

# « LE CAPITAL HUMAIN au cœur de la transformation numérique »

**Entretien avec Yacine Kherbane, Directeur marketing Europe du Sud de Nutanix, un des leaders mondiaux du cloud computing d'entreprise. Il revient pour nous sur le rôle du marketing au sein des entreprises et comment cette fonction a évolué au cours des années.**



**Yacine Kherbane**

## Quelques mots sur Nutanix et son cœur de métier ?

Nutanix est un éditeur de logiciel qui a vu le jour en Californie il y a 10 ans. Nous accompagnons les entreprises dans leur transformation numérique en simplifiant la dimension IT et technologique pour qu'elles puissent se focaliser sur l'expérience utilisateur. Dans cette démarche, nous avons d'abord simplifié les infrastructures en rassemblant 3 briques technologiques (le réseau, le stockage et l'accès à la donnée) en une seule et même brique. À partir de là, nous avons étoffé notre portefeuille de services et de solutions pour répondre aux besoins de nos clients sur la gestion des bases de données, le poste de travail ou encore la gestion des applications. Aujourd'hui, Nutanix emploie 6 000 personnes dans le monde et accompagne plus de 15 000 entreprises sur tous les continents.

## Aujourd'hui, comment la productivité et la performance impactent les relations humaines au sein des entreprises ?

Les évolutions technologiques et l'accès à des nouveaux outils, comme les smartphones, les tablettes, les dashboards ont considérablement impacté notre façon de travailler. On peut même dire que la technologie a en quelque sorte déshumanisé le monde du travail. L'enjeu est donc de remettre l'Humain au cœur de toutes les préoccupations.

C'est la philosophie pour laquelle nous avons opté au sein de Nutanix. Nous mettons nos employés et nos clients au cœur de notre quotidien : nous prenons le temps de mieux comprendre leurs besoins pour les adresser avec pertinence et efficacité afin d'optimiser la prise de décision.

En effet, ce sont les hommes et les femmes, qui partagent des valeurs, des objectifs et une culture commune, qui sont la véritable richesse des entreprises. Sans oublier aussi que ces équipes soudées sont le principal vecteur de productivité et de performance.

## Quel est le rôle des départements marketing et communication dans ce cadre ?

Aujourd'hui, au sein d'une entreprise, le marketing est un chef d'orchestre qui prend le temps de collecter, d'écouter et d'échanger pour répondre aux problématiques, voire les anticiper. Je conçois le marketing comme une fonction dont la mission principale est de créer une relation sur du long terme basés sur la proximité et la confiance.

À une époque où la technologie fait des miracles et où nous sommes hyper connectés, on attend notamment des éditeurs de logiciel qu'ils facilitent l'échange et le partage grâce à la technologie.

## Quels sont les enjeux et les problématiques des entreprises et comment peuvent-elles les relever ?

Le défi en termes de recrutement et d'attractivité est majeur. Aujourd'hui, on peut comparer les milléniaux à des consommateurs sur le marché du travail. Ils sont très différents de leurs aînés. Les entreprises doivent apprendre à les attirer et mettre en place les moyens pour les fidéliser et les engager. Clairement, cette nouvelle génération a cassé les codes traditionnels du monde du travail. Il y a donc un travail de fond important à faire sur le plan du management, du travail d'équipe et de la gestion des projets pour répondre aux nouvelles attentes. Je pense d'ailleurs que le manager standard n'est plus la norme aujourd'hui. Il doit se positionner de plus en plus comme un coach bienveillant. En parallèle, le second enjeu de taille est d'arriver à trouver un juste équilibre entre la technique et la technologie.

Aujourd'hui, les collaborateurs ont à leur disposition des centaines d'outils, mais il ne faut pas en oublier pour autant les compétences humaines. Enfin, je pense également que le temps des profils très spécialisés est révolu. Aujourd'hui, les entreprises commencent à manquer de généralistes qui ont une vue d'ensemble, qui sont capables de prendre de la hauteur et d'orchestrer et d'harmoniser un tout. ✕