

Opportunité Du Numérique Pour Les Entreprises De Télécommunication : Cas d'Airtel Niger

[Digital Opportunity For Telecommunications Companies: The Case Of Airtel Niger]

Janvier Fokam

Université Internationale IBERO-AMERICAINE DE MEXICO (UNINI)

janvier.fokam@doctorado.unib.org



Résumé : L'essor rapide de la technologie numérique ces dernières années a révolutionné le monde en transformant numériquement les entreprises traditionnelles d'une part et les entreprises de télécommunications d'autre part. L'objectif principal du sujet intitulé « Opportunités numériques pour les entreprises de télécommunications : cas Altel Niger » est de démontrer l'importance des technologies numériques.

Ces technologies aident les entreprises de télécommunication à améliorer leurs produits et services. Pour mener à bien cette étude, le document est structuré en trois (3) grandes parties différentes:

- la première présente le cadre théorique de l'étude;
- la deuxième présente le cadre méthodologique de l'étude;
- la troisième présente l'analyse et l'interprétation des résultats

Pour atteindre nos objectifs et tester nos hypothèses de recherches, des données ont été collectées auprès d'un échantillon représentatif de 30 agents d'Airtel Niger et par la suite analysées à l'aide du logiciel Google Forms.

En effet, les résultats obtenus ont montré que l'utilisation des technologies numériques est essentielle pour les entreprises, notamment les entreprises de télécommunications. Cela permet d'améliorer l'efficacité du travail des employés et d'améliorer le service client. Finalement, cette étude démontre que les employés de l'entreprise de télécommunications ont besoin de formation pour intégrer les nouvelles technologies.

Mots clés: opportunité - numérique - entreprise - télécommunication - Artel Niger

Abstract: The rapid rise of digital technology in recent years has revolutionized the world by digitally transforming traditional businesses on one hand and telecommunications companies on the other. The main objective of the topic entitled "Digital opportunities for telecommunications companies: Altel Niger case" is to demonstrate the importance of digital technologies. These technologies help telecommunications companies improve their products and services. To carry out this study, the document is structured in three (3) main different parts:

- the first presents the theoretical framework of the study;
- the second presents the methodological framework of the study;
- the third presents the analysis and interpretation of results

To achieve our objectives and test our research assumptions, data was collected from a representative sample of 30 Airtel Niger agents. This data was subsequently analyzed using the Google Forms software. Indeed, the results showed that the use of digital technologies is essential for businesses, especially telecommunications companies. This helps improve employee work efficiency and customer service by improving services.

Finally, this study shows that employees of the telecommunications company need training to integrate new technologies.

keywords: opportunity - digital - business - telecommunication - Artel Niger

Introduction générale

Le développement numérique affecte chaque individu et chaque entreprise qui souhaite rester compétitif dans un monde de plus en plus connecté. Il est donc important pour les entreprises de s'adapter aux nouvelles tendances et d'adopter des stratégies innovantes pour se démarquer. En fait, les entreprises en sont bien conscientes. Elles n'hésitent pas à sauter dans le train de la transformation numérique pour récolter les fruits de la numérisation [1]. Bien que plusieurs secteurs de l'économie soient touchés par cette évolution numérique, le secteur des télécommunications est le plus touché par l'émergence de ces nouvelles technologies qui offrent de nouvelles opportunités.

Cependant, cette situation oblige également les entreprises à s'adapter rapidement [2]. La technologie numérique offre de nombreuses opportunités au secteur des télécommunications. Cela permet à ces secteurs de rester à la pointe de la technologie et de rester compétitifs sur le marché.

Au regard des opportunités qu'offrent le digital aux entreprises en générale et les entreprises de télécommunications en particulier, nous avons décidé de faire une étude le thème sur: « les opportunités du numérique pour les entreprises de télécommunication : cas d'Airtel Niger ».

Ce travail est structuré en trois parties composées de deux chapitres chacun :

- ❖ La première partie est consacrée au cadre théorique et méthodologique : le chapitre un (1) correspondant au cadre théorique et le chapitre deux (2) correspondant au cadre méthodologique.
- ❖ La deuxième partie de notre travail traite le cadre analytique : le chapitre trois (3) aborde l'analyse et l'interprétation des résultats.

Chapitre 1 : Cadre théorique

Ce chapitre présente le cadre théorique de l'étude concernant les opportunités du numérique pour les entreprises de télécommunications. Nous allons aussi présenter la problématique, les objectifs, et les hypothèses de recherches.

1.1- Problématique

Dans un monde en permanente évolution, la transformation numérique constitue un grand défi pour les entreprises qui souhaitent rester compétitives. La transformation digitale n'est plus seulement une option, mais elle est nécessaire pour les entreprises qui souhaitent s'adapter aux évolutions du marché et profiter des nouvelles opportunités [3]. La concurrence est féroce dans le secteur des télécommunications, notamment au Niger, où chaque opérateur cherche à être à la pointe de la technologie et à offrir des expériences uniques à ses abonnés. Les leaders de l'industrie doivent moderniser leurs services. Ils doivent agir rapidement pour éviter l'impact négatif de la numérisation sur les performances du réseau et l'efficacité de votre entreprise. Ils ne doivent pas simplement être innovants. Cependant, ils doivent innover à la vitesse d'Internet en abandonnant les modèles inefficaces existants et en adoptant de nouvelles technologies [4].

Il est clair que les consommateurs des zones urbaines et rurales sont plus que jamais avertis en matière de technologie et de connaissance. En d'autres termes, ces consommateurs ont fait leurs recherches et savent exactement ce qu'ils veulent. Ils ne se contentent plus des contrats et des prix fixes, d'autant qu'un client sur quatre souhaite de la flexibilité. Les clients évoluent et exigent les meilleures offres, des options abordables et des services à valeur ajoutée adaptés à leur style de vie unique. Ces consommateurs veulent de la commodité, du contrôle, de la qualité de service, des expériences personnalisées et des solutions permettant de gagner du temps, personnalisables et qui les aident à rester connectés [5]. D'où la sélection du thème : « Les opportunités du numériques pour les entreprises de télécommunications : Le cas d'Airtel Niger ».

Pour résoudre la problématique de ce sujet, notre recherche s'appuie sur les principales questions suivantes : Quels avantages la transformation numérique apporte-t-elle aux entreprises de télécommunications ?

De cette question principale découle ces questions secondaires :

- Quelles technologies numériques sont les plus couramment utilisées par les entreprises de télécommunications ?
- Comment les entreprises de télécommunications utilisent-elles ces technologies numériques pour améliorer leurs services et produits et rester compétitives ?
- Comment l'utilisation des données sur l'utilisation des services de télécommunications peut-elle aider les entreprises à mieux servir ?

1.2- Les objectifs de recherche

1.2.1- Objectif général

Notre objectif principal est le suivant : Comprendre comment est-ce que les technologies numériques peuvent aider les entreprises de télécommunication à améliorer leurs produits et services.

1.2.2- Objectifs spécifiques

- Identifier les technologies numériques qui améliorent la qualité de service aux clients.
- Démontrer comment l'exploitation des données sur l'utilisation de la technologie numérique par les abonnés peut contribuer à améliorer le service aux clients.

1.3. Hypothèses de recherche

1.3.1. Hypothèse générale

Grâce à la technologie numérique, les entreprises de télécommunications peuvent améliorer leurs services et produits et rester compétitives.

1.3.2. Hypothèses spécifiques

- Les nouvelles technologies numériques améliorent la qualité des services et des produits fournis aux clients.
- L'analyse des données aide les entreprises de télécommunications à personnaliser leurs offres pour mieux répondre aux besoins des clients.

Chapitre 2 : Cadre Méthodologique

L'objectif de ce niveau est de mettre en évidence les approches utilisées pour collecter les données liées à la recherche, les techniques et outils utilisés ainsi que les difficultés rencontrées.

2.1. Délimitation du champ d'étude

Pour bien répondre à cette problématique et obtenir des résultats pertinents et fiables, nous avons limité notre étude aux agents d'Airtel Niger.

2.2. Méthode d'échantillonnage

L'échantillonnage est le processus d'extraction d'un nombre spécifique d'éléments (échantillon) de tous les éléments observés ou traités (population). La méthode d'échantillonnage utilisée est une méthode pratique pour interroger les agents d'Airtel Niger disponibles qui ont accepté de remplir le questionnaire.

2.3. Echantillon

L'enquête que nous avons menée auprès des agents n'a inclus que 30 personnes comme échantillon en raison du caractère académique de l'étude.

2.4. Techniques et outils

Ce sont toutes des méthodes et stratégies que nous utilisons pour atteindre les résultats que nous nous sommes fixés. Pour cette étude, nous avons sélectionné les techniques et méthodes suivantes : recherche documentaire, observation directe et enquête de terrain à l'aide de questionnaires.

2.4.1. Recherche documentaire

Grâce à la revue de la littérature, nous avons pu collecter les informations nécessaires à l'enquête de terrain. La recherche documentaire consiste en la collecte d'informations secondaires obtenues auprès d'organismes internes ou externes concernant les problématiques soulevées. Des données provenant de documents, de revues, d'archives et de diverses œuvres protégées par le droit d'auteur sont utilisées. Grâce à une revue de la littérature, nous avons compilé une liste d'informations basées sur une grande quantité de recherches théoriques fondamentales et sur les résultats des recherches de nos prédécesseurs.

2.4.2. Observation directe

Les observations formulées portent sur les faits établis au cours de la période d'enquête. En effet, en interne, grâce à une communication directe et continue, nous avons observé toutes les activités qui contribuent à la satisfaction du client.

2.4.3. Questionnaire

Lorsque nous menons une enquête pour tester une hypothèse, nous avons jugé nécessaire de recourir à une enquête. Cela nous permet d'identifier des informations sur les opportunités numériques pour les opérateurs. Nous avons envoyé le questionnaire aux agents d'Airtel Niger via leurs contacts WhatsApp et nous sommes assurés que tous les agents de l'échantillon avaient reçu et rempli le questionnaire.

2.5. Outils de traitements de données

L'analyse des données est effectuée à l'aide d'une combinaison de dépouillement manuel des données et de traitement statistique à l'aide de Google Forms.

Chapitre 3 : Analyse et Interprétation des Résultats

Ce chapitre nous permet d'effectuer une analyse détaillée des données collectées au cours de l'étude. Les résultats obtenus de l'étude sont analysés et interprétés pour tester les hypothèses.

3.1. Analyse et interprétation des résultats

Cette partie présente les résultats et les analyse selon l'ordre des questions.

Figure 1 : Détermination de la tranche d'âge des répondants

Quel est votre age?

30 réponses

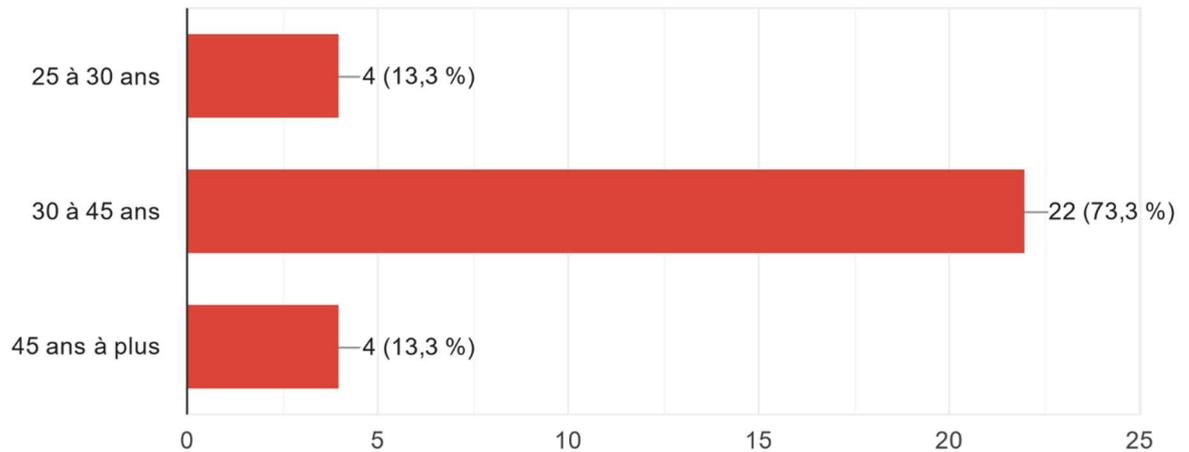


Tableau 1: tranche d'âge des répondants

	Nombres de réponses	Pourcentages
25 à 30 ans	4	13,3%
30 à 45 ans	22	73,3%
45 à plus	4	13,3%
Total	30	100%

Source : notre enquête

A travers cette figure nous pouvons remarquer que la majorité de notre échantillon qui constitue les agents de Airtel Niger sont dans la deuxième (2) tranche d'âge qui concerne les adultes âgés de plus de trente ans (+30) à quarante-cinq ans (45).

Figure 2 : Détermination du sexe des répondants

Quel est votre genre?

30 réponses

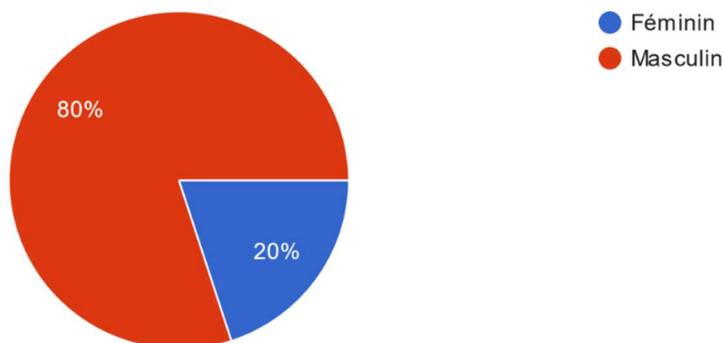


Tableau 2: sexe des répondants

	Nombres de réponses	Pourcentages
Féminin	6	20%
Masculin	24	80%
Total	30	100%

Source : notre enquête

Sur cette figure, nous pouvons remarquer que la majorité de nos répondants qui constituent les agents d’Airtel Niger sont de sexe masculin

Figure 3 : Détermination de la direction des répondants

Dans quel département de l'entreprise êtes-vous?

30 réponses

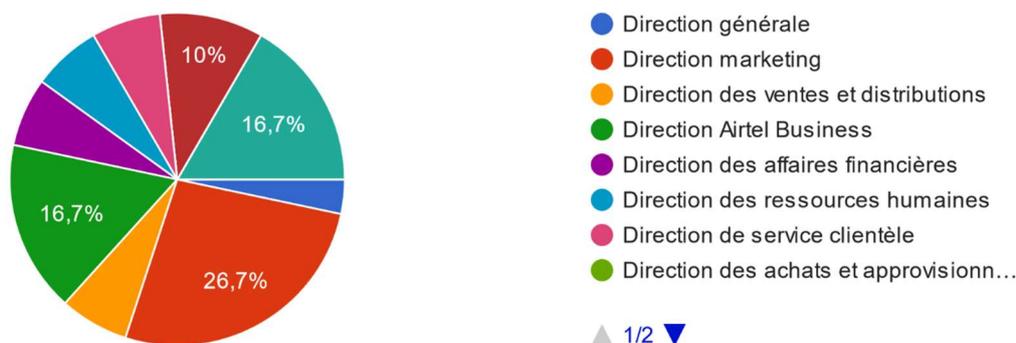


Tableau 3: direction des répondants

	Nombres de réponses	Pourcentages
Direction Générale	1	3,3%
Direction marketing	8	26,7%
Direction des ventes et distributions	2	6,7%
Direction Airtel business	5	16,7%
Direction des affaires financières	2	6,7%
Direction des ressources humaines	2	6,7%
Direction de service clientèle	2	6,7%
Direction des achats et approvisionnements	0	0%
Direction Airtel Money	3	10%
Direction juridique	0	0%
Direction network	0	0%
Direction régulation	0	0%
Direction informatique et technique	5	16,7%
Total	30	100%

Source : notre enquête

D'après cette figure ci-dessus, nous pouvons remarquer les réponses, que nous avons obtenus nous viennent de plusieurs départements différents et que la majorité de nos répondants sont de la direction marketing.

Figure 4 : Détermination du grade des répondants

Quel est votre grade au sein de l'entreprise ?

30 réponses

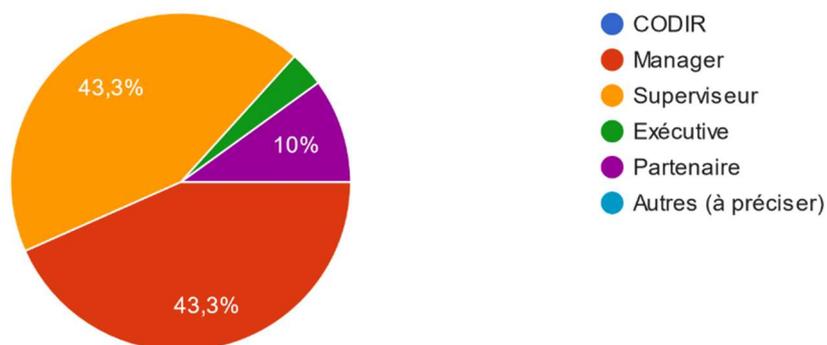


Tableau 4: grade des répondants

	Nombres de réponses	Pourcentages
CODIR	0	0%
Manager	13	43,3%
Superviseur	13	43,3%
Exécutive	1	3,3%
Partenaire	3	10%
Autres	0	0%
Total	30	100%

Source : notre enquête

Quant à la figure ci-dessus, elle nous montre les taux de réponses en fonction des grades de nos répondants et que la majorité sont des Manager et des superviseurs.

Figure 5 : Détermination d'ancienneté des répondants

Depuis combien de temps travaillez-vous dans l'entreprise ?

30 réponses

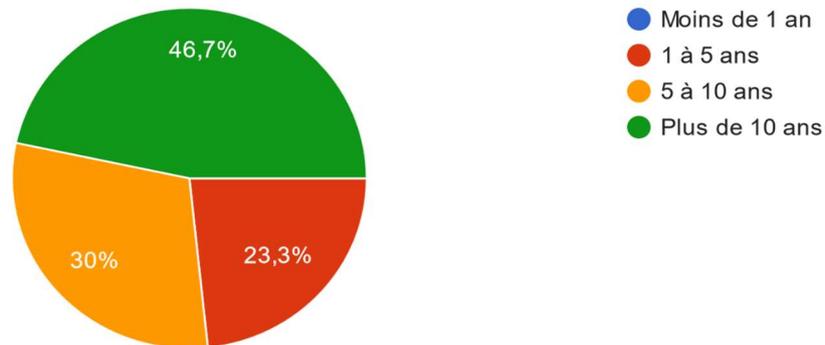


Tableau 5: ancienneté des répondants

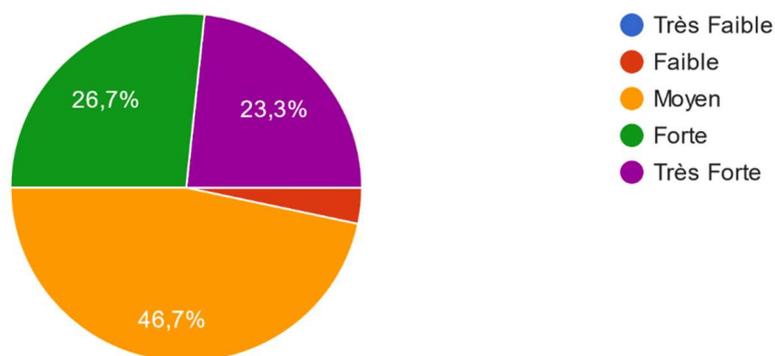
	Nombres de réponses	Pourcentages
Moins de 1an	0	0%
1 à 5 ans	7	23,3%
5 à 10 ans	9	30%
Plus de 10 ans	14	46,7%
Total	30	100%

Source : notre enquête

Cette figure ci-dessus, nous montre l'ancienneté de nos répondants à Airtel Niger et également que la majorité de ses répondants sont agents de Airtel il y'a aujourd'hui plus de dix (10) ans.

Figure 6 : Détermination du niveau de culture d'innovation d'entreprise

La culture d'innovation de l'entreprise est l'ensemble des habitudes et des comportements partagés par les membres d'une organisation en lien... cette culture d'innovation dans votre entreprise ?
30 réponses



La figure 6 : Comment évalueriez-vous la culture d'innovation dans votre entreprise ?

Tableau 6: niveau de culture d'innovation de l'entreprise

	Nombres de réponses	Pourcentages
Très faible	0	0%
Faible	1	3,3%
Moyen	14	46,7%
Forte	8	26,7%
Très forte	7	23,3%
Totale	30	100%

Source : notre enquête

Cette figure ci-dessus nous montre le taux de la culture d'innovation de l'entreprise. Et nous pouvons remarquer que la majorité de nos répondants ont répondu, moyen à notre question.

Figure 7 : Identification des nouvelles technologies qu'éprouvent les répondants

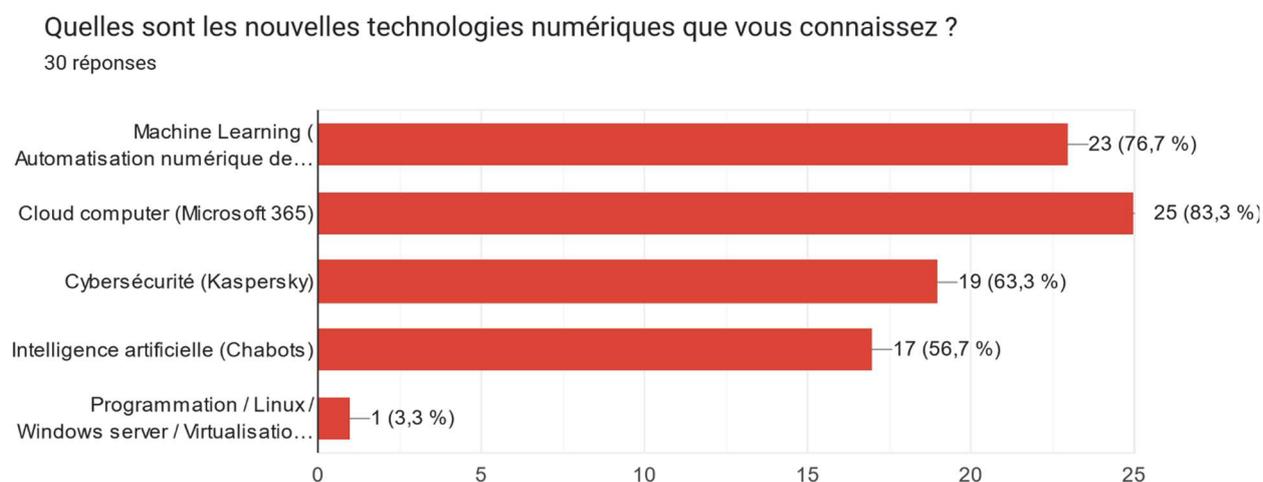


Tableau 7: nouvelles technologies qu'éprouvent les répondants

	Nombres de réponses	Pourcentages
Machine Learning	23	76,7%
Cloud computer	25	83,3%
Cybersécurité	19	63,3%
Intelligence artificielle	17	56,7%
Programmation	1	3,3%
Total	30	100

Source : notre enquête

La figure ci-dessus montre que le cloud computer est le plus connu par nos répondant avec un taux de 83,3%, ensuite vient en deuxième position le machine Learning avec 76,7%, en troisième position la cybersécurité avec 63,3%, puis l'intelligence artificielle avec un taux de 56,7% et en dernière position les nouvelles technologies utilisées pour la programmation avec comme taux de 3,3% soit une personne parmi les répondants.

Figure 8 : Identification des nouvelles technologies qu'utilisent les répondants

Parmi ces nouvelles technologies numériques citer lesquelles est-ce que vous utilisez le plus ?

30 réponses

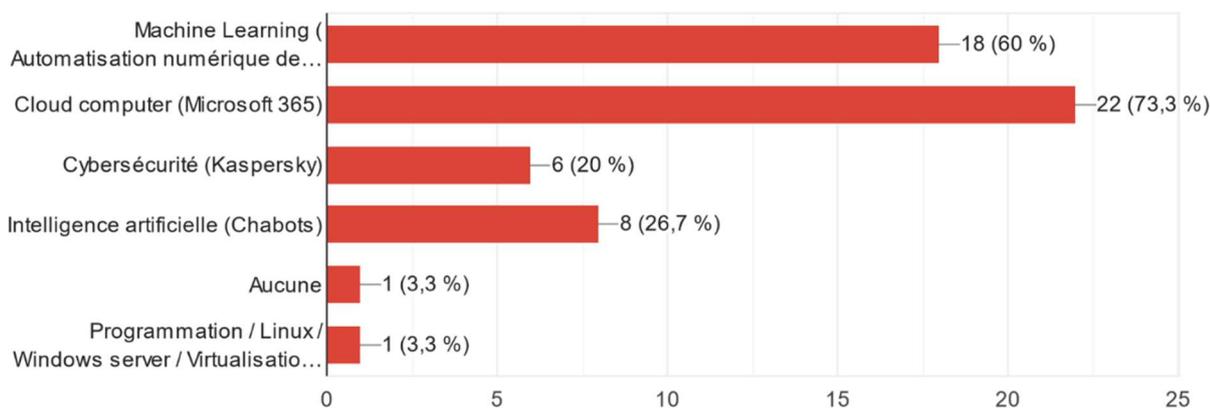


Tableau 8: nouvelles technologies qu'utilisent les répondants

	Nombres de réponses	Pourcentages
Machine Learning	18	60%
Cloud computer	22	73,3%
Cybersécurité	6	20%
Intelligence artificielle	8	26,7%
Programmation	1	3,3%
Aucune	1	3,3%
Totale	30	100

Source : notre enquête

Parmi les nouvelles technologies que nous avons citées, le cloud computer est la plus utilisée avec un taux de 73,3% de nos répondants, puis le machine Learning qui est utilisé par 60% de nos répondants, ensuite nous avons l'intelligence artificielle qui est utilisé par 26,7% de nos répondants, après vient la cybersécurité qui elle est utilisée par 20% de nos répondants et une personne qui utilise la programmation et une autre personne parmi nos répondants qui n'utilise aucune des technologies numériques citées.

Figure 9 : Identification du taux d'amélioration du travail des répondants grâce aux technologies numériques

Comment ces technologies numériques ont-elles améliorer votre efficacité au travail ?

30 réponses

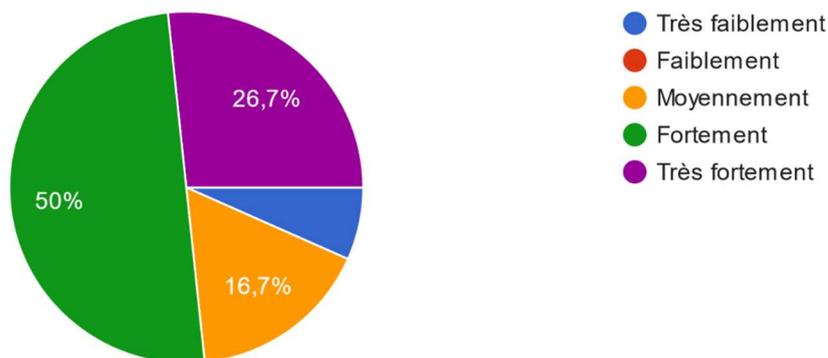


Tableau 9: taux d'amélioration du travail

	Nombres de réponses	Pourcentages
Très faiblement	2	6,6%
Faiblement	0	0%
Moyennement	5	16,7%
Fortement	15	50%
Très fortement	8	26,7%
Total	30	100%

Source : notre enquête

La figure ci-dessus, nous montre que 6,6% de nos répondants trouvent que les technologies numériques améliorent très faiblement l'efficacité de leurs travail, 16,7% trouvent que les technologies numériques améliorent moyennement leurs efficacités au travail, la moitié des répondants soit les 50% trouvent qu'elles améliorent fortement leurs efficacités au travail, alors que 26,7% trouvent qu'elles améliorent très fortement leurs efficacités au travail.

Figure 10 : Identification du besoin de formation des répondants

Avez-vous besoin de formation pour intégrer plus facilement ces technologies numériques à votre travail ?

30 réponses

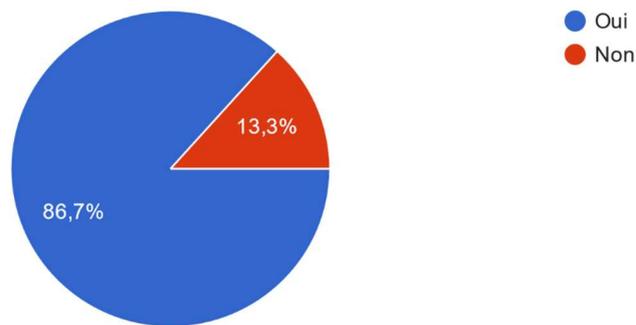


Tableau 10: besoin de formation

	Nombres de réponses	Pourcentages
Oui	26	86,7%
Non	4	13,3%
Total	30	100%

Source : notre enquête

Cette figure nous montre que, la majorité de nos répondants soit 86,7% ont besoin de formation pour pouvoir intégrer plus facilement les nouvelles technologies à leur travail ; par contre 13,3% des répondants trouvent qu'ils n'en ont pas besoin.

Figure 11 : Identification du type de formation voulu par les répondants

Quels types de formations supplémentaires aimeriez-vous recevoir pour mieux intégrer les technologies numériques dans votre travail ?

30 réponses

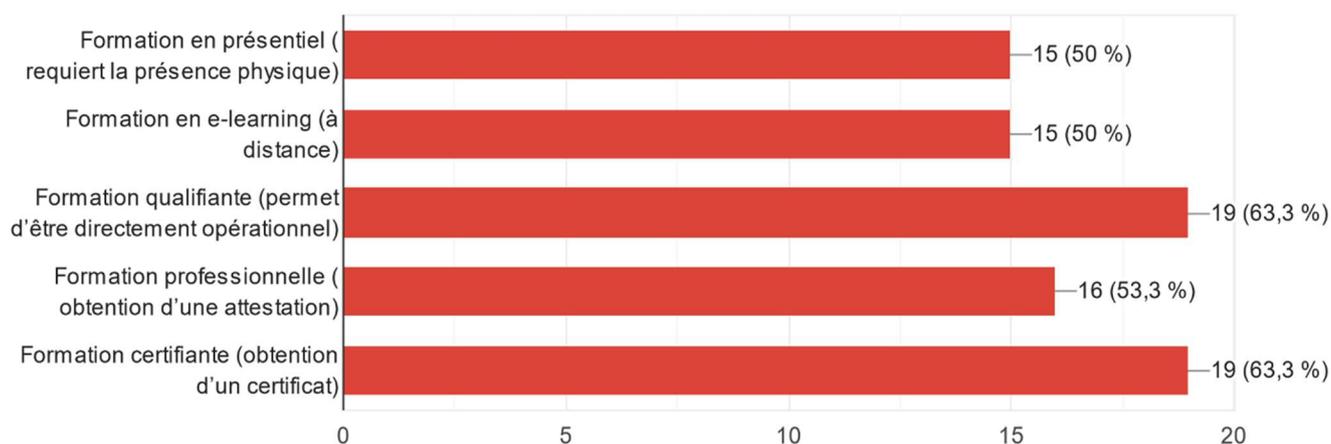


Tableau 11 :type de formation voulu

	Nombres de réponses	Pourcentages
Formation en présentiel	15	50%
Formation en e-learning	15	50%
Formation qualifiante	19	63,3%
Formation professionnelle	16	53,3%
Formation certifiante	19	63,3%
Total	30	100

Source : notre enquête

Le tableau ci-dessus, nous indique que 63,3% de nos répondants ont besoin de formation qualifiante et de formation certifiante, alors que 50% ont besoin de formation en présentiel et de formation en e-learning et 53,3% ont besoin de formation professionnelle.

Figure 12 : Détermination des Technologies utilisées par l'entreprise

Quelles sont les nouvelles technologies numériques qu'utilisent l'entreprise pour améliorer la qualité de leurs produits et services ?

30 réponses

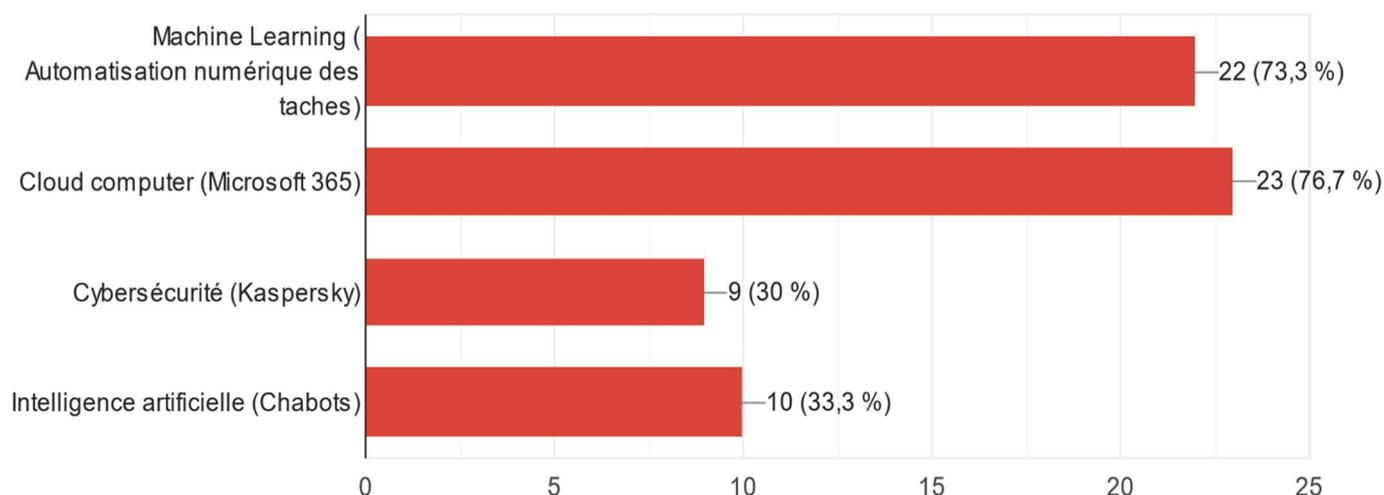


Tableau 12: technologie utilisée par l'entreprise

	Nombres de réponses	Pourcentages
Machine Learning	22	73,3%
Cloud computer	23	76,3%
Cybersécurité	9	30%
Intelligence artificielle	10	33,3%
Total	30	100

Source : notre enquête

A partir des informations ci-dessus, nous pouvons déduire que le cloud computer et le machine Learning sont les technologies numériques les plus utilisées pour améliorer la qualité des produits et services de l'entreprise avec respectivement 76,3% et 73,3%. 33,3% des répondants qui estime que l'intelligence artificielle est la technologie que l'entreprise utilise pour améliorer la qualité de leurs produits et services. Alors que 30% des répondants ont cochés pour la cybersécurité.

Figure 13 : Détermination des répondants qui utilisent de l'analyse de données

Utilisez-vous de l'analyse des données dans votre travail ?

30 réponses

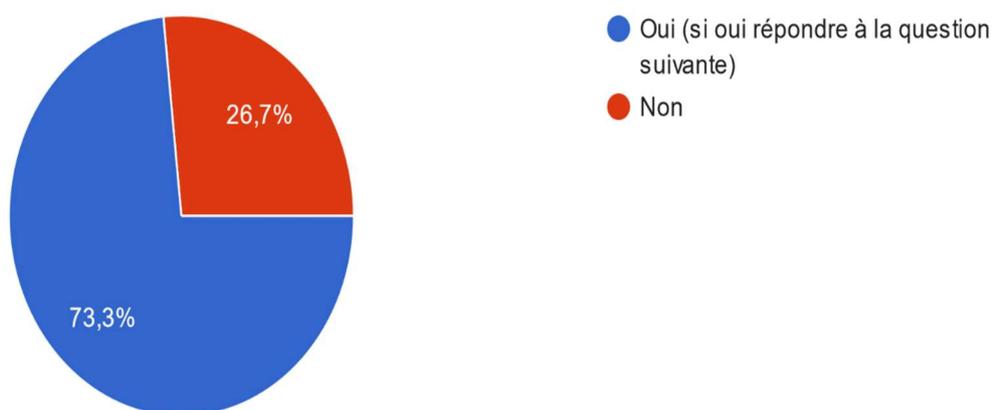


Tableau 13: utilisateurs d'analyses de données

	Nombres de réponses	Pourcentages
Oui	22	73,3%
Non	8	26,7%
Total	30	100%

Source : notre enquête

A partir des renseignements du tableau ci-dessus, nous pouvons déduire que 73,3% des répondants utilisent l'analyse des données dans leur travail alors que 26,7% ne l'utilisent pas.

Figure 14 : Détermination des types d'outils d'analyse de données utilisées par les répondants

Quels outils d'analyse de données utilisez-vous ?

23 réponses

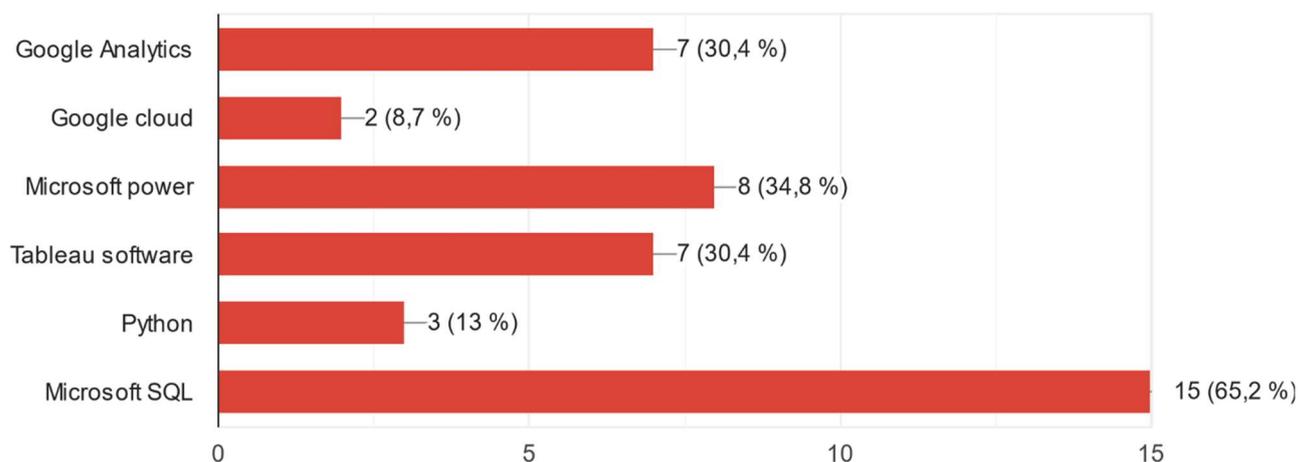


Tableau 14: types d'outils d'analyses de données

	Nombres de réponses	Pourcentages
Google Analytics	7	30,4%
Google cloud	2	8,7%
Microsoft power	8	34,8%
Tableau software	7	30,4%
Python	3	13%
Microsoft SQL	15	65,2%
Total	30	100%

Source : notre enquête

La figure ci-dessus montre que 65,2% des répondants qui utilisent l'analyse de données travail avec l'outil Microsoft SQL, 13% utilisent Python, 30,4% utilisent les tableaux software et google Analytics. Pendant que 34,8% utilisent Microsoft power et 8,7% utilisent google cloud.

Figure 15 : Contribution de l'analyse des données sur l'utilisation des technologies numériques

Comment l'analyse des données sur l'utilisation des technologies numériques par les abonnés aide-t-elle l'entreprise à personnaliser ses produits et services en fonction des besoins de la clientèle ?

26 réponses

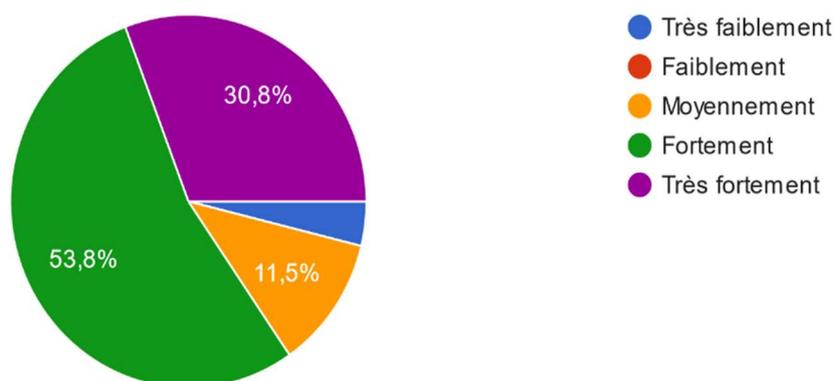


Tableau 15: analyse des données sur l'utilisation des technologies numériques

	Nombres de réponses	Pourcentages
Très faiblement	1	3,8%
Faiblement	0	0%
Moyennement	3	11,5%
Fortement	14	53,8%
Très fortement	8	30,8%
Total	26	100%

Source : notre enquête

Dans la figure ci-dessus, nous pouvons remarquer que 3,8% des répondants trouvent que l'analyse des données sur l'utilisation des technologies numériques par les abonnés aide très faiblement l'entreprise à personnaliser ses produits et services, 11,5% trouvent que l'analyse de ces données aide moyennement l'entreprise, 53,8% trouvent que l'analyse de ces données aide fortement l'entreprise alors que juste 30,8% trouvent que l'analyse de ces données aide très fortement l'entreprise à améliorer ses produits et services en fonction des besoins de la clientèle.

3.2. Vérification des hypothèses

Ce point va nous permettre de vérifier à travers notre questionnaire si nos hypothèses ont lieu d'être ou non.

❖ **Hypothèses 1** : Les nouvelles technologies numériques améliorent la qualité des services et produits offerts aux clients.

A partir de l'analyse de la figure 15, nous déduisons que l'entreprise utilise bien les nouvelles technologies numériques pour améliorer la qualité des produits et services offerts à leurs clientèles. Et nous pouvons également remarquer que parmi ces technologies, les plus utilisées sont le cloud computer et le Machine Learning.

Donc notre Hypothèse n°1 est vérifiée.

❖ **Hypothèse 2** : L'analyse des données aide les entreprises de télécommunication à personnaliser leurs offres pour mieux répondre aux besoins des clients.

L'analyse de la figure 15 montre que la majorité de nos répondants trouvent que l'analyse de données surtout sur l'utilisation des technologies numériques par les clients aide fortement l'entreprise à personnaliser ses produits et services en fonction des besoins de la clientèle.

Nous pouvons conclure que notre hypothèse n°2 est vérifiée.

❖ **Hypothèse générale** : L'utilisation des technologies numériques permet aux entreprises de télécommunication d'améliorer leurs services et produits dans l'objectif de rester compétitives.

Après la vérification de nos deux hypothèses spécifiques, nous pouvons déduire que notre hypothèse générale est également vérifiée.

Conclusion générale

Cette étude sur « Les opportunités numériques pour les opérateurs de télécommunications : cas d'Airtel Niger » démontre que la numérisation est un outil important pour les opérateurs cherchant à améliorer leurs produits et services.

Le but de cette étude est de comprendre comment les technologies numériques peuvent aider les entreprises de télécommunications à améliorer leurs services et produits. Il s'agit notamment d'identifier les technologies numériques qui permettent d'améliorer la qualité des services proposés aux clients. En plus comment l'utilisation des données liées à l'utilisation des technologies numériques par les abonnés peut aider à mieux servir les clients. Les hypothèses de recherche ont suivi la même approche que les objectifs décrits ci-dessus.

En conséquence, plusieurs opportunités numériques ont été identifiées qui permettent aux entreprises d'améliorer non seulement la qualité de leurs produits et services, mais également divers aspects de leur activité.

En effet, l'analyse des données sur l'utilisation des technologies numériques par les clients s'est avérée être un énorme avantage pour les entreprises de télécommunications, notamment Airtel Niger. En collectant et en analysant ces données, nous pouvons identifier les besoins et les attentes des clients et concevoir des produits et services personnalisés. Les possibilités de la numérisation sont encore infinies, il est donc important que les entreprises continuent à investir massivement dans les dernières technologies.

En tirant le meilleur parti du potentiel numérique et en plaçant les clients au centre de leurs stratégies, les entreprises en général, et les sociétés de télécommunications en particulier, peuvent non seulement rester compétitives, mais aussi contribuer à façonner un monde de plus en plus connecté.

Références

- [1]. <https://ipaidthat.io/mag/entrepreneur/ameliorer-les-performances-de-lentreprise-grace-a-la-transformation-digitale/>
- [2]. <https://fasfox.com/fr/blog/la-transformation-numerique-dans-le-secteur-des-telecommunications-defis-et-opportunites/?hl=fr-FR>
- [3]. <https://www.nixia.fr/transformation-numerique-une-opportunit-e-pour-les-entreprises/>
- [4]. <https://tridenstechnology.com/fr/transformations-numeriques-dans-les-entreprises-de-telecommunications>
- [5]. <https://telecoms.adaptit.tech/fr/blog/how-the-telecommunication-industry-needs-to-adapt-for-the-consumer-of-the-future/>