

# Identification du module

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Numéro de module        | 626   |
| Titre                   | Choisir les canaux et les outils numériques selon la situation  |
| Compétence              | Sur la base d'un besoin concret de collaboration, sélectionner les canaux et outils numériques de soutien de manière spécifique au groupe cible et adaptée à la situation et préparer leur introduction et leur exploitation dans une organisation.   |
| Objectifs opérationnels | <p>1 Analyser et vérifier conjointement avec le mandant le besoin de collaboration.</p> <p>2 Identifier et décrire les groupes cibles pertinents de la collaboration.</p> <p>3 Définir les objectifs et les mesures spécifiques au groupe cible pour la collaboration numérique, en tenant compte des risques et des pièges éventuels.</p> <p>4 Déterminer les exigences de collaboration en fonction des besoins du client.</p> <p>5 Définir les canaux spécifiques au groupe cible.</p> <p>6 Sélectionner les outils de collaboration appropriés pour chaque canal.</p> <p>7 Définir les mesures techniques et organisationnelles nécessaires à l'introduction et à l'exploitation des canaux et outils en collaboration avec les divisions spécialisées.</p> |
| Domaine de compétence   | Business Engineering  |
| Objet                   | Besoins concrets de collaboration d'une organisation avec une gestion définie des services ICT.   |
| Version du module       | 1.0   |
| Créé le                 | 01.06.2021  |

# Connaissances opérationnelles nécessaires

Les connaissances opérationnelles nécessaires décrivent les savoirs qui contribuent à l'exécution compétente des actions d'un module. La définition de ces connaissances est fournie à titre indicatif et n'est pas exhaustive. La concrétisation des objectifs de formation et la définition du chemin d'apprentissage en vue d'acquérir ces compétences incombent aux prestataires de formation.

|   |   |  |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
|---|---|--|-----|---|--|-----|---|--|-----|---|--|-----|--|--|-----|---|---|-----|--|--|-----|--|--|-----|---|--|-----|--|---|-----|---|
| Numéro de module  | 626   |  |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
| Titre   | Choisir les canaux et les outils numériques selon la situation  |  |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
| Compétence  | Sur la base d'un besoin concret de collaboration, sélectionner les canaux et outils numériques de soutien de manière spécifique au groupe cible et adaptée à la situation et préparer leur introduction et leur exploitation dans une organisation. |  |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
| Objectifs opérationnels et connaissances opérationnelles nécessaires  |   |  |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
| <table border="1"><tr><td>1</td><td>1.1</td><td>Connaître différentes techniques de questionnement (par exemple question ouverte, question fer-mée, question circulaire, question à échelle) et pouvoir expliquer leur utilisation et leurs bénéfices en dialoguant avec le client.</td></tr><tr><td></td><td>1.2</td><td>Connaître les rôles typiques dans l'ingénierie de la collaboration et pouvoir expliquer leurs tâches dans le développement d'un processus de collaboration.</td></tr><tr><td></td><td>1.3</td><td>Connaître les 6 niveaux de l'ingénierie de la collaboration (objectifs de collaboration, produits de groupe, activités de groupe, procédures de groupe, outils de collaboration, comportement de collaboration) et pouvoir expliquer leur importance dans le développement d'un processus de collaboration.</td></tr><tr><td></td><td>1.4</td><td>Connaître le modèle de collaboration 3C et 4C (communication, coordination, coopération, collaboration).</td></tr><tr><td></td><td>1.5</td><td>Connaître le Business Model Canvas pour analyser et décrire les modèles d'entreprise et les transactions et pouvoir expliquer son importance dans la clarification d'un besoin du client.</td></tr><tr><td>2</td><td>2.1</td><td>Connaître les caractéristiques démographiques (par exemple âge, sexe, lieu de résidence), les caractéristiques socio-économiques (par exemple profession, éducation, revenu), les caractéristiques psychographiques (par exemple motivation, style de vie, valeurs) et les caractéristiques comportementales (par exemple l'utilisation des médias) pour identifier et définir des groupes cibles.</td></tr><tr><td></td><td>2.2</td><td>Connaître les méthodes qualitatives d'analyse des groupes cibles (par exemple diagramme d'affinité, entretien avec un groupe cible, recherches ethnographiques dans les médias sociaux).</td></tr><tr><td></td><td>2.3</td><td>Connaître les méthodes quantitatives d'analyse des groupes cibles (par exemple enquêtes, analyses du web et du trafic, études de marché).</td></tr><tr><td></td><td>2.4</td><td>Connaître les méthodes et techniques de description et de classification des groupes cibles (par exemple Persona, User Stories, Empathy Map, Sinus Milieus).</td></tr><tr><td>3</td><td>3.1</td><td>Connaître les risques et les pièges typiques des canaux et outils numériques.</td></tr></table> |   | 1  | 1.1 | Connaître différentes techniques de questionnement (par exemple question ouverte, question fer-mée, question circulaire, question à échelle) et pouvoir expliquer leur utilisation et leurs bénéfices en dialoguant avec le client. |  | 1.2 | Connaître les rôles typiques dans l'ingénierie de la collaboration et pouvoir expliquer leurs tâches dans le développement d'un processus de collaboration. |  | 1.3 | Connaître les 6 niveaux de l'ingénierie de la collaboration (objectifs de collaboration, produits de groupe, activités de groupe, procédures de groupe, outils de collaboration, comportement de collaboration) et pouvoir expliquer leur importance dans le développement d'un processus de collaboration. |  | 1.4 | Connaître le modèle de collaboration 3C et 4C (communication, coordination, coopération, collaboration). |  | 1.5 | Connaître le Business Model Canvas pour analyser et décrire les modèles d'entreprise et les transactions et pouvoir expliquer son importance dans la clarification d'un besoin du client. | 2 | 2.1 | Connaître les caractéristiques démographiques (par exemple âge, sexe, lieu de résidence), les caractéristiques socio-économiques (par exemple profession, éducation, revenu), les caractéristiques psychographiques (par exemple motivation, style de vie, valeurs) et les caractéristiques comportementales (par exemple l'utilisation des médias) pour identifier et définir des groupes cibles. |  | 2.2 | Connaître les méthodes qualitatives d'analyse des groupes cibles (par exemple diagramme d'affinité, entretien avec un groupe cible, recherches ethnographiques dans les médias sociaux). |  | 2.3 | Connaître les méthodes quantitatives d'analyse des groupes cibles (par exemple enquêtes, analyses du web et du trafic, études de marché). |  | 2.4 | Connaître les méthodes et techniques de description et de classification des groupes cibles (par exemple Persona, User Stories, Empathy Map, Sinus Milieus). | 3 | 3.1 | Connaître les risques et les pièges typiques des canaux et outils numériques. |
| 1   | 1.1   | Connaître différentes techniques de questionnement (par exemple question ouverte, question fer-mée, question circulaire, question à échelle) et pouvoir expliquer leur utilisation et leurs bénéfices en dialoguant avec le client.  |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
|   | 1.2   | Connaître les rôles typiques dans l'ingénierie de la collaboration et pouvoir expliquer leurs tâches dans le développement d'un processus de collaboration.  |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
|   | 1.3   | Connaître les 6 niveaux de l'ingénierie de la collaboration (objectifs de collaboration, produits de groupe, activités de groupe, procédures de groupe, outils de collaboration, comportement de collaboration) et pouvoir expliquer leur importance dans le développement d'un processus de collaboration.  |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
|   | 1.4   | Connaître le modèle de collaboration 3C et 4C (communication, coordination, coopération, collaboration).   |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
|   | 1.5   | Connaître le Business Model Canvas pour analyser et décrire les modèles d'entreprise et les transactions et pouvoir expliquer son importance dans la clarification d'un besoin du client.  |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
| 2   | 2.1   | Connaître les caractéristiques démographiques (par exemple âge, sexe, lieu de résidence), les caractéristiques socio-économiques (par exemple profession, éducation, revenu), les caractéristiques psychographiques (par exemple motivation, style de vie, valeurs) et les caractéristiques comportementales (par exemple l'utilisation des médias) pour identifier et définir des groupes cibles. |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
|   | 2.2   | Connaître les méthodes qualitatives d'analyse des groupes cibles (par exemple diagramme d'affinité, entretien avec un groupe cible, recherches ethnographiques dans les médias sociaux).   |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
|   | 2.3   | Connaître les méthodes quantitatives d'analyse des groupes cibles (par exemple enquêtes, analyses du web et du trafic, études de marché).  |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
|   | 2.4   | Connaître les méthodes et techniques de description et de classification des groupes cibles (par exemple Persona, User Stories, Empathy Map, Sinus Milieus).   |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |
| 3   | 3.1   | Connaître les risques et les pièges typiques des canaux et outils numériques.  |     |   |  |     |   |  |     |   |  |     |  |  |     |   |   |     |  |  |     |  |  |     |   |  |     |  |   |     |   |

## Connaissances opérationnelles nécessaires

|   |     |  |
|---|-----|--|
|   | 3.2 | Connaître les dimensions permettant de rendre opérationnels les objectifs de collaboration (par exemple contenu, portée, temps, domaine d'application).  |
|   | 3.3 | Connaître les modèles courants de description des objectifs (par exemple SMART, PURE, CLEAR).  |
| 4 | 4.1 | Connaître les produits de groupe possibles d'un processus de collaboration.  |
|   | 4.2 | Connaître les activités de groupe possibles dans des processus de collaboration.   |
|   | 4.3 | Connaître les modèles et procédures typiques de collaboration (générer, réduire, clarifier, organiser, évaluer, rechercher des consensus).   |
|   | 4.4 | Connaître les formes organisationnelles agiles et sociocratiques de collaboration (par exemple Scrum, SAFe, Kanban, modèle Spotify, Holocratie, Sociocratie 3.0) et pouvoir expliquer leur signification et leur adéquation dans les processus de collaboration. |
| 5 | 5.1 | Connaître les caractéristiques de la communication unidirectionnelle, bidirectionnelle, synchrone et asynchrone.   |
|   | 5.2 | Connaître les forces, les faiblesses et les risques des différents canaux numériques (par exemple téléphone, courrier électronique, messagerie instantanée / chat, appels vidéo, médias sociaux, Wiki, blogs, forums, Newsletters).                              |
|   | 5.3 | Connaître les forces, les faiblesses et les risques des différents canaux analogiques (par exemple contact personnel, lettres et colis postaux, presse écrite, présentations dans les foires commerciales).  |
| 6 | 6.1 | Connaître les outils de collaboration analogiques et numériques et pouvoir en expliquer les forces, les faiblesses, les risques, les domaines d'application et les avantages en fonction de la situation.  |
| 7 | 7.1 | Connaître l'organisation et les interfaces de la gestion des services ICT dans une organisation.   |
|   | 7.2 | Connaître les exigences légales et opérationnelles de la protection et de la sécurité des données lors de l'exploitation des canaux et outils numériques.  |
|   | 7.3 | Connaître les mesures organisationnelles pour l'introduction et l'exploitation des canaux numériques (par exemple formations, directives d'utilisation, mesure de l'efficacité et gestion).  |

|                   |            |
|-------------------|------------|
| Version du module | 1.0        |
| Créé le           | 01.06.2021 |