

# TRANSFORMATION ? QUELLE TRANSFORMATION ?

Prof. Arnaud Dufour  
Professeur associé, HEIG-VD

Swiss Marketing Léman  
La culture en crise : Comment réinventer la relation avec les publics ?  
20 mai 2021 - Le digital, le remède miracle ?

DIGITAL TRANSFORMATION  
IS **YEARS** AWAY. I DON'T  
SEE OUR COMPANY  
HAVING TO CHANGE  
ANY TIME SOON.



COVID-19

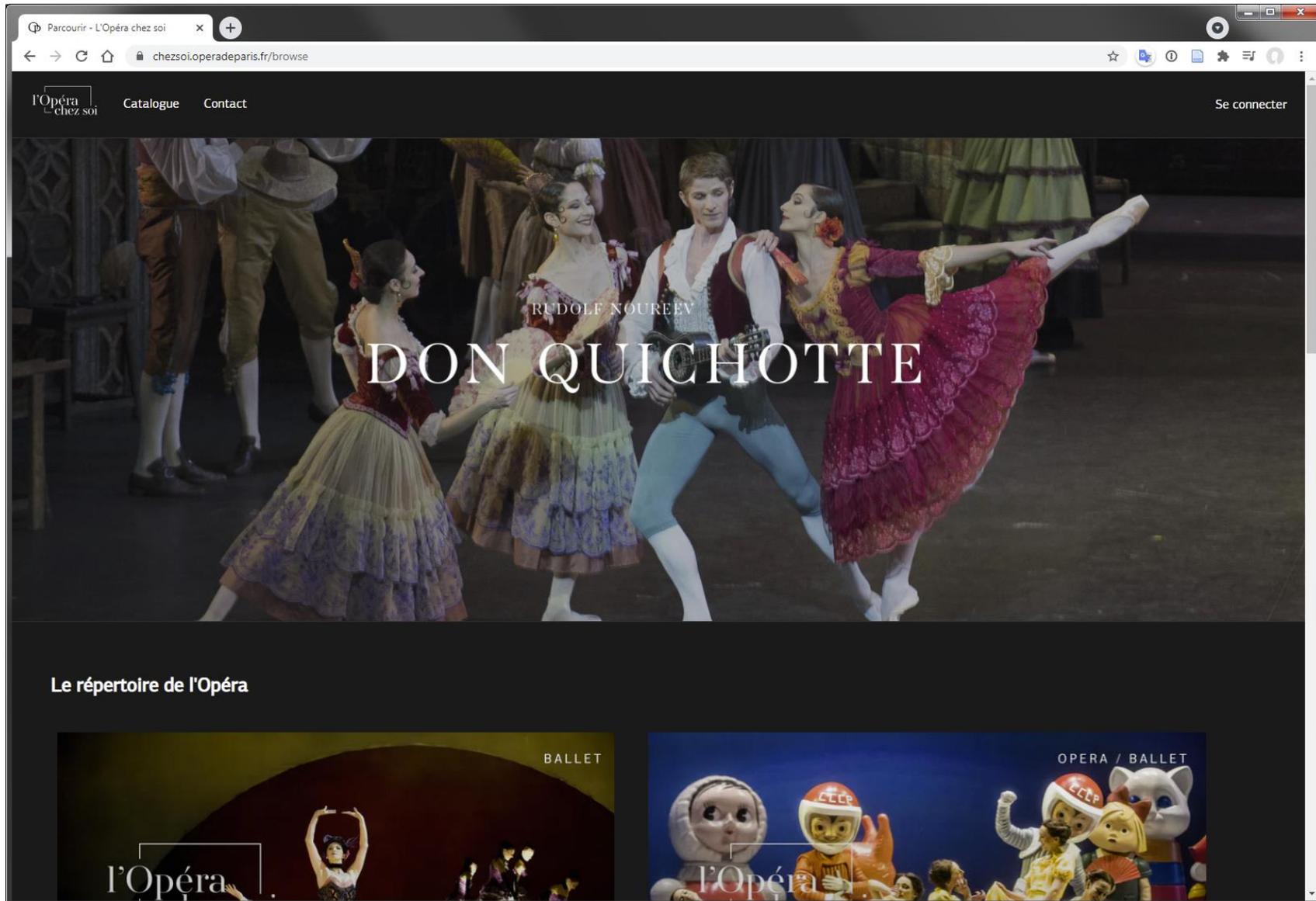
TOM  
FISH  
BURNE

# un foisonnement d'expérimentations

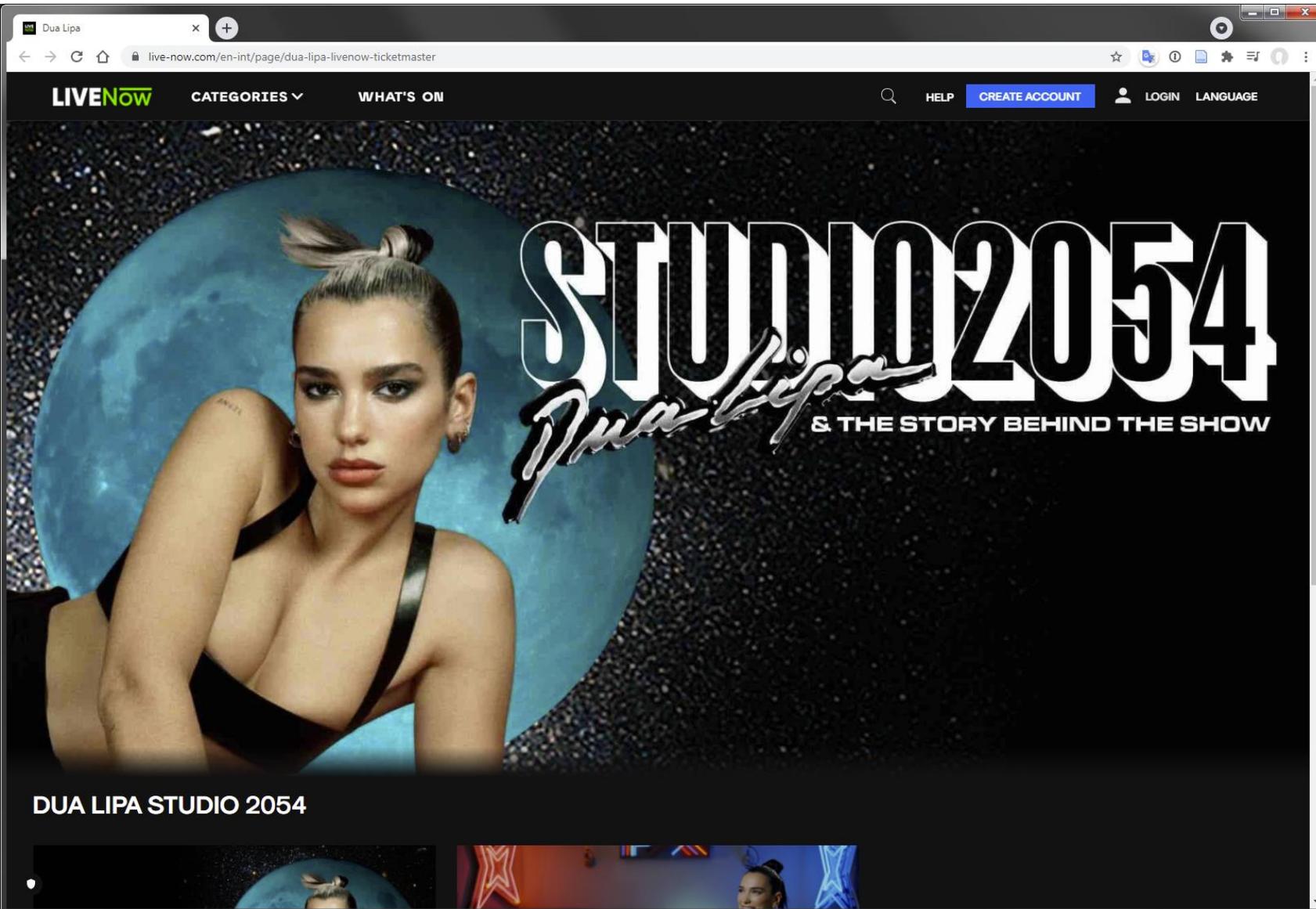
The screenshot shows the website for Club Innovation & Culture France. The header includes the logo and navigation menu with items like 'Accueil', 'LE CLUB', 'ACTIVITES', 'MEMBRES', 'AGENDA', 'RNCI', 'ARCHIVES', 'CONTACTS', and 'EMPLOI'. A secondary navigation bar features 'ACTUALITÉS', 'DOSSIERS', 'INTERVIEWS / OPINIONS', 'BAROMETRES', 'LIEUX CULTURELS', and 'ESPACE MEMBRES'. A banner at the top right promotes a 'Concours #artenquarantaine' with images of people in costumes. Below the navigation, a section titled 'ACTUALITÉS' features a large article about the reopening of museums and cultural venues, dated 14/05/2021. To the right, 'ACTUALITÉS CLIC FRANCE' includes a webinar announcement for June 18, 2021, and a video about CLIC France and Audiovisio's training. Further right, 'CONTENUS RÉSERVÉS AUX MEMBRES' shows a video about art lessons during confinement and a 'REVUE DU WEB / AVRIL 2021'. A 'COVID-19' section is partially visible at the bottom.



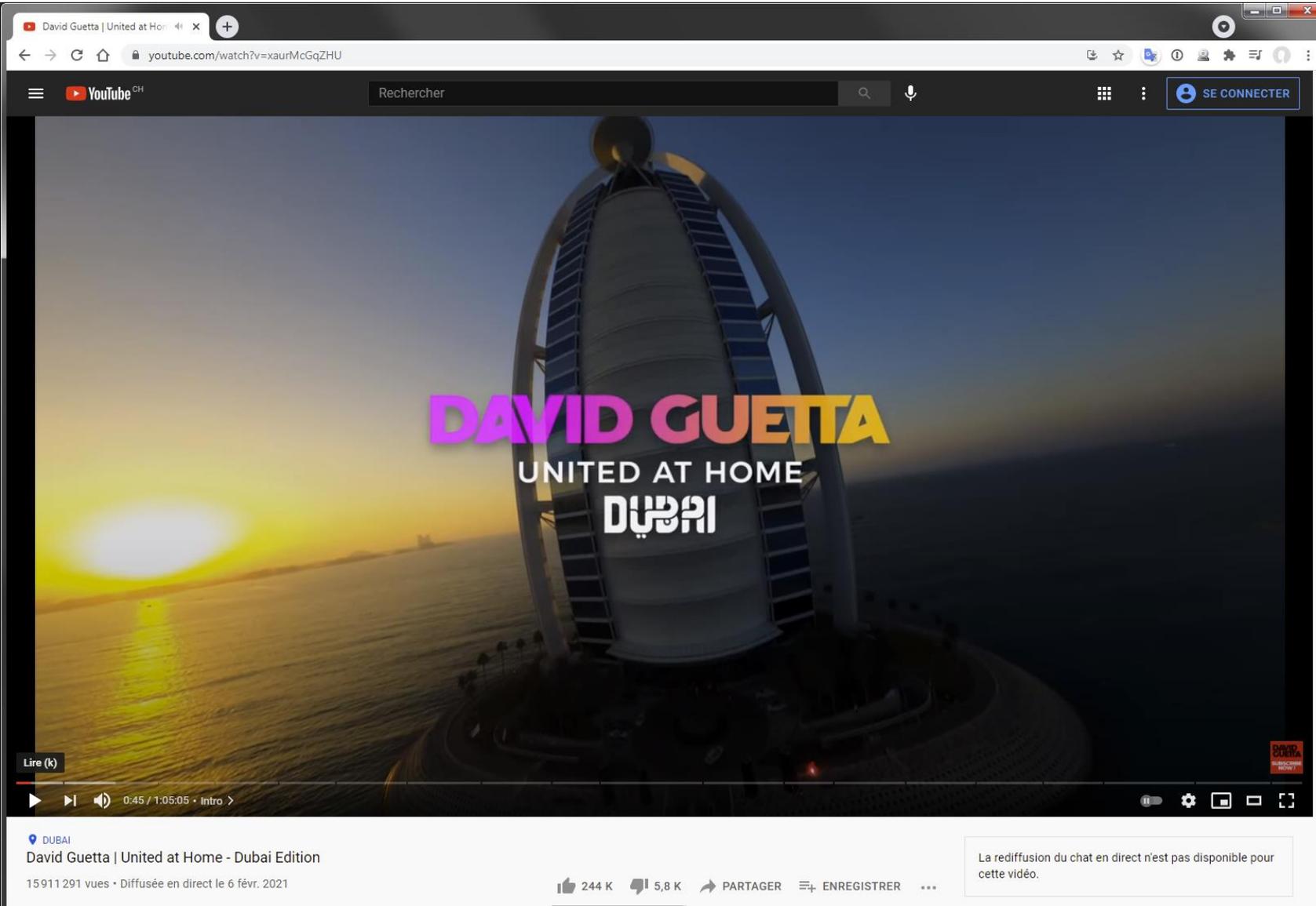
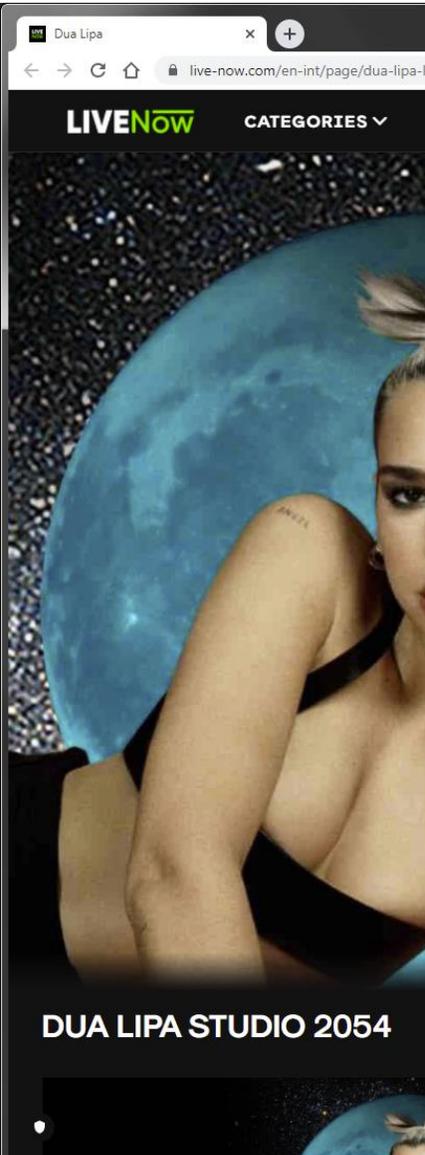
dans **tous les domaines** de la culture



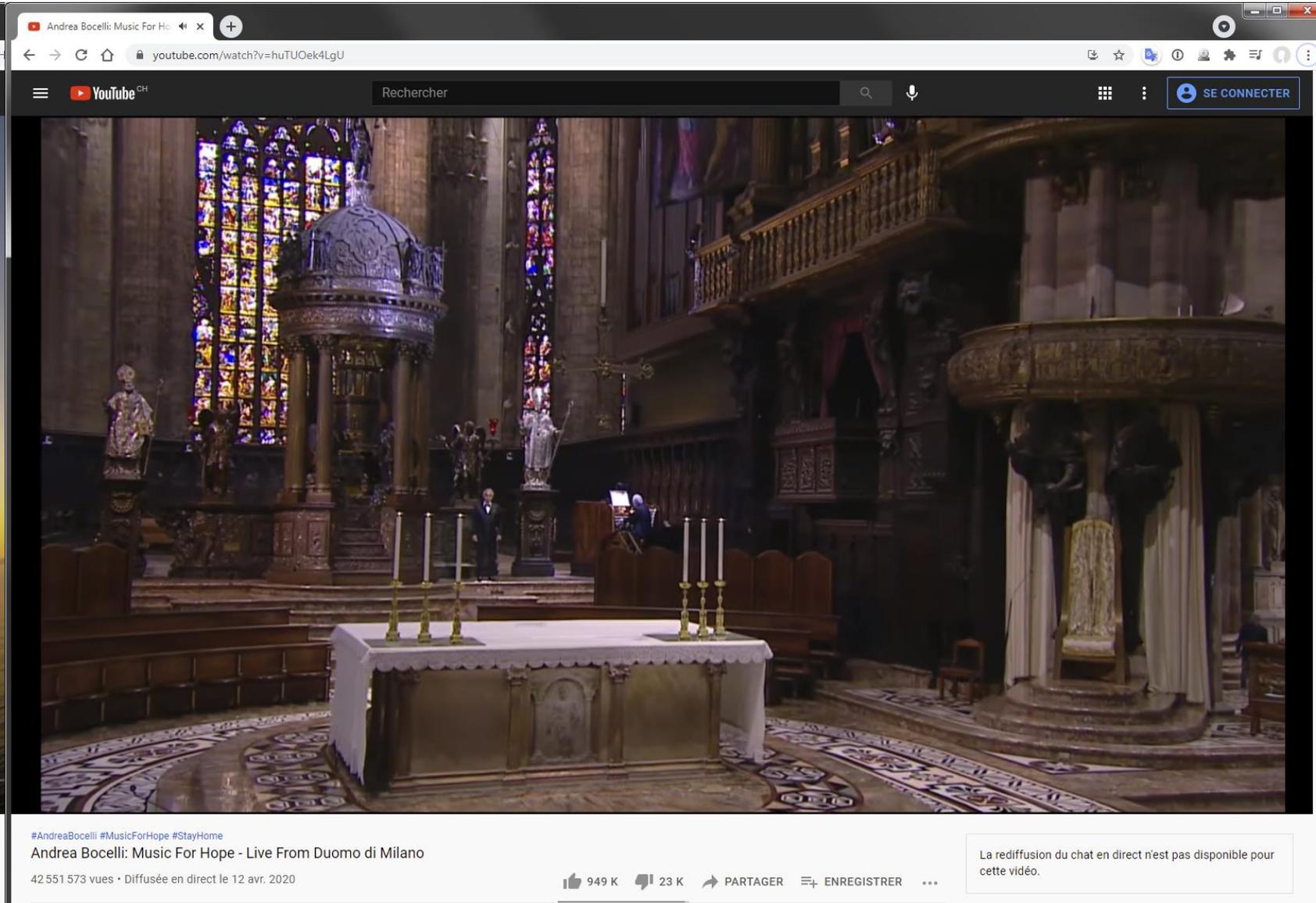
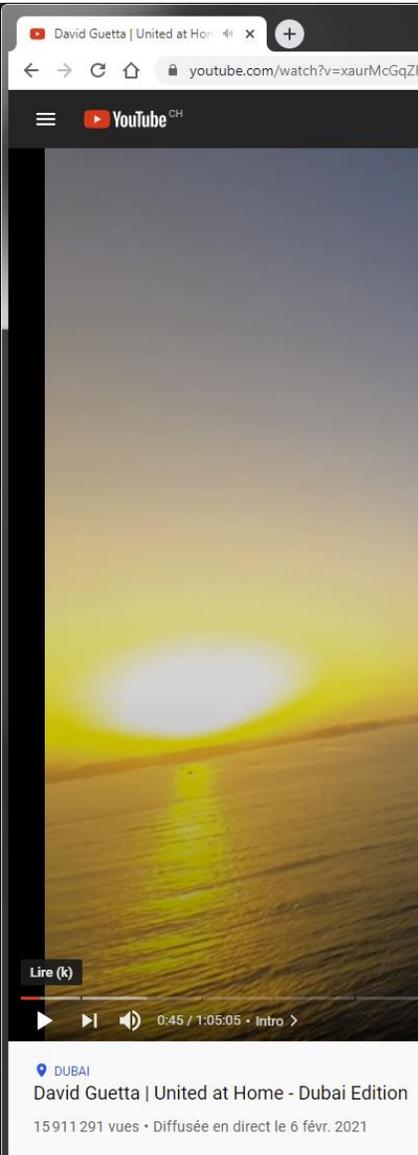
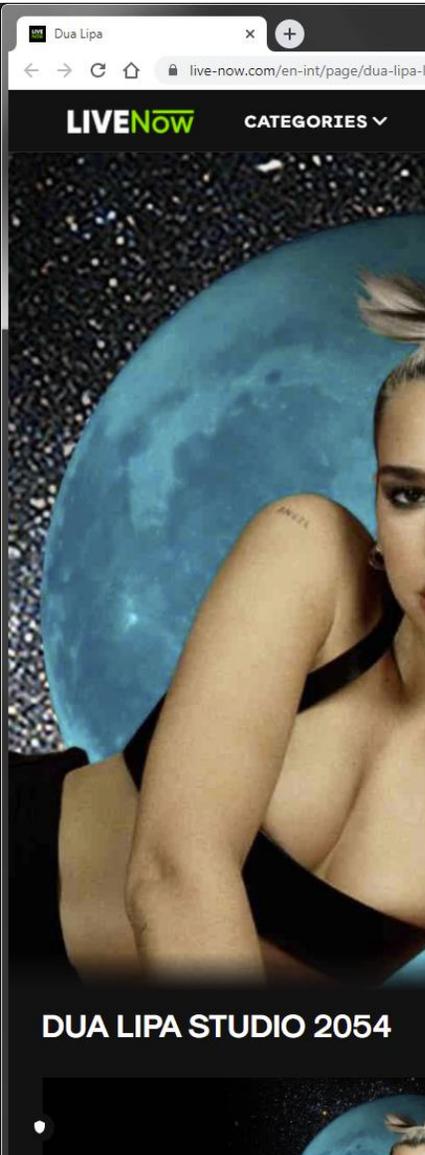
des records de **live streams** payants ou gratuits



des records de **live streams** payants ou gratuits



# des records de **live streams** payants ou gratuits



# et des actions à plus petite échelle

The image shows a screenshot of a Facebook profile for Patrick Bruel. The browser address bar shows 'facebook.com/patrickbruel'. The profile header includes the name 'Patrick Bruel', a 'Suivre' (Follow) button, and an 'Acheter' (Buy) button. The 'Intro' section lists '1,4 M abonnés', 'Page - Musicien/groupe', and the website 'patrickbruel.com'. A 'Photos' section displays a grid of images. The main content is a live video post from February 28th, showing Patrick Bruel playing an acoustic guitar. The video has 52 K likes, 73 K comments, and 5,7 K shares. Below the video, there are buttons for 'J'aime', 'Commenter', and 'Partager'. A comment section is visible with two comments: one from Sylvie Tribot (49:22) praising Bruel's performance, and another from Evelyne Rolin (11:44) mentioning a personalized song for her 20th birthday.

Patrick Bruel | Facebook

facebook.com/patrickbruel

Rechercher sur Facebook

Patrick Bruel

Suivre Acheter

Intro

1,4 M abonnés

Page - Musicien/groupe

patrickbruel.com

Photos Toutes les photos

Patrick Bruel était en direct.  
28 février ·

4:41 / 58:54

52 K 73 K commentaires 5,7 K partages

J'aime Commenter Partager

Les plus pertinents

Écrivez un commentaire...

Sylvie Tribot · 49:22  
J'ai cru en Vianney dès le début avec sa cruche! ❤️❤️  
J'adore vous voir tous les 2! Quel magnifique cadeau!  
J'aime · Répondre · 11 sem · Modifié  
9 réponses

Evelyne Rolin · 11:44  
J'ai personnalisé cette superbe chanson pour mes 20 ans,  
mes 30 ans mais j'ai pas pu pour mes 40 ans en 2020... tu

Confidentialité · Conditions générales · Publicités · Choix publicitaires · Cookies · Plus · Facebook © 2021

# et des actions à plus petite échelle

The image shows two browser windows side-by-side, both displaying Facebook profiles. The left window shows the profile of Patrick Bruel, and the right window shows the profile of Stephan Eicher. The right window is the main focus, displaying a live stream video of Stephan Eicher performing with a band. The video has 2.2K likes and 2.8K comments. Below the video, there are comments, including one from Stephan Eicher himself saying "MERCI VIEL MAL".

**Stephan Eicher Profile Information:**

- 96 447 personnes sont abonnées
- <http://www.stephan-eicher.com/>
- Envoyer un message
- [radeau@stephan-eicher.com](mailto:radeau@stephan-eicher.com)
- Musicien/Groupe

**Live Stream Video:**

- Stephan Eicher était en direct. 15 mai, 18:59
- Merci de soutenir les réalisateurs du stream et le projet "Le Radeau des Inutiles".
- HUTKOLLEKTE / CHAPEAU: <https://bit.ly/3uRAGiS>
- Quelle est la valeur de la culture pour vous ?
- #leradeauesinutiles #dasflossderunnötigen
- [www.stephan-eicher.com](http://www.stephan-eicher.com)

**Video Engagement:**

- 2,2 K likes
- 2,8 K commentaires
- 458 partages

**Comments:**

- Écrivez un commentaire...
- Partager
- Stephan Eicher · 1:13:31  
MERCI VIEL MAL
- J'aime · Répondre · 3 j
- 9 réponses

**Video Caption:**

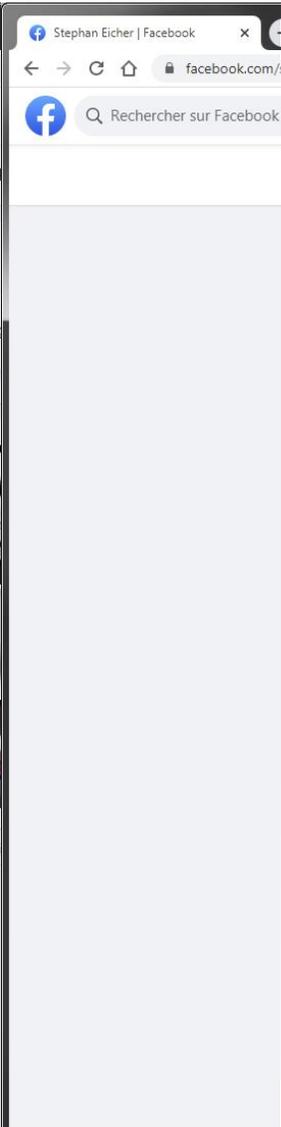
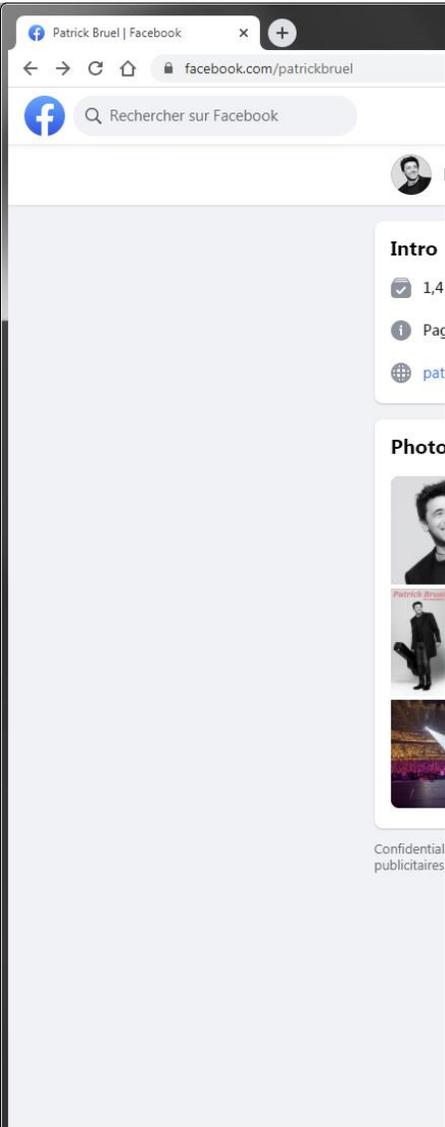
Merci de soutenir les réalisateurs du stre...  
2,2 K likes  
33,7 K vues · il y a 3 jours

**Transparence de la Page** Voir tout

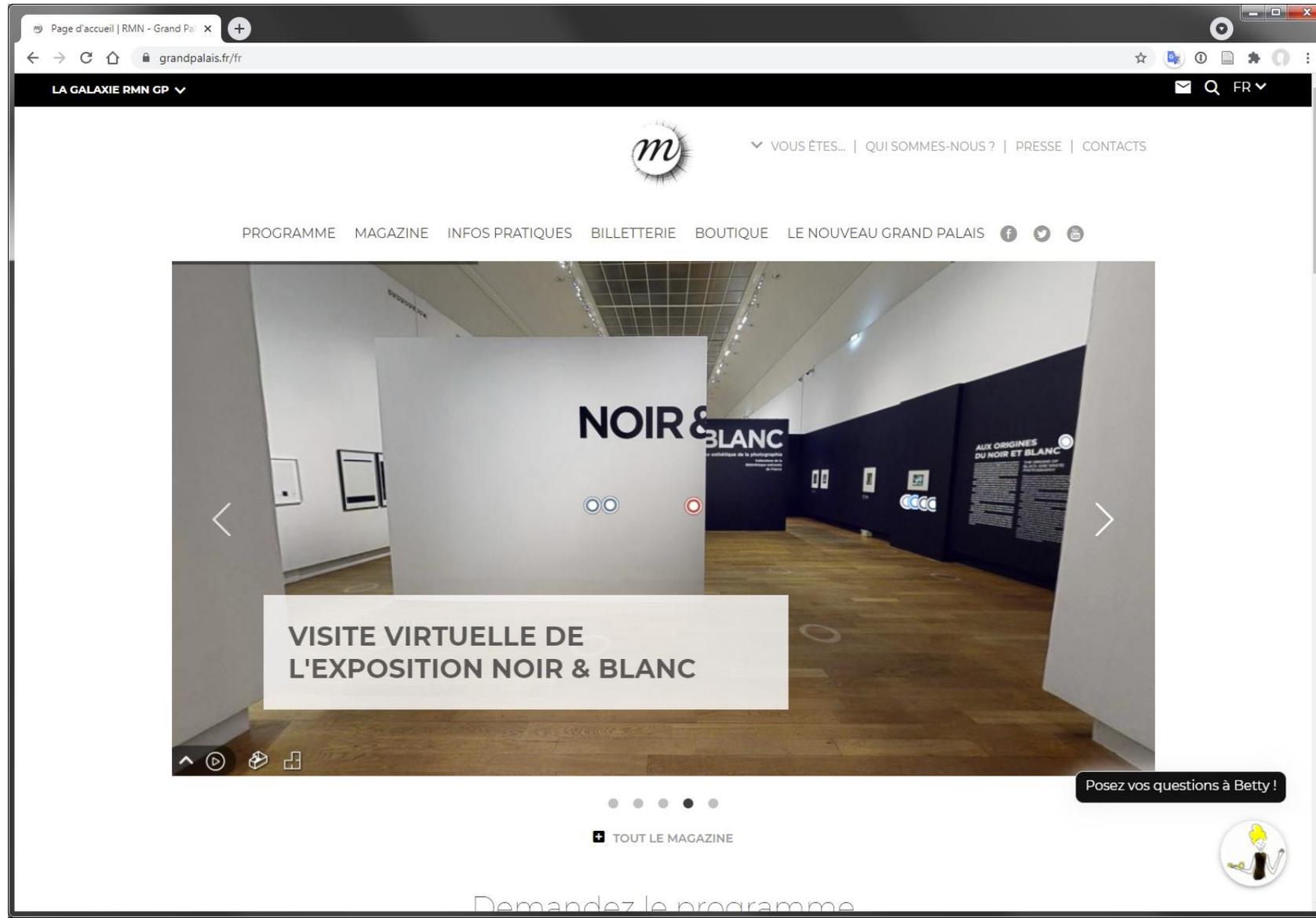
**Stephan Eicher Live Stream:**

- Stephan Eicher · 15 mai, 16:08
- CE SOIR 19.00H – FB LIVESTREAM & COLLECT

et des actions à plus petite échelle



# des expériences parfois **empêtrées** dans le réel



# des partages de regards intéressants



# au cœur d'une **transformation** de l'**expérience**

- vivre **une expérience (culturelle) ATAWAD**
  - à tout moment, à son rythme, vivre et revivre
  - hors les murs, hors les salles, chez soi ou ailleurs
  - sur mobile ou sur l'écran géant de son téléviseur

# au cœur d'une **transformation** de l'**expérience**

- vivre **une expérience (culturelle) ATAWAD**
  - à tout moment, à son rythme, vivre et revivre
  - hors les murs, hors les salles, chez soi ou ailleurs
  - sur mobile ou sur l'écran géant de son téléviseur
- vivre **une expérience spécifique**
  - liée au medium, à ses cultures propres, aux contextes
  - ancrée dans la relation (à l'artiste, l'œuvre, l'événement, l'institution)

# au cœur d'une **transformation** de l'**expérience**

- vivre **une expérience (culturelle) ATAWAD**
  - à tout moment, à son rythme, vivre et revivre
  - hors les murs, hors les salles, chez soi ou ailleurs
  - sur mobile ou sur l'écran géant de son téléviseur
- vivre **une expérience spécifique**
  - liée au medium, à ses cultures propres, aux contextes
  - ancrée dans la relation (à l'artiste, l'œuvre, l'événement, l'institution)
- vivre **des émotions**
  - les exprimer, les partager
  - seul·e ou à plusieurs

# des **publics connectés**

- des **attentes étalonnées** sur les expériences digitales proposées **par les leaders du numérique** (GAFAM, NATU)
  - simplicité, performance, qualité, émotion

# des **publics connectés**

- des **attentes étalonnées** sur les expériences digitales proposées **par les leaders du numérique** (GAFAM, NATU)
  - simplicité, performance, qualité, émotion
- une vision du **numérique complémentaire**, un **prolongement** du réel
  - avant, pendant et après une expérience réelle
  - une alternative à l'expérience réelle, différente de celle-ci

# des **publics connectés**

- des **attentes étalonnées** sur les expériences digitales proposées **par les leaders du numérique** (GAFAM, NATU)
  - simplicité, performance, qualité, émotion
- une vision du **numérique complémentaire**, un **prolongement** du réel
  - avant, pendant et après une expérience réelle
  - une alternative à l'expérience réelle, différente de celle-ci
- sans doute **prêts à payer**, pour des offres de qualité
  - qualité de l'expérience d'achat
  - test de modèles différents (abonnement), segmentation

# des **publics connectés**

- des **attentes étalonnées** sur les expériences digitales proposées **par les leaders du numérique** (GAFAM, NATU)
  - simplicité, performance, qualité, émotion
- une vision du **numérique complémentaire**, un **prolongement** du réel
  - avant, pendant et après une expérience réelle
  - une alternative à l'expérience réelle, différente de celle-ci
- sans doute **prêts à payer**, pour des offres de qualité
  - qualité de l'expérience d'achat
  - test de modèles différents (abonnement), segmentation
- en qui vous pouvez **avoir confiance**

# des **bouleversements** en toile de fond

- **numérisation** et virtualisation
  - des contenus et des expériences (innovation)

# des **bouleversements** en toile de fond

- **numérisation** et virtualisation

- des contenus et des expériences (innovation)

- **plateformisation**

- des accès (Netflix, Spotify, Youtube, Facebook, Amazon...)

# des **bouleversements** en toile de fond

- **numérisation** et virtualisation
  - des contenus et des expériences (innovation)
- **plateformisation**
  - des accès (Netflix, Spotify, Youtube, Facebook, Amazon...)
- **concentration** des acteurs, à l'échelle de la planète (oligopoles)
  - intégration horizontale et verticale

# des **bouleversements** en toile de fond

- **numérisation** et virtualisation
  - des contenus et des expériences (innovation)
- **plateformisation**
  - des accès (Netflix, Spotify, Youtube, Facebook, Amazon...)
- **concentration** des acteurs, à l'échelle de la planète (oligopoles)
  - intégration horizontale et verticale
- concurrence pour l'**attention** et le **pouvoir d'achat**
  - marque, publicité, données, algorithmes

# une **transformation stratégique**

- **volonté** stratégique

- décision d'investissement et allocation budgétaire
- gestion transversale au plus haut niveau

# une **transformation stratégique**

- **volonté** stratégique

- décision d'investissement et allocation budgétaire
- gestion transversale au plus haut niveau

- développement des **capacités opérationnelles**

- équipes internes et partenaires externes
- numérisation des fonds, des événements
- écosystème digital de qualité
- usine à contenus numériques (*digital content factory, story s/t-elling*)
- système d'information solide (CMS, e-commerce, CRM, DAM, martech...)

# une **transformation stratégique**

- **volonté** stratégique

- décision d'investissement et allocation budgétaire
- gestion transversale au plus haut niveau

- développement des **capacités opérationnelles**

- équipes internes et partenaires externes
- numérisation des fonds, des événements
- écosystème digital de qualité
- usine à contenus numériques (*digital content factory, story s/t-elling*)
- système d'information solide (CMS, e-commerce, CRM, DAM, martech...)

- des **opportunités** de développement très positives

# MERCI POUR VOTRE ATTENTION

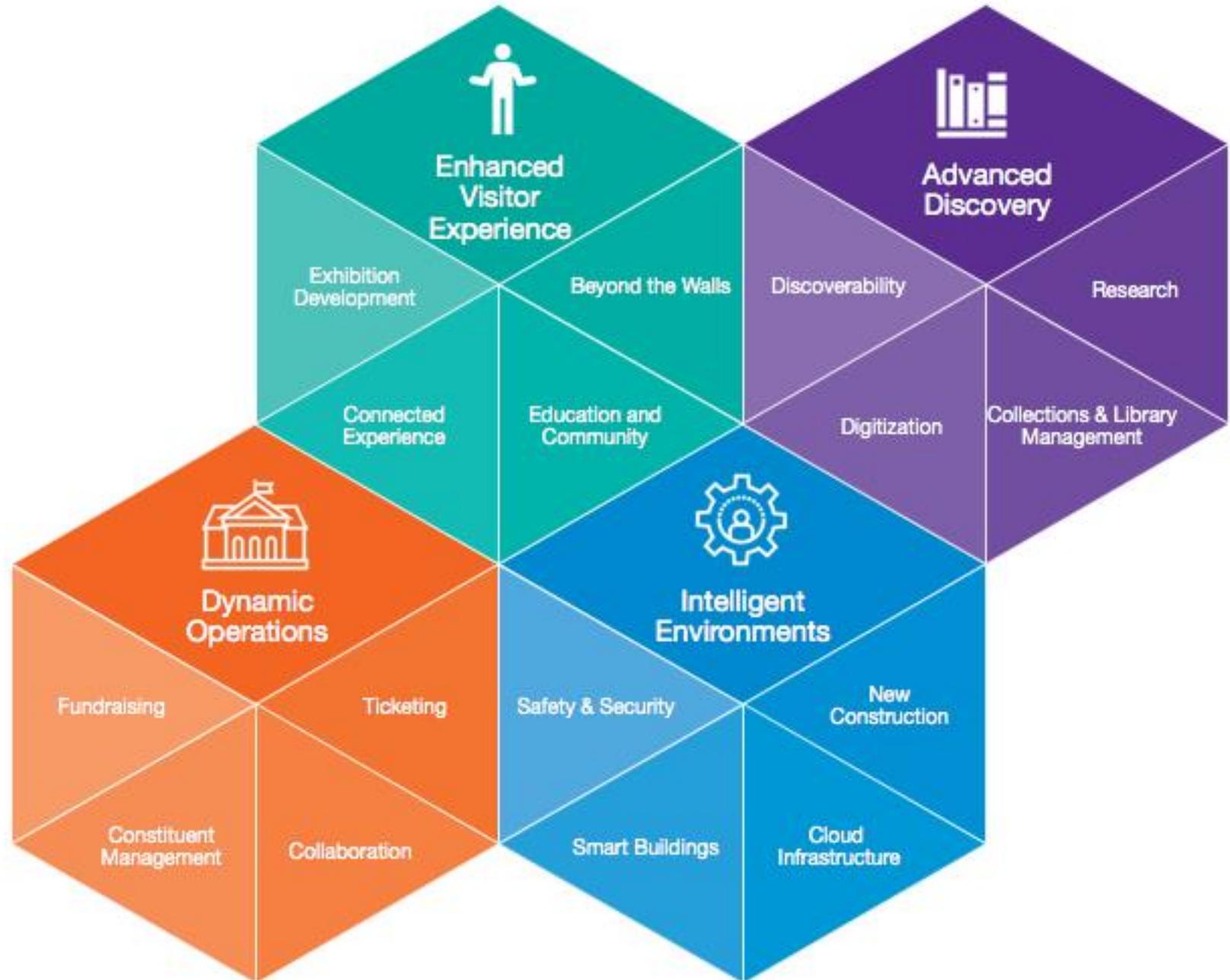
Prof. Arnaud Dufour  
arnaud.dufour@heig-vd.ch  
[arnauddufour.com](http://arnauddufour.com)

POUR ALLER PLUS LOIN...

# quelques **références** utiles

- <http://www.club-innovation-culture.fr/>
- <https://www.europeana.eu/en>
- <https://museovation.co/ressources>
- <https://www.museums.ch/fr/covid-19/mus%C3%A9e-num%C3%A9rique.html>
- <https://www.kultur-vermittlung.ch/fr/coin-numerique>
- <https://culturacasa.ch/>

# Libraries & Museums Digital Transformation Framework



# La transformation digitale

Altimeter Group defines digital transformation as:

**THE RE-ALIGNMENT OF, OR NEW INVESTMENT IN, TECHNOLOGY AND BUSINESS MODELS TO MORE EFFECTIVELY ENGAGE DIGITAL CONSUMERS AT EVERY TOUCHPOINT IN THE CUSTOMER EXPERIENCE LIFECYCLE.**

While digital transformation means different things to different people, its concept becomes a mantra for earning relevance and establishing leadership in a digital economy. As companies begin to invest in digital transformation, they are realizing promising benefits (see Figure 1).

# BENEFITS OF DIGITAL TRANSFORMATION

**Updated  
company vision**



The company vision is modernized and humanized, which earns support from digital customers.

**Thriving culture  
of innovation**



This effort creates buzz within the organization and inspires a company culture of innovation and the ability to innovate in product and service development.

**Improved  
customer journey**



Customers continue naturally every step of their journey, which improves conversions and outcomes.

**Greater  
competitive advantage**



Businesses build competitive advantage that executives recognize.

**Increased  
internal collaboration**



Collaboration significantly improves between business functions.

**More  
empowered workforce**



Leadership and employees feel empowered through education.

**Improved  
efficiency**



Decision-making and processes become more efficient across departments.

**Deeper data  
analysis**

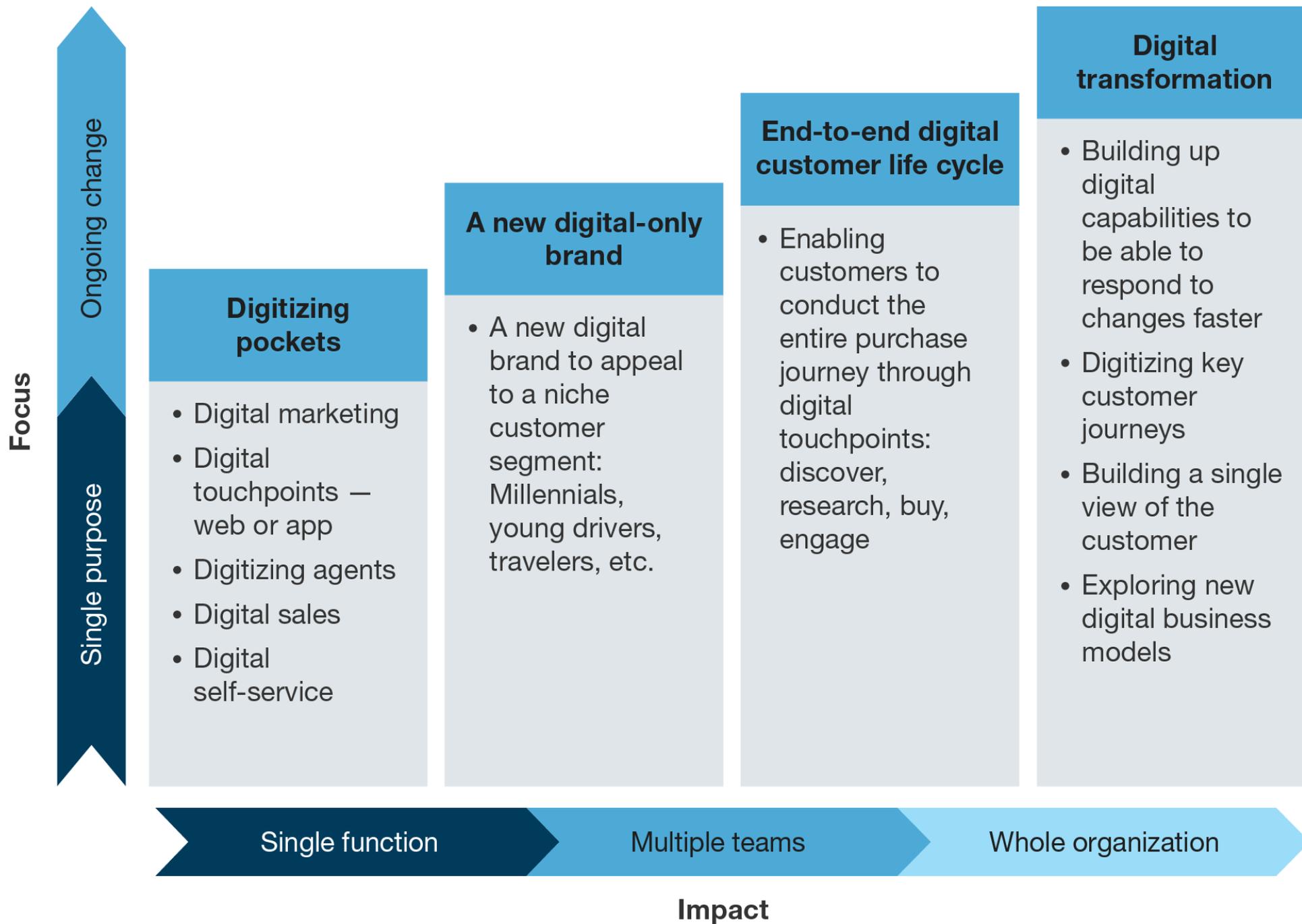


Better understanding of what/where data is across the organization, which translates into the ability to infer insights and deepen customer analysis to prove ROI.

**Increased customer  
conversion and loyalty**



A true 360-degree, seamless customer experience contributes to increased conversions and customer loyalty.



# The Definition of User Experience (UX)

by Don Norman and Jakob Nielsen

Topics: [Interaction Design](#) [Management](#) [Visual Design](#)

**Summary:** "User experience" encompasses all aspects of the end-user's interaction with the company, its services, and its products.

The first requirement for an exemplary user experience is to meet the exact needs of the customer, without fuss or bother. Next comes simplicity and elegance that produce products that are a joy to own, a joy to use. True user experience goes far beyond giving customers what they say they want, or providing checklist features. In order to achieve high-quality user experience in a company's offerings there must be a seamless merging of the services of multiple disciplines, including engineering, marketing, graphical and industrial design, and interface design.

It's important to distinguish the total user experience from the user interface (UI), even though the UI is obviously an extremely important part of the design. As an example, consider a website with movie reviews. Even if the UI for finding a film is perfect, the UX will be poor for a user who wants information about a small independent release if the underlying database only contains movies from the major studios.

We should also **distinguish UX and usability**: According to the [definition of usability](#), it is a quality attribute of the UI, covering whether the system is easy to learn, efficient to use, pleasant, and so forth. Again, this is very important, and again total user experience is an even broader concept.

users, customers, brand, employees...

$$\text{UX} + \text{CX} + \text{BX} + \text{EX} = \text{EXPERIENCE}$$



## Brand Experience

The experience that users should have before, during and after engagement with the platform? How does this fit into my lifestyle? Where does this add value? What value does it add? What do I feel? What do I tell people?

## Customer Experience

The individual + the sum of all interactions with the platform in each moment of truth. How does CX bring to life the confluence of the brand promise and the brand experience

## Brand

The brand is the essence of the experience people have and share. More and more, the brand needs to be emblematic of consumer aspiration, relatability and personality. It's more than creative, design and pillars, it's emotional, personal...

## User Experience

User experience (UX) refers to a person's entire experience using a particular product, system or service. New trends though are making UX frictionless...even mindless or intuitive with movements such as "No UI = Next UI" and also "Conversational Commerce."

