

DIGITAL  
SUMMIT

Édition 2025

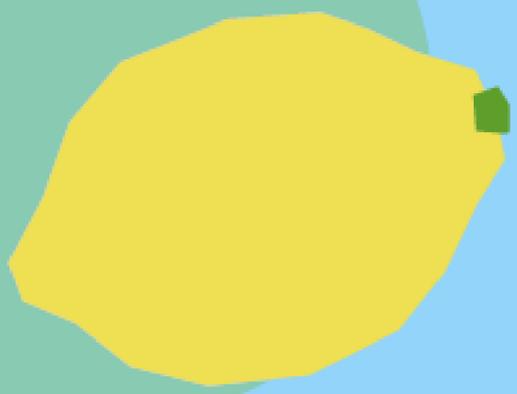
Jeudi 28 août 2025

# Vos Antisèches pour la rentrée



C'est parti !

Comprendre...



Analyser...



# Au sommaire...

1. **Keynote** "Souveraineté, Résilience, Nouveaux usages ... : Comment se préparer à la réinvention du monde numérique à l'ère de l'IA" de Tariq Krim..... PAS D'ANTISÈCHE! .....
2. **Talk** "Aligner roadmap produit et stratégie d'entreprise : une question d'arbitrage ?" de Adrien Grand et Elodie Raineri.....
3. **Talk** "Du PoC à l'Industrialisation : Les secrets d'une transition réussie en IA" de Jean-Luc Marini et de Florent Tonson.....
4. **Talk** "Fidéliser autrement : partage de la valeur, vision d'entreprise et engagement des talents" .....
5. **Talk** "Automatiser, déléguer, dupliquer son business avec l'IA" de Christophe Bouvard et Guillaume Artas.....
6. **Talk** "Je suis labellisé NR, So what ?" de Gérard Fayolle et Céline Savoy-Lamotte.....
7. **Talk** "L'intégration d'un logiciel peut perturber sa sécurité, éditeurs et intégrateurs devraient s'y intéresser !" de Laurent Bernier et Pascal Charrier.....

Critiquer...



Comprendre...

# Au sommaire...

- 8. **Talk** *“Recruter comme vous gérez votre business : avec stratégie et impact”* de Sandrine Grandfond.....
- 9. **Talk** *“Agents IA et No-Code”* de Amine Amar.....
- 10. **Talk** *“Comment recruter, motiver et fidéliser ses équipes tout en défiscalisant , quand on est une entreprise du numérique ?”* de Franck Michon.....
- 11. **Table ronde** *“Start-up studios : la fabrique de l'innovation maîtrisée”* de Emmanuel Gonon, Renaud Sornin, Ashok Azhagarasan et de Thierry Rouquet.....
- 12. **Talk** *“L'émotion contre l'algorithmie : les techniques pour humaniser les contenus à l'ère de l'IA”* de Elodie Barlow et de Karine Mast.....
- 13. **Talk** *“Co-construire avec ses clients : le levier clé du product management”* de Laurent Hausermann et Caroline Luis. PAS D'ANTISÈCHE! ..... Critiquer...
- 14. **Talk** *“Anticiper, réguler, piloter : passez votre permis de conduire l'IA en 5 questions !”* de Amélie Cordier et de Pauline Ducoin.....

Analyser...

Critiquer...

Comprendre...

# Au sommaire...

15. **Talk** *“L'IA et le SEO : Une nouvelle ère pour le référencement est-elle en train de commencer ?”* de Hamza Hammouche, Hugo Marinier et de Axel Bonnet.....
16. **Talk** *“Gérer nos fragilités : entre navigation à vue et préparation de votre équipage”* de Yaelle Darsa et de Carolyn Perona.....
17. **Talk** *“Regards croisés IA & NR : quelles conditions pour une IA responsable ?”* de Clément Lamy, Stéphane Labartino et de Anthony Fradera.....
18. **Talk** *“Customer Success chez un éditeur SaaS : le bon positionnement dès le départ”* de Marie Alice Juillard et Didier Fraisse.....
19. **Keynote** *“La joie rebelle - Pourquoi l'incertitude est notre meilleur atout ?”* de Gregory Puy.... PAS D'ANTISÈCHE ! .....

Analyser...

Critiquer...

**Talk**  
de 10h30 à 11H



“Aligner roadmap produit et stratégie d’entreprise : une question d’arbitrage ?”



**Adrien GRAND**



**Elodie  
RAINERI**

## Les 5 choses à retenir du Talk :

# “Aligner roadmap produit et stratégie d’entreprise : une question d’arbitrage ?”

### 1. Tout commence par la stratégie

Sans stratégie établie, rien n’est possible !  
CEO, faites-vous aider de vos équipes !  
Équipes opérationnelles, n’attendez pas que ça vienne tout seul !  
Proposez des choses à votre direction.

### 4. Allouez un temps pour les différents enjeux à traiter

Choisissez vos propres ratios,  
mais définissez par avance comment vous souhaitez investir le temps des équipes : cela aide à arbitrer.  
En cas de demande client, faites payer la désorganisation !

### 2. L’alignement des équipes est clé

Une stratégie définie, des processus en place, mais qui sont à la carte pour chacun, ce n’est pas possible.  
Tout le monde doit contribuer au plan et y adhérer.

### 5. “Un grand pouvoir implique de grandes responsabilités”

CEO, vous avez le pouvoir et la responsabilité de décider. Sachez néanmoins qu’une partie parfois non négligeable des difficultés des équipes opérationnelles provient de prises de décisions unilatérales du CEO/DG.  
Utilisez votre pouvoir avec prise de recul !

### 3. La roadmap, oui, mais pas n’importe comment !

La granularité, la durée de projection dépend de chaque entreprise, sa situation de croissance, du marché...etc.  
Ne cherchez pas à copier ce que font les autres, réfléchissez à ce qui vous est nécessaire...

**POUR NE RIEN OUBLIER...**

**Votre anti-sèche !**



**Adrien GRAND**



**Elodie RAINERI**

**Talk**  
de 10h30 à 11H



**“Du PoC à l'Industrialisation : Les secrets d'une transition réussie en IA”**



**Jean-Luc  
MARINI**

...l'IA!



**Florent  
TONSON**



## Les 5 choses à retenir du Talk :

# “Du PoC à l'Industrialisation : Les secrets d'une transition réussie en IA”

### 1. Le défi

La transition d'un Proof of Concept (PoC) à une solution industrialisée en Intelligence Artificielle (IA) comporte plusieurs défis majeurs, notamment l'investissement initial élevé, la résistance au changement et l'intégration dans les flux de travail existants.

### 3. La recette d'un projet réussi

- Définir les objectifs (et KPI)
- Établir des partenariats solides (Labo/Industriel/intégrateur)
- Disposer d'une base de données présente et structurée
- Expérimenter/confronter avec des experts humains (IA = non déterministe !)
- Améliorer

### 2. Maîtriser le ROI

Pour maximiser le retour sur investissement (ROI), il est essentiel de planifier stratégiquement, d'évaluer continuellement les performances et d'utiliser des outils comme Tableau ou Power BI pour visualiser les indicateurs de performance clés en temps réel.

POUR NE RIEN OUBLIER...

Votre anti-sèche !



**Jean-Luc  
MARINI**



**Florent  
TONSON**

**Talk**  
de 10h30 à 11H



“Fidéliser autrement : partage de la valeur, vision  
d’entreprise et engagement des talents”



**Jean-Pierre  
FOURNIER**



**Fatima  
BERRAL**



## Les 5 choses à retenir du Talk :

# “Fidéliser autrement : partage de la valeur, vision d’entreprise et engagement des talents”

**POUR NE RIEN OUBLIER...**

**Votre anti-sèche !**

### 1. La politique de fidélisation est un pilier central de votre développement

Mal fidéliser engendre un défaut

d’engagement, un absentéisme, un turnover qui coûtent cher à votre entreprise.

Un recrutement coûte notamment entre 7 et 45k€ (outils + temps passé à recruter + temps passé à onboarder...).

Une équipe fidélisée et engagée focalise son temps sur la création de valeur.

Une politique de fidélisation efficace a des répercussions positives sur votre marque employeur et votre climat social.

### 2. Une logique fondamentalement attachée à la culture d’entreprise

La fidélisation est liée à la motivation, un processus personnel qu’il n’est pas possible d’insuffler chez quelqu’un.

Une entreprise ne peut ainsi que créer des conditions favorables pour que chaque collaborateur trouve sa motivation intrinsèque.

Parmi ces conditions, une culture claire inscrite autour d’une vision et de valeurs partagées est un catalyseur essentiel.

### 3. La fidélisation commence dès le recrutement

Une définition de poste va au-delà d’une liste de tâches à accomplir : il est clé de sélectionner des profils pour leurs compétences et l’adéquation du mindset à votre culture. Une bonne fidélisation se construit aussi au travers d’un pré-onboarding, d’un onboarding soigné, ainsi que d’une mesure continue du niveau d’engagement de vos salariés.



**Jean-Pierre  
FOURNIER**



**Fatima  
BERRAL**

## Les 5 choses à retenir du Talk :

### “Fidéliser autrement : partage de la valeur, vision d’entreprise et engagement des talents”

#### 4. La reconnaissance, ingrédient essentiel de la fidélisation

Reconnaissance financière : rémunération, avantages, primes, BSCPCE, stock-options... à la hauteur de la valorisation des compétences sur le marché et de la valeur créée dans votre entreprise.

Reconnaissance quotidienne : les feedbacks positifs, les remerciements personnalisés... autant de “petits gestes” qu’il faut multiplier.

Reconnaissance professionnelle : évolution de carrière, de titre, de responsabilités...

Un levier de reconnaissance seul ne suffit pas : combinez les 3 et benchmarkez votre approche sur votre marché !

#### 5. La fidélisation : une remise en question permanente

Une politique de fidélisation efficace ne fidélise pas tout le monde : elle vise à préserver les talents clés qui permettent à votre entreprise de fonctionner et de se développer.

Il est nécessaire de sonder régulièrement vos salariés et d’ajuster les composantes de votre politique de fidélisation en fonction de leurs retours, et de vos enjeux de développement.

Avec le retournement du marché de l’IT depuis 2024 et la raréfaction des recrutements, de nombreux salariés habitués à changer tous les 3-5 ans de structure ne le font pas faute d’opportunités : attention au niveau d’engagement réel de vos salariés dans cette période d’incertitude !

**POUR NE RIEN OUBLIER...**

**Votre anti-sèche !**



**Jean-Pierre  
FOURNIER**



**Fatima  
BERRAL**



DIGITAL  
SUMMIT

Édition 2025

**Talk**  
de 11h15 à 11H45



“Automatiser, déléguer, dupliquer son business avec l'IA”



**Christophe  
BOUVARD**



**Guillaume  
ARTAS**



## Les 5 choses à retenir du Talk :

### “Automatiser, déléguer, dupliquer son business avec l'IA”

#### 1. À chaque tâche : Suis-je dans ma zone de génie ?

Si la réponse est non : un agent IA peut sans doute le faire à votre place.

Automatisez vos tâches chronophages pour utiliser votre temps sur des tâches utiles.

À défaut, délégez la tâche en mettant en place un agent IA de suivi.

#### 4. *Big Things Start Small*

Commencez par un agent IA simple, testez, itérez... ou continuez avec un autre agent (mais commencez !).

Construisez votre écosystème pas à pas.

#### 2. Pensez d'abord Contexte (et ensuite LLM)

Pour commencer, la priorité n'est pas le choix du LLM, c'est le contexte que vous allez lui transmettre : vos données, la manière de récupérer les informations de vos utilisateurs, etc.

#### 5. Dupliquez votre business

Une fois votre système en place, il peut être dupliqué à l'infini : nouveaux marchés, nouveaux produits, nouvelles zones géographiques.

C'est la clé pour scaler sans vous épuiser.

**POUR NE RIEN OUBLIER...**

**Votre anti-sèche !**

#### 3. Connectez vos Outils avec l'IA

Via des API ou des serveurs MCP, rendez vos outils disponibles dans vos workflows et agents IA.



**Christophe  
BOUVARD**



**Guillaume  
ARTAS**

**Talk**  
de 11h15 à 11H45



**“Je suis labellisé NR, So what ?”**



**Julia  
DELRIEU**



**Gérard  
FAYOLLE**



**Céline  
SAVOY-  
LAMOTTE**



## Les 4 choses à retenir du Talk :

### “Je suis labellisé NR, So what ?”

#### 1. Différenciation

Aller chercher le Niveau 2 est gage d'une volonté profonde de transformation et de maturité, ce qui constitue un avantage concurrentiel.

#### 3. Gouvernance structurée

Le sponsoring fort de la direction est essentiel pour ce projet : allocation ressources, arbitrages, priorités stratégiques, etc.

#### 2. Plus qu'un coût, un investissement

- Un coût, si perçu comme un projet opportuniste/court-termiste.
- Un investissement pour assurer la compétitivité et la pérennité de l'entreprise à moyen terme : recrutement, accès aux financements, meilleur scoring client, anticipation des évolutions marché, etc.

#### 4. Une relation client transformée

Appliquer les principes NR à l'offre client avec une perspective d'échanges/conseils peut apporter une nouvelle dimension à la relation client.

**POUR NE RIEN OUBLIER...**

**Votre anti-sèche !**



**Gérard  
FAYOLLE**



**Céline  
SAVOY-  
LAMOTTE**



**Julia  
DELRIEU**

**Talk**  
de 11h15 à 11H45



“L’intégration d’un logiciel peut perturber sa sécurité,  
éditeurs et intégrateurs devraient s’y intéresser !”



**Laurent  
BERNIER**



**Pascal  
CHARRIER**



## Les 5 choses à retenir du Talk :

**“L’intégration d’un logiciel peut perturber sa sécurité, éditeurs et intégrateurs devraient s’y intéresser !”**

### 1. L’intégration au service du contexte

L’existence même de l’intégrateur est justifiée par l’adaptation d’une approche universelle à un contexte particulier.

### 2. La sécurité au rythme du client

Certains points de sécurité logicielle doivent être adaptés aux contextes et usages du client.

### 3. Risque partagé

Si ces points ne sont pas traités par l’intégrateur, c’est l’ensemble éditeur-intégrateur-client qui est en danger.

### 4. Travailler ensemble pour sécuriser

L’intégrateur a besoin de l’aide de l’éditeur pour sécuriser à bon escient.

### 5. Sécurité : un atout stratégique

Au-delà d’une obligation de conformité, la sécurité au niveau de l’intégrateur est un avantage concurrentiel discriminant.

**POUR NE RIEN OUBLIER...**

**Votre anti-sèche !**



**Laurent  
BERNIER**



**Pascal  
CHARRIER**

**Talk**  
de 11h50 à 12H20



**“Recruter comme vous gérez votre business :  
avec stratégie et impact”**



**Sandrine  
GRANDFOND**



## Les 5 choses à retenir du Talk :

**“Recruter comme vous gérez votre business : avec stratégie et impact”**

### 1. Un recrutement coûte entre 7 000€ et 45 000€

Il faut le piloter comme un investissement, pas comme une dépense annexe.

### 4. Un ATS permet de centraliser, mesurer et optimiser...

vos recrutements (comme un CRM le fait pour vos ventes).

### 2. Un poste non pourvu coûte 500€ par jour

Le temps est un facteur critique.

### 5. Recruter, c'est un levier business

Moins de temps perdu, plus de résultats, et un vrai impact sur la performance globale.

### 3. Un recrutement sur 5 échoue en moins de 18 mois

D'où l'importance de bien cibler et de suivre la performance.

**POUR NE RIEN OUBLIER...**

**Votre anti-sèche !**



**Sandrine  
GRANDFOND**

**Talk**  
de 11h50 à 12H20



**“Agents IA et No-Code : étendez la capacité de vos équipes projet”**



**Amine AMAR**



## Les 5 choses à retenir du Talk :

### “Agents IA et No-Code : étendez la capacité de vos équipes projet”

**POUR NE RIEN OUBLIER...**

**Votre anti-sèche !**

#### 1. Difficultés à satisfaire les besoins du métier en applications

- La demande en application est en croissance exponentielle, pilotée notamment par les besoins métier.
- Les organisations ont du mal à adresser ces besoins du fait des échecs répétés, des insatisfactions par rapport aux résultats, des investissements nécessaires et des capacités des équipes projet.
- Ces équipes subissent des pressions extrêmes et sont sursollicitées.

#### 3. Plus de capacité, plus de créativité et plus d'ambitions

- Ensemble agents IA et No-Code permettent de réduire considérablement les délais, les coûts, les risques et d'améliorer fortement la qualité.
- Ensemble ils libèrent les ressources métier et technique pour travailler plus sereinement et pour plus d'innovation.
- Ensemble ils rendent possible ce qui ne l'était pas il y a encore quelques mois et font naître de nouvelles ambitions.

#### 2. Changements de paradigmes

- L'avènement de l'IA agentique et du No-Code constituent de véritables changements de paradigmes.
- L'IA apporte une forme de compréhension, de la capacité d'adaptation et une puissance de traitement phénoménale.
- La simplicité apportée par le No-Code donne aux équipes la capacité à réaliser rapidement des applications parfaitement adéquates aux besoins métier.



**Amine AMAR**

## Les 5 choses à retenir du Talk :

### “Agents IA et No-Code : étendez la capacité de vos équipes projet”

#### 4. Cas d'utilisation concret : Refonte d'une application héritée

- La refonte des applications héritée est toujours extrêmement coûteuse et risquée. Les agents IA du LegacyRefactoring de Works Platform ont permis d'assurer la refonte d'une application bancaire dans des délais courts : moins de la moitié des délais initialement estimés.
- Plus de 1 million de lignes de code ont été analysées en 3 jours par un agent IA spécialisé. Une documentation complète a été générée, permettant la construction d'une nouvelle application bâtie sur des fondations modernes et plusieurs évolutions majeures.

#### 5. De nouvelles perspectives pour la création d'applications

- L'agent IA ne remplace pas : il amplifie les compétences humaines.
- Cette alliance ouvre la voie à une démocratisation de la création applicative.
- Les experts IT ne sont plus seuls : toute l'équipe, augmentée par ses co-équipiers numériques, peut concevoir, adapter et innover.

**POUR NE RIEN OUBLIER...**

**Votre anti-sèche !**



**Amine AMAR**



DIGITAL  
SUMMIT

Édition 2025

**Talk**  
de 11h50 à 12H20



“Comment recruter, motiver et fidéliser ses équipes tout en défiscalisant, quand on est une entreprise du numérique ?”



**Frank MICHON**



Les 3 choses à retenir du Talk :

**“Comment recruter, motiver et fidéliser ses équipes tout en défiscalisant, quand on est une entreprise du numérique ?”**

**POUR NE RIEN OUBLIER...  
Votre anti-sèche !**

**1. Savoir faire évoluer le package  
salariale de ses collaborateurs**

**2. Penser à leur pouvoir d'achat**

**3. L'ouverture de son capital,  
c'est surtout un état d'esprit**



**Frank MICHON**

**Table ronde**  
de 14h15 à 15h



**“Start-up studios : la fabrique de l’innovation maîtrisée”**



**Emmanuel  
GONON**



**Renaud  
SORNIN**



**Ashok  
AZHAGARASAN**



**Thierry  
ROUQUET**

## Les 6 choses à retenir du Talk :

### “Start-up studios : la fabrique de l’innovation maîtrisée”

#### 1. Plus qu’un incubateur : le co-fondateur stratégique

Un start up studio n’est pas un incubateur ou accélérateur ou un business angel. Il co-fonde l’entreprise et apporte l’idée, les premiers clients, du capital et une plateforme de services. Ils sont généralement dirigés par des Serial Entrepreneurs qui ont réussis.

#### 5. Un avantage prouvé en termes de succès

Les taux de succès des entreprises créées via des studios sont significativement supérieurs à la moyenne des autres start up.

#### 2. Une phase test rapide avant le grand saut

En général le start up studio propose une phase préalable courte (3/6 mois) avec go/no go à l’issue de cette phase.

#### 6. Rencontrer plusieurs studios pour trouver le bon

Les start up studios sont encore peu nombreux en France et sont rarement concurrents entre eux. Il peut être opportun d’en rencontrer plusieurs pour choisir celui qui vous correspond.

#### 3. Un risque partagé entre studio et fondateurs

Le start up studio demande une prise de risque par les fondateurs : apport en industrie et/ou numéraire.

**POUR NE RIEN OUBLIER...  
Votre anti-sèche !**

#### 4. La captable privilégiée l’équipe

À la création de l’entreprise la répartition de la « captable » donne entre 40 et 60 % du capital à l’équipe dirigeante.



Emmanuel GONON



Renaud SORNIN



Ashok AZHAGARASAN



Thierry ROUQUET

*"Le start-up studio, c’est l’industrie artisanale de l’innovation : on forge des projets à la main, mais avec une rigueur industrielle."*

**Talk**  
de 15h10 à 15H40



“L'émotion contre l'algorithme : les techniques pour humaniser les contenus à l'ère de l'IA”



**Elodie  
BARLOW**



**Karine  
MAST**



## Les 5 choses à retenir du Talk :

# “L'émotion contre l'algorithme : les techniques pour humaniser les contenus à l'ère de l'IA”

POUR NE RIEN OUBLIER...

**Votre anti-sèche !**

### 1. L'IA comme base algorithmique brute

L'IA génère rapidement du contenu et aide à poser les premiers mots, mais reste un matériau brut à transformer. Principe clé : un bon prompt donne un bon brouillon, jamais une version finale.

### 4. L'émotion versus la simulation

L'émotion authentique touche profondément, l'IA ne fait que glisser en surface. Les failles humaines créent la résonance émotionnelle véritable. Principe clé : cultiver la vulnérabilité comme force créative différenciante.

### 2. L'authenticité comme différenciateur

Le vécu personnel crée une connexion que l'IA ne peut simuler. Les micro-signaux humains et les imperfections laissent une empreinte authentique. Principe clé : injecter du vécu systématiquement en commençant par un souvenir ou un ressenti.

### 5. Créer du sens plutôt que la quantité

L'IA nous libère de la contrainte quantitative pour nous concentrer sur la résonance qualitative. Notre rôle n'est pas de suivre la cadence mais de créer du sens. Principe clé : enrichir la créativité humaine plutôt que de la remplacer.

### 3. Dépasser le politiquement correct

L'IA évite la vraie vulnérabilité émotionnelle. La vraie création implique de prendre des risques et d'assumer ses contradictions. Principe clé : ajouter ce que l'IA ne peut/veut pas faire - l'imperfection humaine qui touche.



**Elodie  
BARLOW**



**Karine  
MAST**

**Talk**  
de 15h10 à 15H40



“Anticiper, réguler, piloter : passez votre permis de conduire l'IA en 5 questions”



**Amélie  
CORDIER**



**Pauline  
DUCOIN**



## Les 5 choses à retenir du Talk :

# “Anticiper, réguler, piloter : passez votre permis de conduire l'IA en 5 questions”

**POUR NE RIEN OUBLIER...**

**Votre anti-sèche !**

### 1. Gouverner l'IA par les usages

En matière de gouvernance et de sécurité des usages de l'IA, il faut avoir une approche par les usages, et non par les outils.

### 4. Penser avant d'agir

La gouvernance et la sécurité sont des sujets qui doivent s'envisager AVANT d'agir... car elles vont guider certains choix technologiques.

### 2. Qualifier les risques pour mieux décider

Le risque 0 n'existe pas. Une bonne gouvernance commence donc par une analyse et une bonne qualification des risques. Les décisions découlent ensuite naturellement.

### 5. La force du regard extérieur

Pour réussir, l'important, c'est de bien s'entourer, et notamment d'inviter des experts à porter des regards extérieurs sur nos problématiques.

### 3. L'IA, au croisement des régulations

Le cadre légal qui s'applique à nos usages de l'IA dépasse celui du règlement IA. Il doit s'envisager de manière globale (RGPD, DMA), et prendre en compte l'ensemble du contexte réglementaire.



**Amélie  
CORDIER**



**Pauline  
DUCOIN**

**Talk**  
de 16h15 à 16H30



“L'IA et le SEO : Une nouvelle ère pour le référencement est-elle en train de commencer ?”



**Hamza  
HAMMOUCHE**



**Hugo  
MARINIER**



**Thibaut  
BARON**

...l'IA!



## Les 5 choses à retenir du Talk :

# “L'IA et le SEO : Une nouvelle ère pour le référencement est-elle en train de commencer ?”

POUR NE RIEN OUBLIER...

Votre anti-sèche !

### 1. IA : Boost SEO, trafic en baisse

L'IA accélère la production de contenu et l'optimisation (grâce au RAG et au prompt engineering), mais elle réduit déjà le trafic vers les sites (moins de 2% des visites, en hausse de +85% sur un an).  
Un outil puissant, mais à double tranchant.

### 4. Google vs LLM : coexistence

Les LLMs grignotent des parts de marché, mais Google garde l'avantage : son index géant, Chrome, Android, et son mode AI (bientôt en France) en font un acteur incontournable. Les SERPs restent la base, car les LLMs s'y alimentent en partie. La bataille est loin d'être terminée.

### 2. L'IA ne remplace pas l'expertise humaine

Elle automatise des tâches (contenu, backlinks), mais sans maîtrise SEO, les résultats sont médiocres voire contre-productifs (ex. : surproduction de contenu pauvre). Les agences et experts restent clés pour éviter les pièges et adapter les stratégies. Exemple : même avec des outils comme Bolt, un développeur humain reste indispensable.

### 5. SEO : Intégrez-le dans une stratégie globale

Ne l'isolez plus : combinez SEO, branding, RP et publicités pour une acquisition digitale équilibrée et moins risquée.

### 3. Visibilité LLM : misez sur l'écosystème digital

Pour apparaître dans les réponses des LLM, travaillez les mentions de marque (même sans lien), publiez sur des hubs influents (Wikipédia, GitHub, ArXiv, Reddit, Quora, YouTube) et optimisez vos micros-données et contenus récents (les LLMs se mettent à jour régulièrement).  
L'enjeu : le "share of model", pas seulement le trafic.



**Hamza  
HAMMOUCHE**



**Hugo  
MARINIER**



**Thibaut  
BARON**

**Talk**  
de 16h à 16H30



**“Gérer nos fragilités : entre navigation à vue et préparation de votre équipage”**



**Carolyne  
PERONA**



**Yaelle  
DARSA**



## Les 5 choses à retenir du Talk :

# “Gérer nos fragilités : entre navigation à vue et préparation de votre équipage”

### 1. Comment repérer nos angles morts ?

Il s'agit de zones inconscientes qui influencent nos perceptions, décisions et interactions.

### 2. Comment se manifestent-ils ?

Sous forme de biais cognitifs, de croyances limitantes, de schémas comportementaux répétitifs ou encore de dynamiques relationnelles mal perçues.

### 3. Quelle stratégie d'accompagnement ?

- Favoriser un espace de parole sécurisé : un coach doit se sentir libre d'exprimer ses doutes et interrogations sans crainte de jugement.
- Encourager la confrontation bienveillante : le coach doit amener son client à se questionner sur sa réalité, ses croyances, ses peurs et à identifier ses zones d'inconfort.

- Expérimenter des approches variées : afin de briser les routines, il est recommandé d'élargir sa palette d'intervention.
- Utiliser les regards croisés avec ses pairs : permet une réflexion collective et un partage d'expériences bénéfique à l'ensemble des coachs.

**POUR NE RIEN OUBLIER...**

**Votre anti-sèche !**



**Carolyne  
PERONA**



**Yaelle  
DARSA**

**Talk**  
de 16h40 à 17H10



**“Regards croisés IA & NR : quelles conditions pour une IA responsable ?”**



**Stéphane  
LABARTINO**



**Clément  
LAMY**



**Anthony  
FRADERA**



Les 4 choses à retenir du Talk :

## “Regards croisés IA & NR : quelles conditions pour une IA responsable ?”

### 1. Questionner les usages

“Quel business case réel pour la mise en place d'une IA ?”

“Quel ROI ?”

### 4. Inclure le coût des externalités

Dès la conception du projet, inclure la réalité physique de l'IA (200 euros/tonne de CO2). Qui paiera la dette ?

### 2. Utiliser les modèles adaptés

Des modèles plus petits que les LLMs peuvent être plus adaptés.

### 3. Penser cycle de vie

Une fois une IA mise en place, quelle maintenance ?  
Quel cycle de vie pour les données utilisées ?

POUR NE RIEN OUBLIER...

Votre anti-sèche !



**Stéphane  
LABARTINO**



**Clément  
LAMY**



**Anthony  
FRADERA**

**Talk**  
de 16h40 à 17H10



“Customer Success chez un éditeur SaaS : le bon positionnement dès le départ”



**Marie ALICE  
JUILLARD**



**Didier  
FRAISSE**



## Les 5 choses à retenir du Talk :

# “Customer Success chez un éditeur SaaS : le bon positionnement dès le départ”

### 1. Le bon positionnement du CS

Dépend du portfolio produits et du parc client, mais aussi de la culture d'entreprise et de son organisation. Nécessite des rôles clairement définis et une coordination avec les autres services.

### 4. Le Customer Success nécessite des outils et un accès à la donnée

La réussite de la fonction repose sur la capacité à :

- Suivre l'adoption du produit
- Visualiser le cycle de vie client
- Automatiser les moments

### 2. Alignement stratégique avec les objectifs Business

La fonction Customer Success ne doit pas être perçue comme un simple "support amélioré", mais comme un levier de croissance directement relié à :

- La fidélisation client
- Le développement du revenu existant
- L'amélioration du produit

### 5. La segmentation du parc clients est primordiale

Pour adapter les actions à la valeur et au besoin client, pour personnaliser l'expérience client et pour optimiser la charge des CSM. Le critère ARR n'est pas le seul à prendre en compte.

### 3. Le Customer Success est proactif

Le Customer Success n'attend pas les problèmes : il les devance, oriente les usages, valorise les résultats et développe la relation dans la durée. C'est ce qui fait toute la différence entre un simple service de support et un véritable moteur de rétention et de croissance client.

**POUR NE RIEN OUBLIER...**

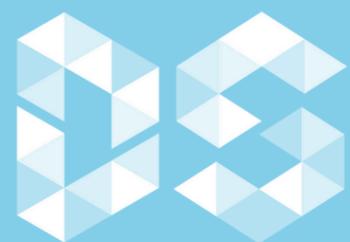
**Votre anti-sèche !**



**Marie ALICE  
JUILLARD**



**Didier  
FRAISSE**



# DIGITAL SUMM'R

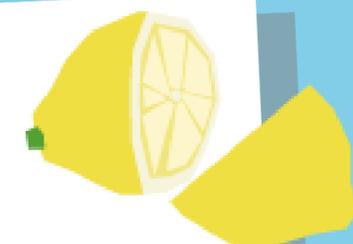
Édition 2025

# MERCI !

La Team Digital League vous  
souhaite une très belle rentrée !



Une journée pour booster  
votre entreprise !



Explorez différents axes stratégiques et  
repartez avec des leviers concrets.

Sponsors we Love

