

3 raisons pour lesquelles votre transformation numérique pourrait échouer

Viser le succès en
évitant les obstacles





Lindsay McEwan
SVP et GM, EMEA
Tealium

Les stratégies de transformation numérique sont actuellement au premier plan des préoccupations de chacun. Qu'il s'agisse de les écrire, de les mettre en œuvre, de les accélérer ou de les terminer.

C'est pourquoi, à mon avis, le moment n'a jamais été aussi propice pour écouter les sages paroles contenues dans ce guide, prononcées par des homologues du secteur de Barceló Hotel Group et d'Abbott. À cet égard, Johanna et Cristian exposent clairement les points essentiels sur lesquels il faut se concentrer et se poser des questions, quelles que soient vos avancées dans le processus. La question essentielle pour moi, aussi évidente que cela puisse paraître, est la suivante : qu'espérez-vous obtenir ?

Trop souvent, comme le souligne ce guide, les entreprises se laissent emporter par les nouvelles technologies sans se poser la question fondamentale de savoir ce que vous attendez de la technologie.

Autre élément clé : comment s'intégreront-elles ? Seront-elles perturbatrices, que ce soit pour votre stack technologique existant, vos processus ou vos équipes ? Comment surmonter ce problème ?

Avez-vous le personnel nécessaire pour les faire fonctionner ? Les nouvelles technologies, aussi merveilleuses soient-elles, ont toujours besoin de collaborateurs efficaces et intelligents pour les faire fonctionner. Il vous faut des équipes qui se concentrent sur un objectif final collaboratif et qui travaillent en synchronisation dans toute l'organisation pour exécuter et réaliser le rêve de toute stratégie de transformation numérique.

J'espère que vous apprécierez ce guide. Il constitue un très bon point de départ pour éviter les pièges tendus par ceux qui nous ont précédés.

Rencontrez les auteurs



Johanna Alvarez
Responsable Web Analytics,
AdTech et Attribution
Barceló Hotel Group

Économiste dans l'âme et spécialisée dans l'utilisation des données, principalement par le biais de l'analyse web et de la modélisation d'attribution, Johanna pilote et génère le succès de Barceló Hotel Group grâce à l'équipe chargée des données.

Participant activement au projet de transformation numérique de Barceló, Johanna est convaincue que des données pleinement exploitées peuvent être le meilleur allié pour maximiser le potentiel du marketing digital puis augmenter les revenus d'une entreprise grâce à une meilleure compréhension de ses clients.

Professionnel des technologies d'entreprise, Cristian est passionné par le marketing digital, toutes les technologies orientées vers le consommateur et l'aspect humain de leur mise en œuvre.

Actuellement à la tête de la fonction informatique commerciale d'Abbott Nutrition pour le Moyen-Orient, l'Afrique et le Pakistan, Cristian a une longue expérience du secteur de la santé.

Johanna et Cristian ont tous deux été au cœur de projets de transformation numérique pendant un certain nombre d'années, en gérant l'intégration de la technologie dans le monde des affaires. Qu'il s'agisse d'un système de Tag Management, d'un CRM, d'une CDP ou d'un outil de visualisation, Johanna et Cristian ont tous deux pu constater de visu que certains éléments sont fondamentaux pour la réussite d'un projet de transformation numérique (et d'autres peuvent y faire obstacle).

Autour d'un café matinal, alors qu'ils partageaient sur comment sensibiliser à la Transformation Numérique, ils ont eu l'idée de collaborer. Il y a d'abord eu un blog commun sur le sujet, avec bien d'autres choses à ajouter, puis cet e-book avec Tealium. L'un des enseignements que tout lecteur tirera de cet e-book est que la technologie est fondamentale dans votre processus de transformation numérique, mais qu'elle doit être alimentée pour donner les résultats escomptés.

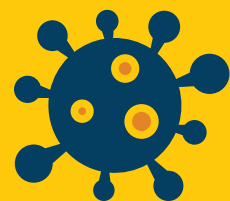
Il est temps pour Johanna et Cristian de détailler ce côté moins joli de la technologie !



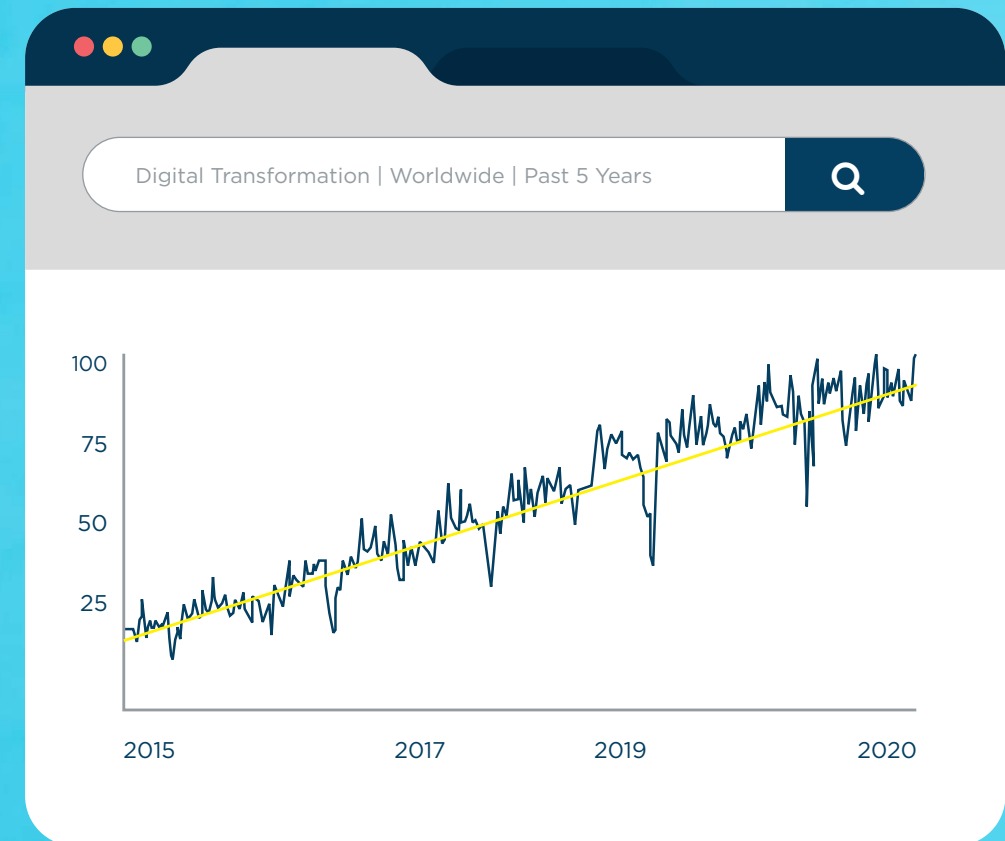
Cristian Ciccioli
Directeur, Gestion des relations
d'affaires
Abbott

Les attentes sont montées en flèche

Au cours des **cinq dernières années**, les projets de transformation numérique ont connu **un véritable essor dans le monde entier**. De plus en plus d'entreprises perçoivent la valeur mais aussi la nécessité de transformer leurs organisations pour répondre aux attentes d'**utilisateurs** de plus en plus **informés et donc plus exigeants**.



L'intérêt le plus récent a été déclenché par la pandémie et le besoin évident qui en découle de redéfinir et de reconsidérer nos entreprises afin d'essayer de les maintenir à flot face à ce nouveau défi.



Cet intérêt croissant pour la transformation numérique est visible dans le graphique suivant qui contient les recherches Google liées à ce terme. En outre, bien que les quelques dernières années aient été intenses, une augmentation encore plus importante est attendue dans le nombre d'entreprises qui décident de lancer leurs projets de transformation numérique.

Toutefois, cette intention de transformer numériquement une entreprise ne découle pas toujours d'un besoin interne, mais est plutôt motivée, en d'innombrables occasions, par l'« effet miroir ». L'effet miroir n'est rien d'autre que de vouloir suivre les traces des autres sans s'arrêter pour réfléchir à toute une série de facteurs qui déterminent la réussite potentielle du projet.

Il en résulte qu'un grand nombre d'entreprises échouent dans leurs propres tentatives de transformation numérique ou, si elles parviennent à une certaine réussite, les résultats obtenus sont bien en deçà de ceux escomptés.

Aussi, dans ce guide, nous souhaitons vous faire part des trois raisons pour lesquelles les projets de transformation numérique échouent souvent, afin que vous puissiez en tenir compte lorsque vous évalueriez le besoin d'ajouter une nouvelle plateforme à votre stack technologique. Espérons que vous puissiez les éviter avant qu'il ne soit trop tard.

..... Allons-y !

Le trinôme indivisible : la technologie, le talent et les processus.

Réflexions de Cristian :

Afin d'expliquer de manière très simple ce qu'est ce trinôme indivisible, je vais faire un petit tour dans le passé.



J'ai encore le souvenir indélébile de mon grand-père, horloger, avec son monocle déplaçant des dizaines de pièces dans un espace aussi limité qu'une montre-bracelet. C'était un travail de précision, de patience et de souci du détail. Il n'avait aucune marge d'erreur, le travail devait être parfaitement accompli pour que la montre fonctionne correctement.

Nous y trouvons quelques exemples extrêmes, comme le « Calibre 89 » de Patek Philippe qui est probablement la montre la plus complexe jamais fabriquée. Elle contient un total de 1 728 pièces, chacune remplissant sa propre fonction. Il suffisait qu'une de ces pièces soit mal placée pour que la montre ne fonctionne pas comme prévu.

Une mécanique similaire a lieu dans les entreprises, d'où l'existence de différents départements.

Cela dit, il est probable que l'innovation, le progrès et le changement peuvent tous être attribués à l'un de ces trois groupes : la technologie, le talent et, inévitablement, les processus.

Une véritable transformation numérique doit sérieusement prendre en compte ces trois aspects de manière égale, sinon la montre commerciale ne générera pas les bénéfices escomptés.

Saisissons l'occasion pour évoquer les 3 éléments qui échouent généralement dans les projets de transformation numérique :

- 1 Vous considérez la technologie comme un super-héros solitaire
- 2 Vous sous-estimez l'importance du talent humain
- 3 Vous intégrez la technologie sans réadapter les processus de votre entreprise



Une véritable transformation numérique doit sérieusement prendre en compte ces trois aspects de manière égale, sinon la montre commerciale ne générera pas les bénéfices escomptés.

1

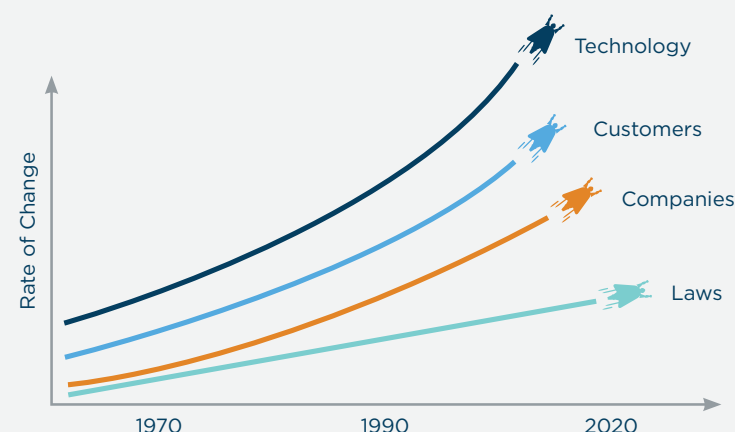
Vous considérez la technologie comme un super-héros solitaire

Soyons honnêtes, vous souvenez-vous d'un de vos super-héros préférés progressant seul à 100 % ?

Sans doute pas et en matière de technologie, il n'y a pas de grande différence.

C'est pourquoi, si l'on considère le monde des affaires et plus particulièrement la transformation numérique, il convient d'analyser quatre éléments interconnectés : la technologie, les utilisateurs, les entreprises et la législation.

Toutefois, le problème est que, bien qu'ils soient interconnectés, comme nous le verrons plus loin, ils évoluent tous à des rythmes différents, ce qui ajoute une difficulté supplémentaire dans notre processus de prise de décision.



Nous devons savoir si nos utilisateurs, notre entreprise et les lois qui nous concernent sont en quelque sorte harmonisés ou prêts pour cette nouvelle technologie.

Un bon exemple qui nous vient à l'esprit est le secteur bancaire : bien que la majeure partie soit largement numérisée, il existe toujours beaucoup de branches qui permettent aux clients pas-si-numériques de continuer à procéder comme ils en ont l'habitude.

Néanmoins, il est facile d'oublier l'importance de se poser certaines bonnes questions dès que l'on perçoit les résultats incroyables que l'on peut obtenir en intégrant la technologie dans son entreprise. Mais, pour revenir à l'exemple des super-héros, le succès de cette technologie sera toujours entouré des capacités dont vous disposez dans votre entreprise pour l'utiliser et de l'ouverture de vos utilisateurs pour l'accepter.

Voici notre plus importante découverte jusqu'à présent : Commencez par vos objectifs

On dit que le **toujours** et le **jamais** n'existent pas, mais c'est une exception. Vous devez **toujours**, vraiment **toujours** commencer par vous demander quels sont les besoins et les objectifs de votre entreprise. À partir de là, commencez à élaborer et à rechercher sur le marché des technologies qui vous permettent de remplir cette mission.

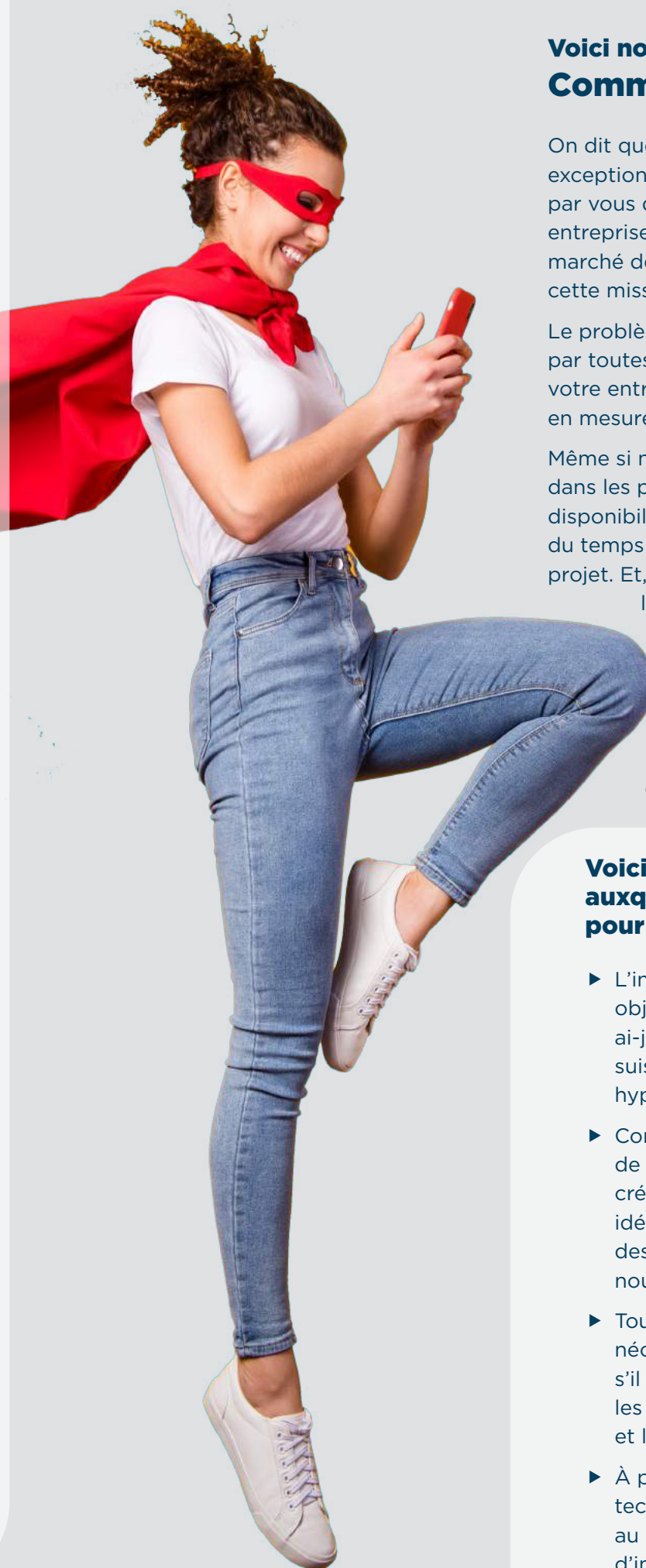
Le problème, si l'on procède à l'inverse, est de risquer d'être aveuglé par toutes les choses étonnantes que la technologie pourrait faire pour votre entreprise sans prendre le temps d'analyser si vous êtes vraiment en mesure d'en tirer le maximum.

Même si nous analyserons cet aspect de manière plus approfondie dans les points suivants, lorsque nous parlons de faisabilité ou de disponibilité, nous faisons référence au fait de disposer des personnes, du temps et des ressources financières nécessaires à la réussite du projet. Et, avant tout, de s'assurer que ce nouvel ajout concorde avec la maturité de l'entreprise.

À titre d'exemple, imaginez que vous signez votre contrat pour une première année avec une solution de visualisation de big data, mais que personne n'a pris le temps de « préparer » les données. Au début, les premiers mois du contrat seront gaspillés. C'est le genre de choses que vous voulez éviter.

Voici quelques questions intéressantes auxquelles nous vous recommandons de réfléchir pour l'instant :

- ▶ L'inclusion de cette technologie est-elle conforme aux objectifs de l'entreprise ? En d'autres termes, si je l'inclus, ai-je des cas d'usage qui correspondent à mes objectifs ou suis-je simplement séduit par le retour sur investissement hypothétique qui m'est proposé ?
- ▶ Comment cette plateforme peut-elle être intégrée au reste de mon stack ? Et ce point est fondamental pour éviter la création d'un Frankenstein technologique. Dans un scénario idéal, sauf dans des cas très spécifiques, nous devons trouver des moyens clairs et relativement faciles pour connecter les nouvelles technologies à l'existant.
- ▶ Toutes les fonctionnalités de cette plateforme sont-elles nécessaires pour mon stack ? Il est essentiel de comprendre s'il y a ou non des chevauchements de fonctionnalités entre les plateformes/les outils que vous avez déjà dans votre stack et la nouvelle technologie elle-même.
- ▶ À première vue, l'entreprise est-elle prête pour cette nouvelle technologie ? Et si ce n'est pas le cas, quels changements au niveau de l'entreprise pourraient permettre, selon vous, d'inclure la technologie ?



2

Vous sous-estimez l'importance du talent humain

La technologie a évolué très rapidement au cours des dernières décennies, mais **nous n'avons pas atteint le stade où des machines intelligentes qui dépassent les humains sont créées - également connu sous le nom de théorie de la singularité** (du moins pas encore !).

Le talent humain reste un élément central de la réussite de tout projet de transformation numérique.

Ce domaine est probablement le plus ignoré par les entreprises lorsqu'elles songent à la transformation numérique, sûrement parce qu'il est le plus difficile à gérer.

Lorsque nous évoquons le talent, nous faisons référence à la fois au talent des personnes déjà présentes dans l'entreprise et à l'intégration de nouvelles personnes qui peuvent être spécifiquement nécessaires à un développement qui n'a pas encore eu lieu dans l'entreprise.

Une remarque sur les talents déjà présents dans l'entreprise :

Réflexions de Johanna

J'ai récemment participé à une conférence aux côtés de Tealium. Lors de la séance de questions-réponses, quelqu'un a demandé : comment gérez-vous le changement pour des équipes existantes ?

C'était la question parfaite pour le contexte de la conférence, car en fait, la gestion du changement est très pertinente dans les projets de transformation numérique.

Indépendamment de ce que vous voulez changer ou de la manière dont vous voulez le changer, une chose est claire : pour y parvenir, il vous faut un groupe de personnes qui vous font confiance, à vous et au projet, et qui sont prêtes à le faire avancer.

Nous avons tous deux appris au fil des ans que les projets très perturbateurs génèrent de l'incertitude et l'incertitude peut amener de nombreux membres de votre équipe à réfléchir aux nombreuses possibilités de ce qui pourrait mal se passer.

La gestion du changement vise à faire de l'inclusion, de l'ouverture et du partage d'information une partie intégrante du projet. L'inclusion, bien sûr, permet à chacun de se considérer partie prenante de cette nouvelle étape et le fait d'être ouvert et informatif vous permettra d'éviter que les membres de votre équipe ne créent des réalités parallèles.

Par des conversations proactives, vous devez être en mesure de donner le maximum d'informations pour éviter que les frustrations et les doutes n'envahissent l'équipe. Vous devez superviser la vision future de l'entreprise. Pour cela, il faut pratiquer une honnêteté radicale, et non des manœuvres politiques qui ne rassurent que quelques personnes à court terme.

Une remarque sur les nouveaux talents :

De nombreuses entreprises commettent des péchés sur ce point précis.

La réalité est que, dans bien des cas, le lancement d'un projet de transformation numérique ou sa mise en œuvre nécessite des connaissances très spécifiques.

Ajouter la technologie sans réfléchir d'abord à qui va l'exploiter, c'est comme acheter une Ferrari sans avoir de permis de conduire. La technologie à elle seule ne suffit pas et vous aurez toujours besoin de mains et de cerveaux pour soutenir la technologie et de suffisamment de compétences pour en tirer le maximum.

Lors de la conférence que nous avons mentionnée précédemment, ce sujet a été abordé sous un angle totalement nouveau : parlons du burnout.

En tant que chefs d'équipe et responsables, nous devons vraiment commencer à penser au coût humain de l'incapacité à dimensionner correctement nos équipes. En outre, le fait d'attribuer des responsabilités excessives, de fixer des délais irréalistes ou de ne pas se soucier du bien-être des personnes avec lesquelles nous travaillons représente également un coût important pour l'entreprise.



Le talent humain reste très important pour la réussite de tout projet de transformation digitale.



Si l'on s'en tient au seul facteur commercial, la sous-utilisation de la technologie est l'une des principales raisons pour lesquelles les entreprises finissent par ne pas voir la valeur d'un élément technologique.

Cela peut simplement être dû au fait que :

- Les membres de votre équipe ne disposent pas des connaissances nécessaires pour l'utiliser pleinement.
- Les membres de votre équipe disposent bien des connaissances nécessaires, mais n'ont pas le temps de les utiliser pleinement.

Ces deux points nous ramènent au talent humain et à son importance pour l'entreprise.

Un excellent exemple est la manière d'opérer de Netflix. Ils savent très bien que l'innovation et le progrès ne peuvent être réalisés qu'avec un grand groupe de personnes.



Voici quelques questions à garder à l'esprit :

- De quel type de compétences, de capacités, d'expérience et de connaissances ai-je besoin pour tirer le meilleur parti de la nouvelle technologie ?
- Comment mon équipe sera-t-elle affectée par la nouvelle inclusion ?
- Comment vais-je gérer le changement ? Par exemple, si un membre de mon équipe a l'impression que son poste est menacé ? Si oui, comment vais-je gérer cela ?
- De quel budget et de quels fournisseurs est-ce que je dispose ?
- Y a-t-il quelqu'un en particulier dans l'équipe qui peut prendre en charge le projet / l'exploitation de la nouvelle technologie ?
- Si la réponse ci-dessus est négative, ai-je la capacité de lancer un processus de sélection pour trouver la bonne personne ?

3

Vous intégrez la technologie sans réadapter les processus de votre entreprise :

Revenons d'abord au cas de Netflix. Ils pensent que l'innovation et les créateurs s'épanouissent dans un environnement sans processus. Par ailleurs, lorsque le talent humain est négligé, nous finissons presque inévitablement par mettre en place des processus dans toute l'entreprise. Cela fait du bien, nous nous sentons en contrôle, non ?

Pourtant, nous sommes désolés de vous dire que les processus d'entreprise sont des tueurs d'innovation et de créativité. Ils gardent les choses bien rangées, alors que la plupart du temps, la créativité, le mouvement et la croissance sont plutôt désordonnés. Vous devez être prêt à faire des erreurs, à les corriger rapidement et à en tirer des leçons, c'est l'essence même de la transformation numérique. À essayer de nouvelles façons de faire, différentes et plus numérisées.

Le deuxième problème le plus courant est que ces processus sont en place mais que l'on ne sait pas comment ils seront affectés par l'inclusion de la technologie.

Comme dans le cas de la sous-évaluation des talents, cela générera une série de résultats négatifs. La combinaison de ces éléments entraîne que vous sous-utilisez votre stack technologique et que vous êtes loin des objectifs que vous avez fixés au début du projet.



Imaginons maintenant que vous avez sous-estimé l'importance du talent humain et que vous avez créé de nombreux processus pour savoir qui fait quoi et quand.



Voici quelques questions utiles à garder à l'esprit :

- ▶ Existe-t-il des processus dans mon entreprise et, si oui, comment vont-ils être affectés par cette nouvelle technologie ?
- ▶ Ai-je actuellement la capacité d'ajuster les processus ? Si la réponse est non, quand pourrai-je le faire ?
- ▶ Quels processus ou quelles personnes seront affectés de manière positive ou négative par l'inclusion de cette nouvelle technologie ?
- ▶ L'inclusion de cette technologie améliore-t-elle généralement les processus et donc le délai de mise sur le marché ? Ou, au contraire, est-ce que j'améliore une partie mais empire les autres ?

Maintenant, supposons que vous avez réussi à atteindre ce point en restant indemne ! Vous avez défini les responsabilités de vos équipes, vos objectifs sont clairs et l'équipe de mise en œuvre est impliquée et motivée.



Maintenant, la question à un million de dollars. Comment savoir si nous nous y prenons correctement ?

La définition de la réussite d'un projet de transformation numérique



**Réussite :
obtenir les résultats
souhaités ou espérés.**

La définition de la réussite est l'une des choses les plus subjectives qui existent dans le monde personnel et professionnel, il est donc essentiel de lier la réussite du projet à des objectifs SMART.

Nous sommes sûrs que vous en avez entendu parler une centaine de fois, mais au cas où, les objectifs SMART vous permettent d'être très clair sur ce que vous voulez atteindre et sur le temps dont vous disposez pour y parvenir (Simples Mesurables Atteignables Réalistes Temporisés).

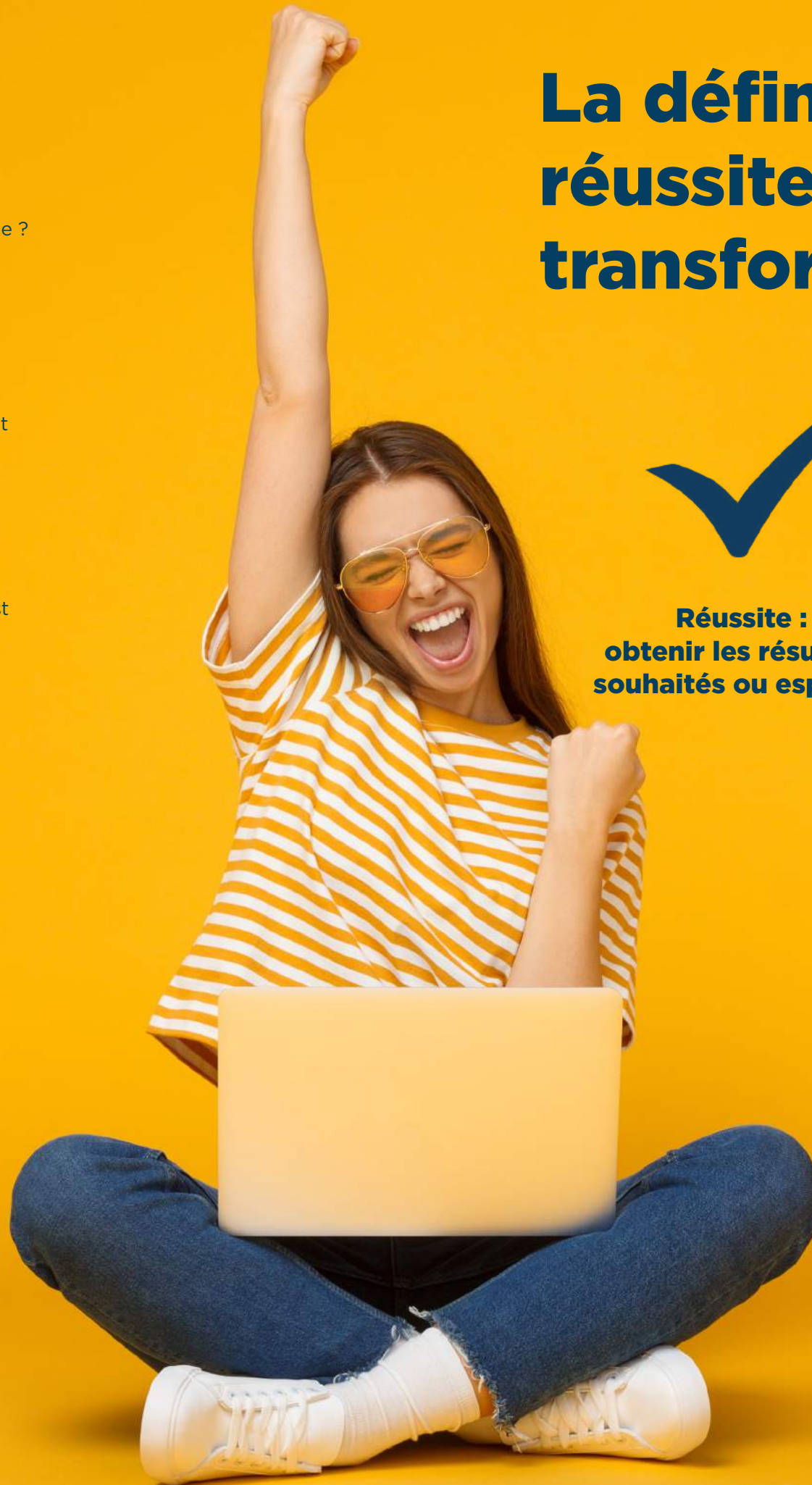
Lorsqu'il s'agit de définir des objectifs, nous avons deux options :

- ▶ Se concentrer sur le résultat final.
- ▶ Se concentrer sur l'ensemble du parcours qui mène à ce résultat final.

À titre d'exemple, l'amélioration de l'expérience des utilisateurs qui interagissent avec nos actifs numériques est l'un des objectifs susceptibles de générer un meilleur rendement à long terme.

En 2019, l'expérience est devenue l'élément le plus important pour l'utilisateur, dépassant le produit et le prix. 67 % des utilisateurs sont prêts à payer davantage pour un produit s'il garantit une meilleure expérience.

Les objectifs fixeront la direction, mais, comme nous l'avons déjà mentionné, le processus de transformation numérique doit être considéré comme un projet aux résultats à long terme. Cela génère un conflit, car il est évident que toute une série des besoins actuels de l'entreprise doivent continuer à être satisfaits.



Nécessité de changer la cible

Lorsque nous parlons de changement de cible, nous voulons dire que toutes les équipes d'une entreprise doivent être guidées par le même objectif défini, qu'il s'agisse d'obtenir la meilleure expérience utilisateur, de minimiser les investissements ou les deux.

Chacun est également responsable de la réalisation de l'objectif. Toutefois, en poursuivant cet objectif, nous avons toujours une vision à court terme et une vision à long terme.

Utilisons une analogie pour expliquer l'idée du changement de cible. Avez-vous déjà essayé d'allumer les feux de route et les feux de croisement de votre voiture en même temps ?

Voici deux options :

- ▶ Vous avez essayé et avez vu que ce n'était pas possible.
- ▶ Vous ne l'avez même pas envisagé parce que vous savez qu'à ce moment-là, vous voulez l'un ou l'autre, mais pas les deux.

Cependant, même si la même idée s'applique à une entreprise, de nombreux dirigeants sont déterminés à faire en sorte que la même équipe prenne la responsabilité des deux tâches et les accomplisse.

L'absence de responsabilités délimitées, conjuguée à un manque de clarté quant à la cible (court ou long terme), est l'un des plus grands déclencheurs de conflits entre des équipes, ce qui résulte en de nombreux problèmes mais en peu d'actions. Au final, cela ne fait qu'**éloigner l'entreprise de la réalisation des objectifs** qu'elle a définis au départ.

Au fil du temps, vous franchirez des étapes, mais ce type de projet sera *toujours en cours*.

En matière de transformation numérique, le moment où l'on termine de mettre en œuvre une nouvelle technologie est généralement celui où le projet commence réellement, avec l'exploitation de la technologie, la mise en œuvre des cas d'usage, etc.

La nouvelle création ou l'intégration d'une technologie dessine une nouvelle voie vers un futur que nous avons encore à traverser, ce qui apportera des avantages à l'entreprise à moyen et à long terme. Par conséquent, nous devons toujours garder à l'esprit **les mesures, la maintenance et l'évolution**, afin d'avoir une vision durable de ce futur.

Les responsables du projet ont une tâche qui est sans doute aussi importante que le développement du projet lui-même : gérer les attentes et donner visibilité au projet.



Les projets de transformation numérique impliquent un niveau élevé d'investissement de la part de l'entreprise, c'est pourquoi la gestion des attentes (quand une certaine étape est censée être atteinte) et la visibilité du projet sont essentielles pour maintenir une confiance totale dans sa viabilité et la valeur qu'il apportera à l'entreprise.



Conclusion



La technologie seule ne vous donnera pas de résultats exceptionnels. Elle capte l'attention des gens, elle fascine et elle nous interpelle facilement. Mais la vraie différence, la **magie, est toujours créée par l'humain**. Surtout par ceux qui, avec ou sans la technologie, sont les instigateurs du changement.



Se concentrer exclusivement sur les résultats finaux est limitatif : consacrez plus de temps aux **facteurs qui génèrent le résultat attendu, au processus**. Ce sont les petites zones de progrès qui mènent réellement à la réussite que nous visons.



Que vous le vouliez ou non, le monde évolue, notamment sur le plan technologique. Vous pouvez décider de ne pas vous adapter et de continuer à fonctionner comme vous l'avez fait les dernières années parce que « cela a toujours bien fonctionné », mais vous ne ferez que creuser l'écart entre vous et vos concurrents et, au moment où vous vous y attendrez le moins, ils deviendront imbattables.



Tirez les leçons de Nokia, leur projet de transformation numérique a échoué, car les équipes internes n'étaient pas sur la même longueur d'onde. Cela a donné lieu à des perturbations internes sur les stratégies et à la non-implication des principaux membres d'équipe. Si vous voulez être à la pointe du marché, **participez au changement**.



Avec votre projet, vous venez juste de semer une graine. C'est une excellente première étape, certes, mais elle cessera d'exister si vous n'**entretenez pas la croissance de ce projet, son développement et sa viabilité future**. Après tout, vous ne voulez pas que cet effort soit vain, vous voulez contribuer à la croissance globale de l'écosystème organisationnel.



Collecter, enrichir et agir sur les données client

Tag Management • Hub API • Customer Data Platforme • Data Management et Machine Learning

Tealium connecte vos données client web, mobile, offline et objets connectés pour que vous puissiez vous connecter à vos clients. L'écosystème d'intégration clé en main de Tealium supporte plus de 1300 fournisseurs et technologies client-side et server-side permettant aux marques de créer une infrastructure de données client unifiée et en temps réel. Collecter, enrichir et activer vos données clients. L'Universal Data Hub de Tealium comprend la gestion de tags, un API hub, une Customer Data Platform avec machine learning ainsi que des solutions de data management. Les données client ont alors une plus forte valeur, sont plus facilement disponibles et mieux sécurisées. Cela permet en temps-réel aux entreprises de tirer partie des

données pour créer des expériences digitales riches et mieux personnalisées avec les différentes équipes, technologies et les multiples points d'interactions client. Plus de 1000 entreprises dans le monde entier font confiance à Tealium pour piloter leur stratégie de données clients.

Pour en savoir plus, veuillez
consulter tealium.com

