TANU TEST D'AGILITÉ NUMÉRIQUE

DOSSIER DE PRESSE

Contact presse : Clara Moreno
clara@morenoconseil.com
06 12 56 70 07

www.tanu.io
@TANu_rh

BIENTÔT DANS TOUTES LES BONNES DRH !!!

LE TANU

UN TEST INNOVANT POUR ÉVALUER SES CONNAISSANCES NUMÉRIQUES

L'agence web Immersive Lab lance le TANu, le premier Test d'Agilité Numérique. Destiné à évaluer en 30 minutes les connaissances numériques d'un collaborateur ou d'un candidat potentiel, le TANu a pour ambition de devenir, à terme, le « TOEIC du numérique ».

UN QCM DE 90 QUESTIONS À COMPLÉTER EN 30 MINUTES

Le TANu - pour Test d'Agilité Numérique, est le premier test d'aptitude numérique universel. Développé par la société web **Immersive Lab**, en collaboration avec les équipes RH du Crédit Agricole Pyrénées-Gascogne, le TANu permet d'évaluer les connaissances numériques d'un collaborateur ou d'un candidat potentiel lors d'un processus de recrutement.

Le test se présente sous la forme d'un QCM de 90 questions, avec 3 réponses possibles, à réaliser dans un temps imparti de 30 minutes. Les questions, très généralistes, portent sur 5 domaines : l'informatique, l'internet, les réseaux sociaux, la technologie et l'économie numérique.

Du fondateur de Microsoft à la loi Hadopi, de la signification de l'acronyme POP au nombre d'utilisateurs de smartphones dans le monde, **le test permet au candidat d'évaluer sa culture générale en matière de numérique.**

Impossible de copier sur son voisin ! Car chaque test TANu est différent : la solution « pioche » les 90 questions du test de manière aléatoire dans **une base de données de plus de 700 questions**.

Contrairement aux tests disponibles sur le marché, le TANu se veut évolutif : modifié et enrichi régulièrement en fonction de l'actualité numérique, le test comportera très bientôt plus de 1000 questions.

DES CATÉGORIES ADDITIONNELLES PAR SECTEUR

En plus du test générique et universel portant sur ces 5 domaines de connaissance, Immersive Lab a également développé des catégories spécifiques par secteur.

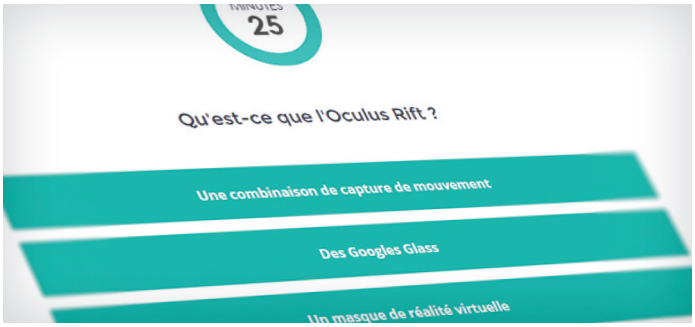
Les entreprises du secteur financier peuvent ainsi acheter des modules complémentaires au TANu, en ajoutant un module « **e-banking** », dont les questions portent sur l'univers l'univers numérique de la banque (banques en ligne, Fintech, etc.), celles du tourisme un module « **e-tourisme** », etc.

Des modules peuvent aussi être développés sur-mesure afin de répondre aux besoins de chaque entreprise comme par exemple un **module Facebook**, portant sur des questions plus pointues sur ce réseau social, ou des **modules internes comme e-campg** créé ad hoc pour le Crédit Agricole Pyrénées-Gascogne.

COMMENT PASSER LE TANU ?

Pour passer le TANu, l'utilisateur se connecte à une plateforme web. Disponible en ligne, le candidat peut donc réaliser le test sur son lieu de travail ou à son domicile, selon le choix de l'entreprise qui active le test. Mêlant de manière aléatoire 18 questions sur les 5 domaines de connaissance (soit 90 questions au total), la difficulté du test va crescendo : si les 30 premières questions sont relativement simples, les 30 dernières sont, quant à elles, les plus pointues.

A l'issue du test, le candidat peut visualiser son score global (notifié par une note sur 100), ainsi que son score pour chacun des 5 domaines de connaissance. Il reçoit également par e-mail un « passeport » avec un commentaire sur le score réalisé, téléchargeable en version pdf, et qu'il peut rendre accessible en ligne s'il le souhaite. A noter que pour garder son caractère universel, la note TANu n'inclut pas les modules additionnels. Ce document lui permet ainsi d'attester de son niveau de culture numérique.



« Contrairement aux idées reçues, les jeunes de la génération Y n'obtiennent pas forcément un score plus élevé que leurs aînés. C'est un test généraliste, qui donne une vision globale de la culture numérique, y compris une connaissance de l'économie numérique »

David Castéra,
Directeur général d'Immersive Lab

TANu TEST D'AGILITÉ NUMÉRIQUE

Mon Passeport

Lucie Dumont - Date du passeport : 28/09/2015

TANu TEST D'AGILITÉ NUMÉRIQUE

SCORE TANu **72.9**

NIV 5

71 - 80

LUCIE DUMONT
PASSÉ LE 28/09/2015

GEEK

VOUS BLOGUEZ, TWITTEZ, VOUS PORTEZ UNE MONTRE CONNECTÉE ; POUR RIEN AU MONDE VOUS NE MANQUERIEZ UNE KEYNOTE D'APPLE... C'EST PARFAIT, VOUS ÊTES DÉJÀ DANS LE NOUVEAU MONDE.

MAIS RIEN N'EST JAMAIS ACQUIS : EN QUELQUES SEMAINES VOUS POURRIEZ REPASSER PAR LA CASE "HAS BEEN". ALORS RESTEZ BIEN EN VEILLE !

TANu (détail du score)

INFORMATIQUE	66.2
INTERNET	66.7
RÉSEAUX SOCIAUX	70.6
TECHNOLOGIE	78.4
ECONOMIE NUMÉRIQUE	82.8

ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES

A l'heure où les entreprises ont l'ambition de faire entrer la culture numérique au sein de leurs organisations, le TANu s'impose comme un outil indispensable pour aider les collaborateurs à comprendre comment le digital change le monde et les métiers. Un véritable « passeport » pour accompagner la transformation numérique des entreprises.

AIDER LES COLLABORATEURS À PRENDRE LE VIRAGE DIGITAL

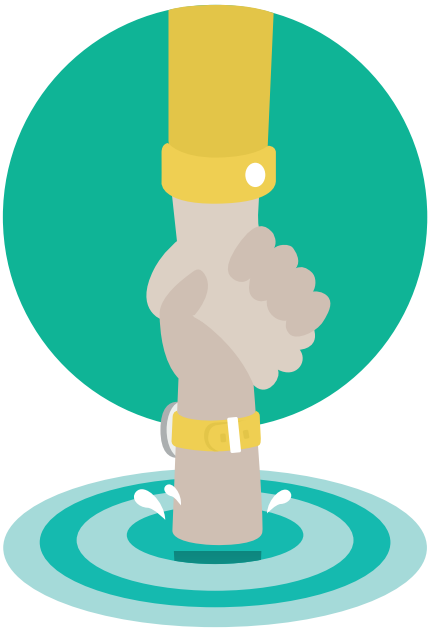
Selon une étude TNS Sofrès sur la transformation digitale parue en janvier 2015 pour le compte d'Albiways Digital*, **près de 9 salariés sur 10 considèrent la transformation digitale comme une opportunité pour leur entreprise**. En revanche, très peu se sentent à l'aise pour aborder ce tournant. En effet, seulement **27% des salariés se disent tout à fait l'aise avec les pratiques liées au digital.**

La formation et l'accompagnement au digital constituent donc un enjeu majeur pour les services des ressources humaines : l'ouverture sur l'économie numérique, la compréhension des enjeux liés à la digitalisation à tous les niveaux de l'entreprise doivent aider les salariés à mieux prendre le virage de la culture digitale. L'étude TNS Sofrès révèle ainsi que les salariés attendent majoritairement **des formations leur permettant de comprendre comment le digital impacte leur métier (92%), puis pour développer leur « savoir-être » digital (88%) avant de se former aux technologies du digital (73%).**

C'est aussi l'avis de **Jean PHILIPPE, Directeur général du Crédit Agricole Pyrénées-Gascogne**, première entreprise utilisatrice du test TANu : « *Il faut cesser de penser que le digital n'est qu'une affaire de relation client. Le digital concerne tout le monde et toute l'entreprise, tous les processus et tous les métiers. Il est plus qu'un mode de communication et de vente, plus qu'une technologie ou un poste d'investissement. Il est une autre façon de penser, d'échanger, de manager, de servir et de produire. Il ne peut pas se coller à la surface de l'organisation, il doit la pénétrer pour la transformer. Numériser les convocations et procès-verbaux des instances, c'est bien, mais changer les processus de décision en y mettant de l'immédiateté et de la réactivité, c'est bien mieux !* »

LE TANu : UN TEST INDISPENSABLE LORS DU PROCESSUS DE RECRUTEMENT

Facile à mettre en œuvre, le TANu est **un véritable outil RH** qui peut être utilisé par les services des ressources humaines lors d'un processus de recrutement. En 30 minutes, le recruteur peut obtenir le score du candidat, révélateur de son niveau de culture numérique. Le test permet ainsi de s'assurer qu'un candidat potentiel possède une culture numérique suffisante pour comprendre et faire face aux enjeux de l'organisation. En complément, le TANu permet aussi d'identifier les besoins en formation numérique de candidats susceptibles d'intégrer l'entreprise.



ÉVALUER POUR MIEUX FORMER

Le TANu est aussi **un premier pas vers l'acculturation des salariés au numérique**. En passant le test, le collaborateur peut ainsi prendre conscience de son niveau global de connaissances en matière de digital. De leur côté, les DRH peuvent **détecter les besoins en formation** de leurs collaborateurs et y apporter une réponse adaptée et personnalisée. « *Le TANu est aussi l'occasion de **détecter au sein des équipes les profils agiles**, susceptibles d'aider leurs collègues, ou de porter des projets internes de transformation numérique* », continue David Castéra, Directeur général d'Immersive Lab.

Le test permet également de **mesurer l'efficacité d'une action** de formation, d'acculturation ou d'information.

DEVENIR « LE TOEIC DU NUMÉRIQUE »

Développé initialement en coopération ouverte avec les équipes du Crédit Agricole Pyrénées-Gascogne, le TANu a pour vocation d'être commercialisé auprès d'une cible plus large d'entreprises, y compris au sein du groupe Crédit Agricole, qui pourront bénéficier du test en achetant des « crédits ».

Enfin, Immersive Lab entend aussi proposer le test à d'autres publics, en concluant des partenariats avec les établissements d'enseignement supérieur et les organismes de formation continue. L'objectif : faire du TANu le test d'évaluation de référence dans le domaine de la culture numérique, comme le TOEIC l'est devenu pour la pratique de l'anglais. Comme le souligne David Castéra, « *Nous voulons faire du TANu un test de référence, représentatif d'un niveau de culture numérique. Demain, on peut volontiers imaginer qu'une offre d'emploi comporte un score TANu requis, ou qu'un candidat publie son score TANu sur son CV ou sur son profil LinkedIn.* »

**« L'Urgence de la transformation digitale – Du fantasme à la réalité » - Une étude TNS Sofrès pour Abilways Digital.*

COMBIEN COÛTE LE TANU POUR UNE ENTREPRISE ?

Le TANu est commercialisé sous forme de packs, avec des tarifs dégressifs selon le volume de tests achetés par l'entreprise. Ce tarif simple (1 test = 1 crédit) et très accessible permet à la fois aux petites et aux grandes entreprises de faire passer le TANu à un nombre important de collaborateurs.

PACK 1	DE 1 À 99 CRÉDITS	10 € HT / CRÉDIT
PACK 2	DE 100 À 249 CRÉDITS	9 € HT / CRÉDIT
PACK 3	DE 250 À 499 CRÉDITS	8 € HT / CRÉDIT
PACK 4	DE 500 À 1000 CRÉDITS	7 € HT / CRÉDIT
PACK 5	1000 CRÉDITS ET PLUS	5 € HT / CRÉDIT

« Il faut cesser de penser que le digital n'est qu'une affaire de relation client. Le digital concerne tout le monde et toute l'entreprise, tous les processus et tous les métiers »

Jean Philippe
Directeur général du Crédit Agricole Pyrénées-Gascogne

3 QUESTIONS À DAVID CASTÉRA, DG D'IMMERSIVE LAB

COMMENT EST NÉ LE TANU ?

Je suis responsable de l'innovation numérique au Crédit Agricole Pyrénées-Gascogne et j'interviens régulièrement en tant que formateur sur les thématiques de la transformation digitale des banques.

Au cours d'une journée de formation que j'effectuais auprès des nouveaux embauchés, le Directeur général et le Directeur général adjoint du Crédit Agricole sont venus leur présenter les enjeux de la banque en ligne.

Lors des échanges, un jeune d'une vingtaine d'années a pris la parole en disant clairement : « *De toutes façons, moi tout ce qui est numérique et réseaux sociaux, je n'y connais rien et ça ne m'intéresse pas.* ». On en a conclu qu'il était indispensable de faire prendre conscience aux collaborateurs de l'importance du numérique … et donc d'intégrer un test de culture numérique lors du processus de recrutement.

Nous avons alors cherché sur le marché des outils susceptibles de nous convenir mais nous n'avons trouvé aucun test adapté. C'est ainsi que nous avons développé le TANu.

QUELLE EST LA SPÉCIFICITÉ DE CE TEST ?

Il existe actuellement des tests très généralistes sur les réseaux sociaux ou sur l'informatique, mais ils restent très académiques et souvent trop techniques.

Le TANu englobe des notions beaucoup plus larges, avec des questions portant sur l'économie du numérique, par exemple.

Le TANu permet d'apprécier globalement le niveau de culture générale numérique de chacun. Nous sollicitons régulièrement les DRH pour enrichir les questions du TANu : ils ne cherchent pas forcément à former des « Geek » mais bien des collaborateurs qui s'ouvrent et s'intéressent au monde du numérique.

C'est une donnée indispensable pour accompagner la transformation digitale des entreprises.

QUELLES SONT LES PROCHAINES ÉTAPES DE DÉVELOPPEMENT ?

Nous nous concentrons actuellement sur la commercialisation du TANu et sur l'amélioration constante de la qualité des questions du test.

En parallèle, nous travaillons sur le développement d'une API, permettant d'intégrer le TANu à un système d'information RH ainsi que sur de nouvelles fonctionnalités : par exemple, la possibilité d'intégrer des recommandations de formation personnalisées lors de l'envoi du mail de synthèse des résultats du test au collaborateur.

Nous allons également mettre à disposition des entreprises des statistiques plus pointues, permettant d'agréger les scores de plusieurs personnes pour visualiser le niveau de connaissances numériques d'une équipe à l'échelle d'un service ou d'une entité.

3 QUESTIONS À JEAN PHILIPPE, DG DU CRÉDIT AGRICOLE PYRÉNÉES-GASCOGNE

QUELS SONT LES ENJEUX DU NUMÉRIQUE POUR LE CRÉDIT AGRICOLE PYRÉNÉES-GASCOGNE ?

Nous avons un très grand nombre de clients, de tous âges et de toutes conditions. Nous devons leur délivrer nos conseils et nos produits et services en respectant leurs choix tant en mode de relation qu'en intensité. Comme nous sommes une banque coopérative, nous voulons répondre au mieux aux besoins de chacun de nos clients, co-construire avec eux, leur réserver des espaces de dialogue.

S'ajoutent tous les enjeux d'allègement, de simplification, de rapidité dans nos procédures, ce qui passe par la dématérialisation des dossiers, des échanges, des décisions.

Les bons usages du numérique sont donc déterminants pour la qualité de la relation mais aussi pour l'efficacité de l'organisation et la réduction de ses coûts de fonctionnement.

COMMENT VOS COLLABORATEURS APPRÉHENDENT-ILS CE NÉCESSAIRE VIRAGE DIGITAL?

Je pense qu'ils ont tous compris que l'intégration de ces pratiques digitales dans leurs métiers était indispensable. Cette évolution génère chez les uns un grand enthousiasme, chez d'autres de l'appréhension.

Or, nous voulons avancer ensemble, et nous appuyons pour cela sur le plaisir de changer et d'acquérir de nouveaux savoir-faire, mais aussi sur l'entraide et l'entraînement en équipe. Nous multiplions les animations et rencontres d'appropriation, et identifions les salariés les plus agiles qui seront dans leurs équipes des facilitateurs.

VOUS AVEZ ÉTÉ LE PREMIER À EXPÉRIMENTER LE TANU : QUELS ONT ÉTÉ LES RÉSULTATS ? POUVEZ-VOUS NOUS FAIRE PARTAGER VOTRE EXPÉRIENCE ?

Peu à peu, tous les salariés mais aussi les administrateurs des Caisses locales « passent » leur TANu. Je peux dire que c'est une expérience perçue par tous comme agréable et positive. Il faut juste bien expliquer que c'est l'agilité qui est au cœur du test, plus que les connaissances, car la peur d'échouer pourrait affecter l'objectif du TANu qui est de donner envie de mieux faire.

Je constate que le TANu suscite beaucoup d'intérêt et de réactions en interne et qu'il amène de façon ludique toute l'organisation à parler numérique et à progresser dans les usages.

Parce qu'il est pratique et diffusé dans toute l'entreprise, le TANu fait bouger la culture bien mieux que ne le font les discours et incantations.

À PROPOS D'IMMERSIVE LAB

Immersive Lab est une agence web et mondes virtuels (web 3D) dont le métier consiste tout simplement à aider ses clients à mieux utiliser le web.

L'ADN de la société contient à la fois le gène de l'innovation et celui de la fidélité au territoire, qui permettent à la société de travailler avec des grands comptes, des TPE/ PME et de leur faire profiter de leurs travaux de recherche et développement, en particulier dans le domaine de l'internet 3D et de l'internet de proximité.

Liée au Crédit Agricole Mutuel Pyrénées-Gascogne par des liens capitalistiques et affectifs, c'est tout naturellement qu'Immersive Lab s'est engagée dans l'aventure TANu !

www.immersivelab.fr

[immersive lab]

digital & design