

# Marc Gigon, Total : « le Directeur du digital doit venir des métiers, sinon il n'a pas de légitimité »

21 DÉCEMBRE 2015



## Qui ?

Marc Gigon, directeur digital de Total Marketing & Services.

## Quoi ?

Une interview, extraite du livre blanc du Baromètre des Chief Digital/Data Officers, réalisé par Novamétrie, Adobe, Criteo, Novedia et Digital Jobs. [A télécharger ici.](#)

## Comment ?

### - Quels sont les enjeux majeurs de la transformation digitale dans la Branche Marketing et Services du Groupe Total ?

L'ampleur des changements est vertigineuse tout comme la vitesse de diffusion du digital dans nos vies quotidiennes, partout dans le monde. Les enjeux principaux sont offensifs (proposer de nouveaux services, une meilleure expérience client...) mais aussi défensifs (se protéger des attaques de nouveaux concurrents). Il y a un enjeu d'efficacité également, comme de travailler avec les données, d'utiliser l'innovation externe.

### - Comment décririez-vous le quotidien d'un CDO ?

Le CDO doit diffuser les innovations digitales et expliquer ce qu'il fait, comment le monde extérieur change et comment l'entreprise doit s'adapter. Nos principaux chantiers portent autour des sites web et mobile, de l'information en ligne pour les professionnels, des applications sur smartphone et de la version améliorée du CRM.

### - Le niveau de collaboration entre le CDO et la DSI est-il un point clé ?

C'est un duo indispensable. Nous nous présentons parfois comme une structure d'avant-vente et de "customer success" de la DSI. Nous allons voir les métiers pour faire de la pédagogie, pour leur expliquer

pourquoi et comment certaines solutions IT pourraient mieux fonctionner. La gouvernance actuelle permet de traiter des sujets digitaux. Mais le problème vient parfois de la capacité des métiers à définir les besoins ou à imaginer comment des solutions techniques peuvent changer leurs résultats.

**- Quel est le profil idéal d'un Directeur Digital selon vous ?**

Il doit venir du métier sinon il n'a pas de légitimité. Etre à écoute, avoir le goût pour les process et de l'IT et s'entendre avec la DSI. La capacité de financer de projets et d'avoir un budget en central me semble également décisive.

**- Quels conseils donneriez-vous à un CDO pour ses 100 premiers jours ?**

Le CDO doit passer ses 100 premiers jours à rencontrer tout le monde, apprendre le langage de chaque métier. Ce langage est tellement différent et varié, que le CDO en s'appropriant ce langage, doit pouvoir se fondre dans le discours de chaque métier qu'il va toucher.

**Propos recueillis par Christophe Excoffier, fondateur de Novamétrie**