organisation
 - Se différencier
 - Développer sa notoriété, utiliser le bouche à oreille électronique
- « e- »
 - Nouvelles technologies et innovation
 - Canal Internet incontournable
 - Web 2.0 : donner la parole à qui ?
 - INCERTITUDE : Aucune maîtrise & très peu de prévision possible
- e-réputation = management de la réputation en ligne
 - Méthode, stratégie, prévoir des étapes

Internet : tendances 2012

- Source : Médiametrie 12/2012
- Chiffres d'octobre-Nov 2012

31,7 millions
d'internautes ont
acheté en ligne +5%
en un an

8 internautes sur 10
(77,2%) achètent en ligne

Les femmes sont désormais
aussi nombreuses que les
hommes à acheter en ligne
(+9% en un an)

Ralentissement
de la
progression des
nouveaux
cyberacheteurs

nouveaux acheteurs
en ligne : internautes
âgés de 65 ans et plus
(+ 32% sur un an)

Mobinautes : tendances 2012

- Source : Médiametrie 02/2013
- Chiffres du 4^{ème} trimestre 2012

23,6 millions de Français accèdent à internet via leur mobile (+de 2 pers/5 âgés de 11 ans et plus) vs 19 millions en 2011



12/2012 : les mobinautes ont consulté 5,8 applications et 32 sites
Vs 4,4 applications et 25,8 sites en janvier 2012

Part des mobinautes parisiens = 1/5 vs 21% en 2011

les femmes représentent aujourd'hui 44,2% des mobinautes (vs 43% en 2011)

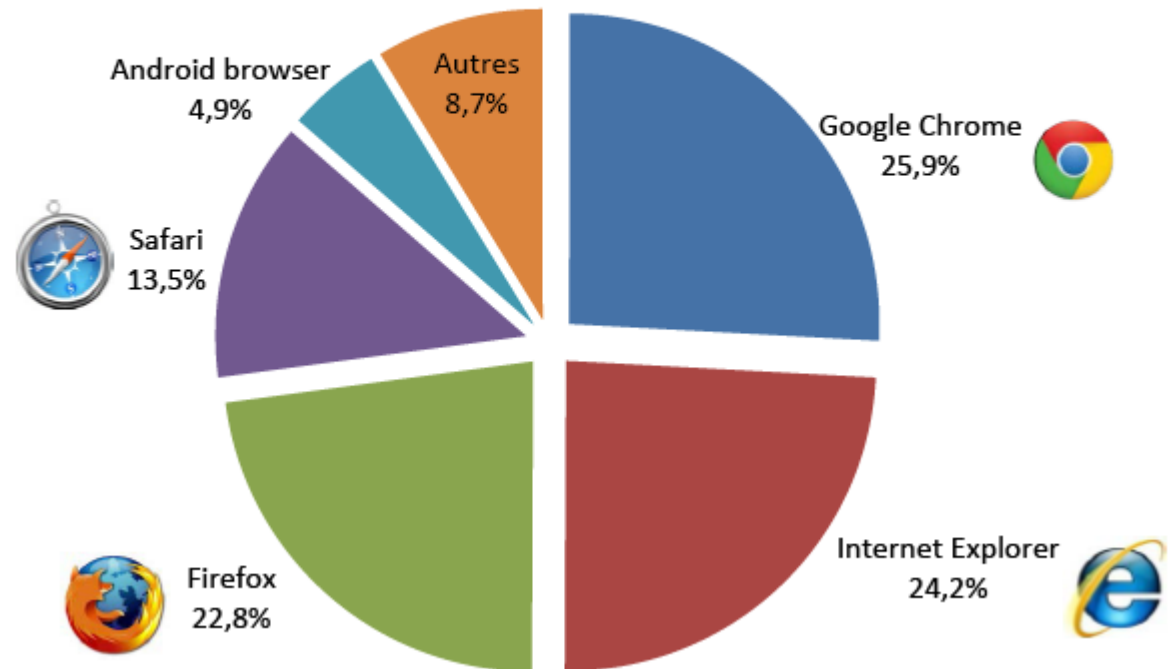
Les 35-49 ans constituent 27,4% des mobinautes (+13% en 1 an)

Réseaux Internet

- Source : Médiametrie
- 01/2013

Google Chrome, premier navigateur utilisé en janvier 2013

Répartition des visites par navigateur



E-réputation : comment la développer ?



Outils pour développer
sa e-réputation
Où sont mes clients ?



E-réputation : comment la développer ?



A propos des réseaux sociaux :
« On doit y aller, la question ne se pose pas ! »

- Deux objectifs :
 - Se faire connaître (objectif marketing et commercial)
 - Travailler la marque employeur : valeurs, parcours de compétences (RH)
- Tendances récentes sur les plateformes sociales : le « Picture Marketing » : communication par l'image, l'image prédomine, elle ne s'appuie plus sur le texte

E-réputation : comment la développer ?



- Un chef d'entreprise ne va pas sur les réseaux sociaux sans objectif et sans stratégie
- Nécessité d'évaluer les résultats
- Image travaillée au jour le jour, peu d'esprit campagne mais plutôt un travail de fond sur les profils, sur le long terme
- Plus le temps passe et plus les entreprises travaillent leur visibilité (concurrence)

THÈME : LA E-RÉPUTATION SUR INTERNET

MISE EN SITUATION

**COMMENT DOMINO'S PIZZA A SAUVÉ
SA E-RÉPUTATION ?**

Italie: Une bombe dans le métro à Rome:



Quelques pages de publicité



Le contexte d'entreprise Domino's Pizza



→ Les faits : avril 2009

- Deux employés d'un restaurant Domino's Pizza aux USA se filment dans la cuisine en train de préparer des pizzas pour les clients ;
- Ils mettent leur vidéo à disposition sur Youtube.



Le contexte d'entreprise Domino's Pizza



→ Conséquences :

- « Bad buzz » : médias : télévision, journaux, internet...
- e-réputation de Domino's Pizza entachée

→ Première réaction de la marque : la non-caution

- Les deux personnes sont renvoyées
- Des poursuites judiciaires sont engagées
- Communiqué : ces deux personnes ne sont pas représentatives des 125 000 employés de la marque

La gestion de crise par Domino's Pizza



→ Deuxième réaction : le remerciement de la communauté et la garantie de la promesse produit

- Remerciement public par Patrick Doyle à la communauté d'avoir alertée l'entreprise



- Fermeture et nettoyage du restaurant
- Enquête pour savoir si des pratiques cachées sont effectuées dans d'autres restaurants

La gestion de crise par Domino's Pizza



→ Troisième réaction : apporter la preuve par l'image, valoriser le bruit autour de la marque

- Décembre 2009 : site www.pizzaturnaround.com



- Domino's Pizza se fait aider par des partenaires spécialistes de la communication sociale www.bazaarvoice.com

La gestion de crise par Domino's Pizza



- Des initiatives locales pour promouvoir la marque et un point de vente



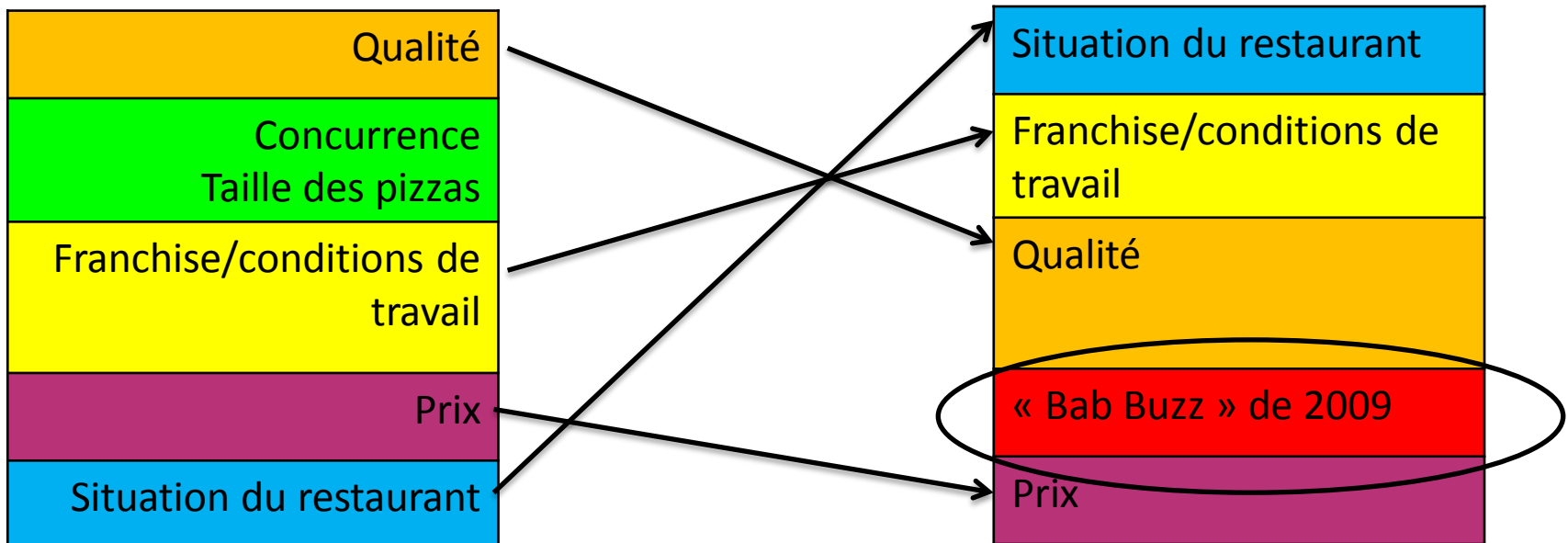
La e-réputation de Domino's Pizza

Recherches réalisées avec Google



Analyse des commentaires sur les forums :
Recherche : « Domino's Pizza Forum »

Analyse des pages du web :
Recherche : « Domino's Pizza »



La e-réputation de Domino's Pizza



- Analyse des vidéos : Recherche sur Youtube : « Domino's Pizza »

1^{ère} position : Rochdi MKHINI dans M6 Capital HD - (Domino's Pizza) - 1997.wmv

2^{ème} position : anni caluire Domino's Pizza

3^{ème} position : Dirty Dirty Dominos pizza

4^{ème} position : Domino's Versus Project 2.0 avec Kevin Gameiro

5^{ème} position : Domino's Pizza France

6^{ème} position : Domino's® Pizza Turnaround

3^{ème} position :
News concernant
le buzz

6^{ème} position :
www.pizzaturnaround.com

7^{ème} position : Fun1518 appelle Dominos Pizza

8^{ème} position : Domino's Pizza Assistant Manager creating Pizza

9^{ème} position : Domino's President Responds To Prank Video

10^{ème} position : Domino's Pizza - Chickenita

11^{ème} position : Domino's Pizza Safe Sound - Menselijk motorgeluid voor elektrische scooter

12^{ème} position : Domino's® Pizza At the Door of Our Harshrest Critics

13^{ème} position : Sublim' Curry est de retour chez Domino's Pizza

10^{ème} position :
Excuses de Patrick
Doyle, PDG

13^{ème} position :
www.pizzaturnaround.com

Les vidéo originales et complètes ont été supprimées

Conclusion sur la e-réputation de Domino's Pizza

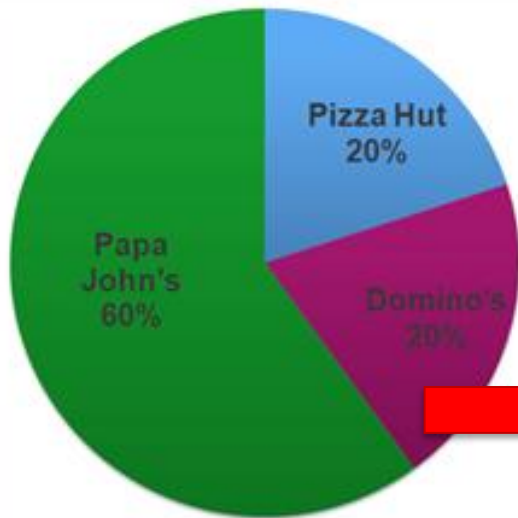
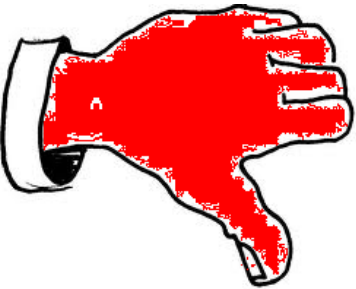


- La e-réputation de Domino's Pizza s'est améliorée avec le temps :
 - Le « bad buzz » n'est plus vraiment présent sur le net
 - Il a été transformé en opportunité de communication par l'entreprise Domino's Pizza
- ➔ L'entreprise est devenue un « cas d'école » pour sa communication sociale

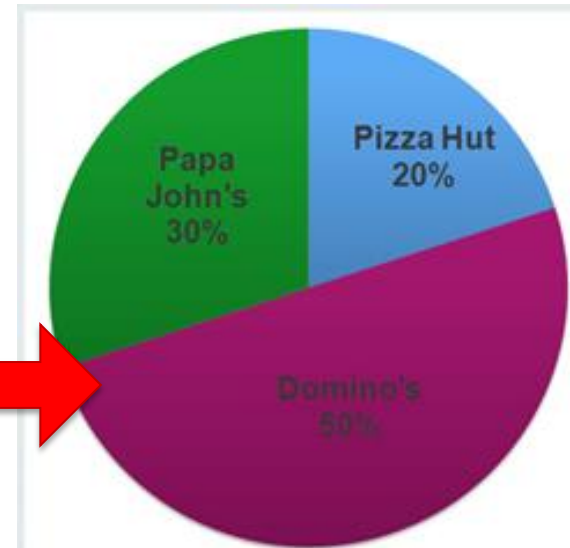
Conclusion sur la e-réputation de Domino's Pizza



- MAIS
 - L'image de Domino's Pizza semble marquée par des doutes et les a priori négatifs concernant la qualité des produits
 - Notamment au regard des ses concurrents : Papa John's et Pizza Hut



Tasters' stated preferences before the taste test



Tasters' blind choices for best overall taste

Pour aller plus loin

**LA E-RÉPUTATION :
NOUVEAUX MÉTIERS
ET OPPORTUNITÉS D'ACTIVITÉS**

Mediametrie : buzzmetrics



POUR EN SAVOIR PLUS

CLIQUEZ ICI



TÉLÉVISION | RADIO | INTERNET | CINÉMA | COMPORTEMENTS MÉDIAS | CROSS MÉDIAS

[Accueil](#) | [Solutions](#) | [Actualités et résultats](#) | [Agenda](#) | [Règles de Communication](#) | [Commission d'autorégulation](#) | [Vos contacts](#)

Vous êtes ici : [Accueil](#) > [Internet](#) > [Les solutions](#) > [Buzzmetrics](#)

imprimer transférer ajouter

Buzzmetrics Internet |



» [Buzzmetrics](#)

Contacts



Bertrand KRUG
Directeur du Département
Mesure d'efficacité Online
Mediametrie./NetRatings
bkrug@mediametrie.fr



La mesure et l'analyse du Buzz sur les réseaux communautaires

Descriptif

Buzzmetrics mesure et analyse l'e-réputation des marques et des entreprises pour :

- approfondir la connaissance client,
- mesurer la résonance des actions marketing ou
- mesurer la satisfaction client.

Nous vous conseillons aussi

Agence « zen-reputation »

Services aux entreprises

Logiciel de veille

Surveillez votre image de marque, celle de vos concurrents, et les évolutions du secteur.

[En savoir plus](#)



Rapport de veille

Recevez votre rapport de veille analysé avec toutes ses recommandations stratégiques.

[En savoir plus](#)



Nettoyage internet

Faites retirer injures et diffamations des sites internet qui ternissent votre réputation.

[En savoir plus](#)



Community management

Engagez la conversation avec les internautes pour attirer et fidéliser vos clients.

[En savoir plus](#)



Agence « zen-reputation »

Services aux particuliers

Nettoyeur du net - nettoyeur du web

II
Toute
personne a
droit au
respect de
sa vie privée

Conseil de l'Europe
-
Convention de sauvegarde des
Droits de l'Homme et des
Libertés fondamentales

Vous êtes un particulier ? Vous souhaitez faire retirer une information d'internet ? [Contactez-nous](#) en nous mentionnant les liens gênants.

Rumeurs, injures, diffamations, stalking, vie privée ...

Vous êtes victime de **diffamation internet** ? Votre nom est victime de **rumeurs, injures, diffamations** ? Votre **vie privée** est trop visible sur internet ? Retrouvez votre **anonymat** !

Votre e-réputation est votre vitrine sur le monde

Des commentaires déplaisants, ou une visibilité trop importante de vos activités privées peuvent vous porter préjudice : 47% des recruteurs contrôlent aujourd'hui la **réputation sur internet** de leur cible au cours d'une procédure d'embauche.

Premier service e-réputation satisfait ou remboursé

Nous sommes pleinement conscients qu'une procédure de nettoyage de données ne fonctionne pas dans 100% des cas. La filière des données peut être complexe et faire intervenir de multiples acteurs, souvent basés à l'étranger. Alors que de nombreux prestataires mettent en place une simple obligation de moyens, Zen Reputation est historiquement le **premier nettoyeur du net** à proposer la **garantie satisfait ou remboursé**. Nous nous engageons sur la qualité et vous remboursons les liens qui ne pourront être nettoyés.

39,90 € HT / lien



Références

Bibliographie & webographie

- *Les Journées Nationales du Management 2012*
Rationalité et irrationalité dans la gestion du risque
 - Conférence : Gestion des risques et e-réputation, Hervé Lelong et Grégory Couratier
 - Pour réécouter les conférences et ateliers : <http://www.crcom.ac-versailles.fr/spip.php?article753>
 - Pour lire le programme et la présentation des intervenant : http://eduscol.education.fr/ecogest/actualites/JNM_2012

Références

Bibliographie & webographie

- *E-réputation*, Edouard Fillias et Alexandre Villeneuve, ellipses, 2011
- *E-marketing et e-commerce*, 2^{ème} édition, Pascal Lanoo et Corinne Ankri, Vuibert, 2007
- *Internet Marketing*, Guillaume Ber et Julia Jouffroy, electronic BusinessGroup, 2012
- Site de l'APCE (Cyril Bladier) : <http://www.apce.com/cid137323/e-reputation-comment-la-developper.html?espace=>
- *Diverses sources Internet*



Exemple : Grille de travail pour les SDG



| Programme | | | Dominos Pizza |
|---|--|---|--|
| Thème/Sous-thèmes Questions (problématiques) | Notions/Concepts | Capacités à acquérir | Questions élèves |
| THEME : De l'individu à l'acteur | Evaluation et rétribution de l'activité humaine dans les organisations | <p>Evaluer le coût du travail</p> <p>Etablir un lien entre les conditions de travail et le comportement des individus</p> | <p>Quel est le coût du travail dans la situation des deux salariés de Dominos Pizza ? Le travail représente-t-il ici une charge ou une création de valeur ?</p> <p>Quelles sont les conditions de travail qui peuvent amener à de tels actes ? Comment prévenir de telles situations ?</p> |
| THEME : Information et intelligence collective | Information et communication interne et externe | <p>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)</p> <p>Mesurer le rapport information / communication dans le contenu d'un message</p> <p>Situer le rôle des acteurs et des applications du SI dans un processus de gestion donné</p> | <p>Trouvez des critères de comparaison de l'information puis comparez l'information diffusée par les salariés avec celle diffusée par l'entreprise : Interne ou externe ? Primaire ou secondaire ? Officielle ou informelle ? Valorisante ou dévalorisante ?...</p> <p>Pour l'information diffusée par les salariés puis celle diffusée par l'entreprise : qu'est-ce qui relève de l'information ? De la communication ?</p> <p>Quels sont les éléments du SI qui peuvent permettre à l'entreprise de réagir à une telle situation ?</p> |

| | | | |
|---------------------------------------|---|---|--|
| THEME : Gestion et création de valeur | Valeur perçue : Valeur perçue : image de marque, notoriété, satisfaction, qualité | <p>Utiliser des indicateurs simples pour repérer la valeur perçue produite par l'organisation</p> <p>Repérer (à partir de la notion de valeur ajoutée) les compromis réalisés pour répondre aux attentes des acteurs, du fait des contraintes de ressources et de création de valeur (valeur ajoutée)</p> | <p>Que faut-il mettre en œuvre pour construire une image de marque forte ?</p> <p>En quoi cette image est-elle fragile ?</p> <p>Dans le cas de Domino's Pizza, quelle est la valeur ajoutée apportée par l'entreprise à ses clients ? Qu'est-ce que l'entreprise apporte de « plus » que ses concurrents ?</p> |
| THEME : Evaluation de la performance | <p>Qu'est-ce qu'une organisation performante ?</p> <p>Les décisions de gestion rendent-elles toujours une organisation plus performante ?</p> | <p>Performance commerciale : fidélité, chiffre d'affaires, part termes d'indicateurs et comment la performance de marché</p> <p>Repérer, dans une organisation, en quoi les aspirations des différents acteurs peuvent constituer des contraintes et/ou des opportunités dans la recherche de la performance.</p> <p>Analyser la relation entre le prix, le coût et le niveau de qualité d'un produit ou d'un service ;</p> <p>Prix, coût, marge</p> <p>Qualité (biens et services)</p> | <p>Les deux employés de Domino's Pizza ont contribué à la dégradation de la qualité, est-ce une situation durable ?</p> <p>Comment améliorer la perception de la qualité des produits pour les clients ?</p> |

UTILISATION DE LA MISE EN SITUATION EN MANAGEMENT

& TRAVAILLER LES TRANSVERSALITÉS AVEC LES ENSEIGNEMENTS DE SPÉCIALITÉS

A vous de jouer...

Grille de travail pour MANAGEMENT



| Programme | | | Dominos Pizza |
|--|--|---|---|
| Thème/Sous-thèmes Questions (problématiques) | Notions/Concepts | Capacités à acquérir | Questions élèves |
| T1 Qu'apporte le management à la gestion des organisations ? | Fonctions du management Management stratégique, management opérationnel Décisions stratégiques, décisions opérationnelles Facteurs de contingence | Repérer les éléments constitutifs d'une organisation Repérer dans une organisation simple les problèmes de gestion qui se posent Repérer les décisions relevant du management stratégique et celles relevant du management opérationnel | Retrouvez les décisions de la direction de Dominos-Pizza qui relèvent du management stratégique et celles qui relèvent du management opérationnel |
| T2 La finalité de l'entreprise se limite-t-elle à la réalisation d'un profit ? | Bien service Partie prenante Pérennité Responsabilité sociétale de l'entreprise | Identifier les finalités respectives de chaque forme d'organisation | Identifiez comment les dirigeants gèrent les intérêts divergents des parties prenantes |
| T3 Le système d'information contribue-t-il à l'efficacité de la prise de décision ? | Système d'information Qualité du système d'information Aide à la décision | Repérer le rôle du système d'information dans le processus de prise de décision | Expliquez comment les dirigeants utilisent le SI pour adresser des informations à son environnement |
| T4 Quel mode de production choisir ? Une organisation du travail souple ou rigide ? Comment assurer la cohérence de l'ensemble des tâches ? | Production de services Démarche qualité Division du travail Polyvalence, flexibilité Enrichissement des tâches Modes de coordination Centralisation, décentralisation du pouvoir, Délégation d'autorité Structure rigide, souple | Identifier et justifier le type d'organisation du travail choisi Apprécier le degré de décentralisation du pouvoir de décision Identifier les mécanismes de coordination mis en place Identifier et justifier le choix d'une configuration structurelle rigide ou souple | Identifiez le mode de production chez Dominos'Pizza et sa démarche qualité |

| | | | |
|---|--|---|--|
| T5 Le management peut-il tenir compte de l'intérêt de tous les acteurs de l'organisation ? | Dirigeants d'entreprise privée Style de direction Salarié, Délégué du personnel, syndical Actionnaire | Identifier les différents acteurs dans les organisations, leurs rôles et leurs intérêts Identifier les différents types et styles de direction | Identifiez tous les acteurs en précisant leurs rôles et les intérêts. Que pouvez-vous conclure ? |
| T5 Comment orienter le management des emplois et des compétences selon les besoins de l'organisation | Marché interne, marché externe Flexibilité des RH Politique de formation | Déterminer les moyens d'une politique de management des compétences et d'adaptation aux besoins de l'organisation | Expliquez comment Dominos'Pizza peut répondre à ses besoins immédiats et futurs en RH. |
| T5 Peut-on entretenir durablement la motivation des hommes par la seule rémunération ? | Politique de rémunération... Facteurs de motivation Culture de l'organisation Stress au travail | Identifier les objectifs et les contraintes d'une politique de rémunération Identifier les facteurs de motivation | Montrez comment Dominos'Pizza agit pour gérer ses problèmes de motivation du personnel |

Grille de travail pour RESSOURCES HUMAINES ET COMMUNICATION



| Programme | | | Dominos Pizza |
|---|---|--|--|
| Thème/Sous-thèmes Questions (problématiques) | Notions/Concepts | Capacités à acquérir | Questions élèves |
| T1 Comment faire du cadre juridique du travail, un facteur de motivation ? | <p>La motivation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facteurs internes - Facteurs externes <p>Le cadre de travail :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cadre juridique de la relation de travail - Aménagement du temps de travail : – horaires fixes/variables, – annualisation, – compte épargne-temps. | <ul style="list-style-type: none"> - Expliquer, dans une situation de travail donnée, la manifestation ou, au contraire, l'absence de motivation ; - Identifier des dispositions, réglementaires ou non, qui conditionnent la motivation et l'implication du salarié dans une relation de travail donnée ; - Repérer la variété des aménagements du temps de travail et leur impact sur la vie professionnelle et personnelle du salarié ; - Proposer une ou des solutions, dans une situation-problème donnée, tenant compte de la nécessité d'assurer un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. | Identifiez les raisons possibles du comportement des salariés de Dominos'Pizza dans la vidéo |
| T1 La recherche du mieux au vivre au travail est-elle compatible avec les objectifs de performance ? | <p>Les conditions de travail :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Santé et sécurité : – accidents du travail, – maladies professionnelles et risques psychosociaux, – handicap – souffrance au travail. – Eléments d'ergonomie - Indicateurs sociaux - Responsabilité Sociale de l'entreprise et bien être au travail | <ul style="list-style-type: none"> - Apprécier l'intérêt porté par l'organisation à l'environnement de travail à travers des dispositifs mis en œuvre ; - Repérer les situations de travail à risque ; - Interpréter les grandeurs caractéristiques d'un bilan social ; - Simuler, à l'aide d'un tableur, et interpréter quelques indicateurs de gestion sociale, tels que les taux d'absentéisme, de rotation du personnel, d'accidents du travail et de maladies professionnelles, dans des hypothèses de dégradation ou d'amélioration des conditions de travail ; - Caractériser le bien-être au travail dans le cadre de la responsabilité sociale de l'organisation (RSE) et dans sa recherche d'efficacité du travail ; - Rechercher des mesures simples, de nature ergonomique, pour traiter une situation de dégradation des conditions de travail. | Repérez les conditions de travail des salariés de Dominos'Pizza |

| | | | |
|--|---|---|---|
| <p>T1 Comment passer de la rémunération à la reconnaissance de l'individu au travail ?</p> | <p>La reconnaissance du travail par la rémunération :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Individualisation de la rémunération : primes individuelles et collectives, modulation personnelle, avantages particuliers. - Intéressement, participation, épargne salariale. | <ul style="list-style-type: none"> - Argumenter dans quelle mesure la rémunération peut être ou non un levier de mobilisation et un facteur de motivation; - Recenser les difficultés de mesure de la performance personnelle et du « mérite ». | <p>Argumenter dans quelle mesure la rémunération peut être ou non un levier de mobilisation et un facteur de motivation pour les salariés de Dominos »Pizza</p> |
| <p>T1 Communiquer à l'interne suffit-il à mobiliser ?</p> | <p>La communication au service de la mobilisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Communication interne - Animation d'équipes | <ul style="list-style-type: none"> - Repérer les objectifs de la communication interne ; - Discuter de la réussite ou non d'une opération de communication interne ; - Percevoir l'intérêt des TIC en tant que supports de communication interne. - Caractériser les différentes techniques d'animation des équipes et leurs limites; - Apprécier leur efficacité du point de vue de l'adhésion ou non des équipes aux objectifs de l'organisation | <p>Expliquez comment Dominos'Pizza peut utiliser la communication interne pour mobiliser son personnel</p> |
| <p>T3 En quoi la dynamique d'un groupe peut-elle construire sa cohésion ?</p> | <p>La dynamique de groupe :</p> <ul style="list-style-type: none"> — Leadership — Phénomènes d'influence — Décision de groupe <p>La cohésion des groupes :</p> <p>Facteurs de cohésion</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Caractériser le style de leadership ; - Repérer et analyser les phénomènes d'influence ; - Identifier les particularités de la prise de décision en groupe ; - Apprécier le niveau de cohésion d'un groupe à partir de phénomènes relationnels simples | <p>Montrez comment les salariés de Dominos'Pizza peuvent être influencés dans leur comportement</p> |
| <p>T3 Les tensions professionnelles peuvent-elles renforcer sa cohésion ?</p> | <p>Les relations professionnelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> — Climat relationnel — Conflits, dépassement de conflits | <ul style="list-style-type: none"> - Percevoir et expliquer la dégradation du climat relationnel en milieu de travail ; - Qualifier un conflit et en repérer les conséquences sur le groupe - Proposer des modalités de dépassement du conflit | <p>Proposez différents raisons pouvant expliquer la dégradation du climat relationnel dans une entreprise comme Dominos'Pizza</p> |
| <p>T3 Le dialogue social suffit-il à la cohésion de l'organisation ?</p> | <p>Le climat social :</p> <ul style="list-style-type: none"> — Dialogue social : acteurs, formes, contenus <p>Bilan social : éléments et indicateurs de dialogue social</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Faire le lien entre dialogue social et climat social ; - Proposer des modalités de communication favorisant le dialogue social ; - Repérer en quoi les éléments et indicateurs du bilan social peuvent alimenter le dialogue social. | <p>Indiquez si les dirigeants de Dominos'Pizza ont communiqué pour favoriser le dialogue social</p> |

Grille de travail pour MERCATIQUE



| Programme | | | Dominos Pizza |
|---|--|--|--|
| Thèmes Questions de gestion | Notions | Capacités élèves | Question élèves |
| L'entreprise vend-elle un produit ou une image ? | Composantes de l'offre, marque, qualité, image | <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les caractéristiques d'une offre de service - Analyser l'importance de la marque - En déduire les éléments qui concourent à la création de la valeur perçue | Identifier les composantes de la marque Domino's Pizza . Comparer la valeur perçue de la marque avant et après les événements. |
| Une entreprise doit-elle nécessairement faire de la publicité ? | Cible, Média, support, publicité, promesse Bouche à oreille, buzz, mercatique virale, communication de crise | <ul style="list-style-type: none"> - Identifier l'objet la cible et les objectifs de l'action de communication - Repérer et caractériser les différents moyens de communication utilisés par l'entreprise - Identifier les communications initiées par l'entreprise et celles provenant d'autres acteurs - D'évaluer les conséquences des actions de communication subies - Déterminer l'intérêt et le risque pour l'entreprise de réagir à ces actions | Analyser la politique de communication de Domino's Pizza avant, pendant et après les événements en terme de cible, support, média, promesse... Identifier les acteurs extérieurs à l'entreprise ayant initiés des actions de communication Evaluer les conséquences des actions subies et de la façon dont Domino's Pizza à réagi face à ces actions |

Grille de travail pour GESTION ET FINANCE



| Programme | | | Dominos Pizza |
|---|---|---|--|
| Thèmes Questions de gestion | Notions | Capacités élèves | Question élèves |
| Qu'est-ce qu'une entreprise performante ? | EBE, Résultat d'exploitation, rentabilité économique | <ul style="list-style-type: none"> - Déterminer VA, EBE, RE - Apprécier les effets d'une hausse des charges, d'une nouvelle activité ou d'une baisse de l'activité sur la performance de l'entreprise. | Après avoir fourni les documents comptables d'un restaurant Domino's Pizza de l'année N et N+1 (année où l'incident est intervenu) faire calculer VA, EBE et RE. Faire analyser en quoi l'incident a impacté les résultats et l'image comptable de l'entreprise. |
| Comment gérer la trésorerie pour faire face à ses engagements ? | Budget de trésorerie, compte de résultat prévisionnel et bilan prévisionnel | <ul style="list-style-type: none"> - Recenser les solutions d'équilibrage du budget de trésorerie adaptées à la situation donnée - Elaborer et commenter un compte de résultat et un bilan prévisionnel | Après avoir donné le bilan et budget de trésorerie de l'année N et les prévisions relatives à l'année N+1 (baisse de CA) faire réaliser les documents prévisionnels |

Grille de travail pour SIG



| Programme | | | Dominos Pizza |
|---|--|--|---|
| Thème/Sous-thèmes Questions (problématiques) | Notions/Concepts | Capacités à acquérir | Questions élèves |
| Thème : L'organisation informatisée | <p>Pourquoi la qualité du système d'information est-elle un enjeu pour l'organisation ?</p> <p>Qualités des données et de l'information Processus de gestion, activités, acteurs</p> | <p>Apprécier le rôle d'une information dans un processus de gestion, Enoncer les déterminants de la pertinence d'une information et de décrire les opérations qui contribuent à son obtention, Distinguer les responsabilités des différents acteurs impliqués dans la manipulation de l'information dans un processus de gestion.</p> | <p>Quels liens existent-ils entre la diffusion d'informations chez Domino's Pizza et le fonctionnement de l'organisation ?</p> <p>Comment l'entreprise peut-elle se protéger de la diffusion d'informations non souhaitée ?</p> <p>Quels sont les acteurs dans le buzz de Domino's ? Quel est leur rôle au niveau de l'organisation et au niveau de l'information ?</p> |
| | <p>Les évolutions technologiques sont-elles exemptes de risques pour l'organisation ?</p> <p>Informatique et innovation technologique Identité numérique et image numérique sur les réseaux TIC et responsabilités sociales et environnementales des organisations Risques informatiques Protection des données : aspects réglementaires, aspects organisationnels, aspects techniques</p> | <p>Identifier les changements induits sur les modes de travail, de coordination et d'échange entre acteurs dans une organisation, Relier ces changements aux caractéristiques des solutions numériques utilisées, Repérer les adaptations correspondantes de nature économique, juridique et sociale ; Identifier les principales mesures permettant de réduire l'impact négatif des technologies numériques sur l'environnement. Repérer différents types de risques liés au fonctionnement et à l'usage des technologies numériques, Proposer des solutions de sécurisation en réponse aux risques identifiés et aux obligations d'une organisation concernant la protection des données personnelles.</p> | <p>Par quels processus organisationnels l'entreprise peut-elle se protéger de la diffusion d'informations non souhaitée ?</p> <p>Quelles solutions numériques ont été utilisées par Domino's Pizza pour « réparer » les effets du buzz ?</p> <p>Quels sont les risques liés à l'utilisation des technologies numériques ?</p> <p>Comment prévenir les mauvaises utilisations des technologies numériques ?</p> <p>Comment protéger l'organisation ?</p> |

| | | | |
|---|---|---|--|
| <p>Thème : Communiquer pour collaborer</p> | <p>En quoi les systèmes d'information transforment-ils les échanges entre les acteurs des organisations ?</p> <p>Les outils de l'informatique sociale et leurs usages : réseaux sociaux grand public et réseaux sociaux professionnels, espaces collaboratifs, communautés de pratiques Coordination et collaboration Traces numériques</p> | <p>caractériser une solution technique de communication numérique en matière de qualité, de sécurité et de performance, Repérer les techniques de recueil de traces et de données personnelles et les possibilités de leur exploitation bienveillante ou non, Définir les règles d'usage d'un service de communication et d'échanges afin d'en maîtriser les risques, Repérer et expérimenter des modes de création, de diffusion, de partage et de valorisation de contenus, Identifier les questions de nature éthique et juridique posées par les échanges et la diffusion de contenus</p> | <p>Comment Domino's Pizza utilise le buzz négatif pour renforcer sa qualité et sa cohésion interne ?</p> <p>Comment effacer des informations indésirables sur Internet</p> <p>Définir une charte de bonne conduite à destination des employés de Domino's Pizza</p> <p>Qu'est-ce que l'éthique en matière de communication ?</p> <p>Jusqu'où peut-on maîtriser l'information ?</p> |
| <p>Thème : Rechercher la performance du système d'information</p> | <p>Comment la fonction système d'information accompagne-t-elle les choix de l'organisation ?</p> <p>Veille technologique Externalisation Budget</p> | <p>Identifier les activités liées à la gestion du système d'information et la diversité des métiers associés, Distinguer les prestations internalisées des prestations externalisées.</p> <p>Apprécier l'adéquation du choix d'une technologie à une décision stratégique ou à un choix d'organisation</p> <p>identifier et quantifier les ressources (matérielles, immatérielles, humaines) mises en œuvre dans le cadre d'un projet</p> | <p>Suite au buzz négatif, quelles activités peuvent-être internalisées par Domino's Pizza ? Les quelles peuvent-être externalisées ?</p> <p>Les réactions du PDG de l'entreprise vous semblent-elles adaptées ? Quelles autres réactions pouvez-vous proposer ?</p> <p>Quelles ressources ont-été mises en œuvre en réaction au buzz négatif ?</p> |