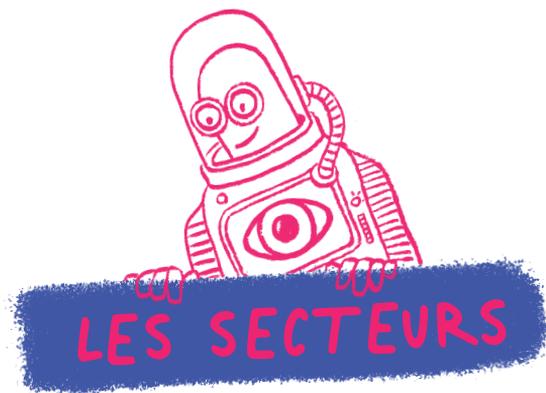


SANDRINE POUVERREAU

WALTER GLASSOF

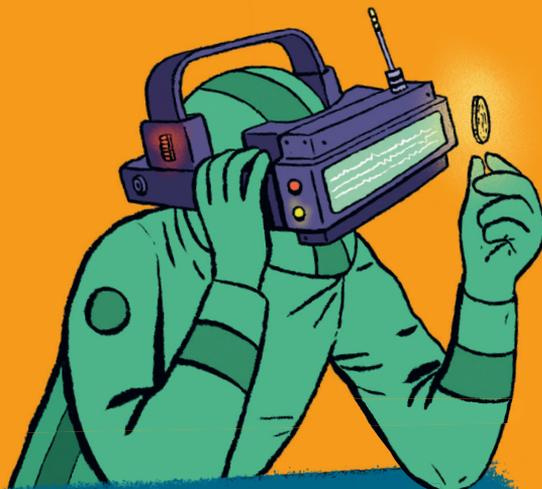
LE GUIDE DES MÉTIERS DE DEMAIN

SOMMAIRE ↓



	Marketing, vente, finance et droit	4
	Intelligence artificielle (IA)	14
	DATA	24
	Santé et bien-être	36
	Communication et arts	50
	Industrie et bâtiment	62
	Développement durable	76
	Métavers	92
	Numéros et sites utiles / Index	100





LES MÉTIERS

du MARKETING, de la VENTE, de la FINANCE et du DROIT

Quand tu es connecté(e) sur tes réseaux sociaux ou à des plateformes de streaming, tu es bombardé(e) d'offres qui t'invitent à acheter des baskets, des jeux, à regarder d'autres vidéos correspondant exactement à ce que tu aimes. Magique ? Pas vraiment, cela résulte du travail des équipes de marketing de ces marques. **Elles ont analysé toutes les infos collectées sur toi** grâce à des algorithmes capables de te concocter une sélection adaptée à tes goûts. Demain, tu auras même des conseillers de vente virtuels qui s'occuperont personnellement de toi quand tu te connecteras.

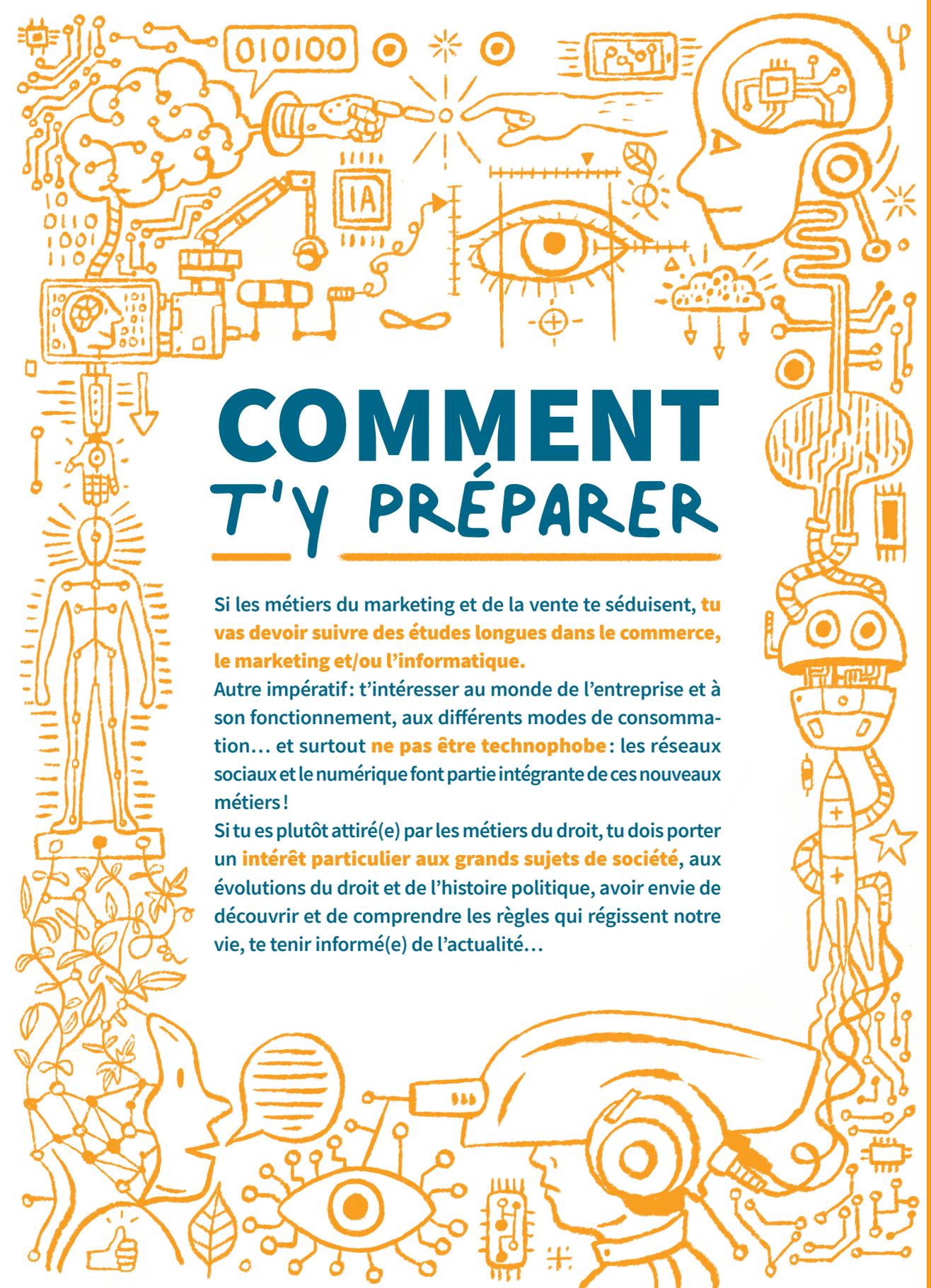
L'ŒIL DU PRO



« Grâce aux algorithmes, les professionnels du marketing et du commerce se retrouvent avec **de plus en plus de données sur les consommateurs**. Leur mission va donc consister à mieux les comprendre, les analyser et les affiner pour les exploiter et personnaliser leurs offres, en adressant au bon moment des contenus ou produits adaptés aux consommateurs. Le directeur marketing, les commerciaux ou les surdoués de la finance du futur seront-ils bientôt remplacés par des robots ? **La technologie permet en effet de mieux cibler les consommateurs** - ce que font très bien Netflix ou Amazon, en proposant des programmes en fonction des goûts des abonnés - **mais elle ne remplacera jamais les marketeurs** parce qu'ils ont une meilleure compréhension de leur environnement. Les machines ne sont qu'un outil. »

Romain Zerbib, enseignant-chercheur.

51% des marketeurs considèrent que c'est la transformation digitale et technologique qui va le plus impacter leur entreprise*.



COMMENT T'Y PRÉPARER

Si les métiers du marketing et de la vente te séduisent, tu vas devoir suivre des études longues dans le commerce, le marketing et/ou l'informatique.

Autre impératif : t'intéresser au monde de l'entreprise et à son fonctionnement, aux différents modes de consommation... et surtout **ne pas être technophobe** : les réseaux sociaux et le numérique font partie intégrante de ces nouveaux métiers !

Si tu es plutôt attiré(e) par les métiers du droit, tu dois porter un **intérêt particulier aux grands sujets de société**, aux évolutions du droit et de l'histoire politique, avoir envie de découvrir et de comprendre les règles qui régissent notre vie, te tenir informé(e) de l'actualité...

LE DROIT DEMAIN

On n'en est pas encore à des procès virtuels... et les plus gros dossiers et procédures ne seront pas informatisés à court terme. Mais les nouvelles technologies vont transformer le travail des professionnels du droit. Demain, les tâches les plus simples du travail juridique seront automatisées : recherche de jurisprudences ou rédaction d'actes standards (régler un litige commercial, rédiger les statuts d'une société...). Surtout, grâce à l'intelligence artificielle (IA), on pourra analyser une

grande quantité de textes juridiques, de contrats, de jurisprudences pour permettre aux professionnels du droit d'être plus efficaces. Mieux évaluer le risque juridique en calculant les chances de gagner un procès et en évaluant le montant approximatif des indemnités deviendra possible. Certains outils devraient même être capables de leur fournir les arguments « gagnants » d'un procès en compilant et analysant des dizaines de milliers de décisions de justice ! Les juristes apprendront à « coder » pour faire de l'IA un outil juridique. Par exemple, pour développer le « Smart Contract » (ou contrat intelligent), il faut savoir automatiser des infos tout en respectant le cadre juridique des contrats (termes, conditions, parties...).

QUELLES COMPÉTENCES POUR DEMAIN ?



Etre un(e) **expert(e) des données** : bien les comprendre pour mieux les exploiter.



Développer les **soft skills** : la capacité à travailler dans des équipes hétérogènes, tout en gardant un esprit d'analyse, de la curiosité, de la créativité pour proposer des idées nouvelles qui se démarquent de la concurrence.



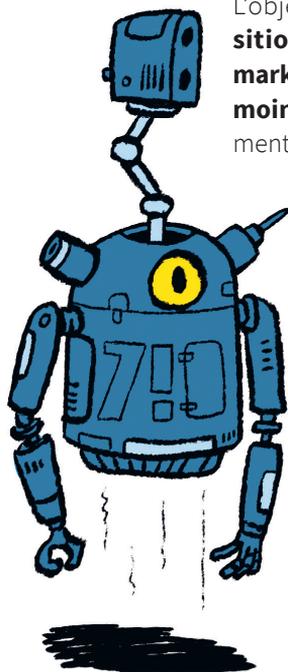
Posséder des **compétences en sociologie** pour comprendre les habitudes et les comportements des consommateurs.

DIGITAL BRAND MANAGER(EUSE)

CHEF(FE) DE MARQUE NUMÉRIQUE

Son travail consiste à **gérer l'achat de mots clés de référencement sur Internet** – ce sont les mots ou phrases qui définissent le contenu d'une page de site web et que les internautes utilisent dans les moteurs de recherche. Il va réaliser cet achat sous forme d'enchères, pour le compte d'une entreprise, qu'elle appartienne au domaine de la santé, de la construction, de l'informatique...

L'objectif est d'obtenir l'**exposition de ses campagnes de marketing la plus efficace et la moins chère possible**, notamment sur les réseaux sociaux.



NOUVEAU MÉTIER

FORMATION:

Diplômes d'école d'ingénieurs, notamment en informatique, d'école de commerce, d'école de communication, spécialisée en webmarketing, masters spécialisés management, marketing et/ou webmarketing, diplôme de Sciences Po.



AVOCAT(E) AUGMENTÉ(E)

Dans quelques années, grâce à l'IA, l'avocat sera déchargé d'un certain nombre de tâches basiques (voir page 7), et mieux documenté. Ainsi pourra-t-il se concentrer davantage sur l'écoute de son client et élaborer une stratégie efficace et adaptée pour résoudre son problème juridique. Par exemple, un client engagé dans une procédure de divorce apprendra, grâce aux données fournies par l'IA, que 800 juges lui accorderont une prestation compensatoire ; que, parmi eux, 200 viseront un montant de 100 000 €, mais

que 600 n'iront pas au-delà de 75 000 €, pour telle ou telle raison (durée du mariage, état de santé, revenus...). L'IA quantifiera l'éventail des scénarios possibles, ce qui permettra à l'avocat de déterminer avec son client quelles sont ses attentes exactes et la meilleure stratégie à adopter !



FORMATION :

CAPA (certificat d'aptitude à la profession d'avocat).



Les machines intelligentes articulées, dont l'apparence et la gestuelle imitent de mieux en mieux les humains, vont se multiplier dans les dix ans à venir. **Elles entrent de plus en plus en interaction avec l'homme** : les robots quittent l'enceinte des laboratoires, leur présence croît dans les usines, les hôpitaux... Nous en côtoyons même de plus en plus dans notre quotidien : pour le ménage, la sécurité de la maison, la surveillance des personnes âgées ou malades, le transport autonome, l'accueil des clients, etc. **C'est une véritable révolution qui nécessitera de mettre en place de nouvelles règles** et un statut juridique spécifique, et de recruter des spécialistes de ce droit pour répondre aux problématiques posées par les robots. En effet, dans le cas d'une voiture autonome, qui est le responsable lors d'un accident ? Le propriétaire de la voiture ? Le constructeur ? Le concepteur de l'algorithme ? Ce sera au juriste de trancher !



FORMATION :

Master en droit des affaires, diplôme d'école de commerce, diplôme de Sciences Po, diplôme de juriste conseil d'entreprise.

CONSULTANT(E)

EN

CRYPTO-MONNAIE



C'est un expert des cryptomonnaies. Quèsaco ? Il s'agit de monnaies virtuelles sans support physique (ni pièces, ni billets, ni chèques ou même cartes bancaires) qui ne sont pas distribuées par un gouvernement ou une banque classique, et dont la valeur n'est pas indexée à une devise légale ou à une matière première. **Elles s'échangent de pair à pair**, c'est-à-dire entre deux utilisateurs connectés au même système de blockchain ou chaîne de blocs : ce sont des milliers d'ordinateurs qui vérifient les paiements simultanément, en permanence et qui sont réputés inviolables. La plus connue est le Bitcoin, mais il y en a plein d'autres comme l'Ethereum, le Ripple, le Litecoin ou le Monero. Aujourd'hui, **tous les secteurs et toutes les entreprises s'intéressent aux cryptomonnaies**. Cela a donné naissance à de nouveaux métiers, comme consultant en cryptomonnaies dont le rôle consiste à aider toutes les entreprises intéressées par ces monnaies. Il étudie dans quels cas les employer, leur donne des conseils stratégiques d'utilisation, développe des solutions techniques adaptées,

etc. Mais les entreprises recherchent également des consultants juridiques qui contrôlent l'aspect légal d'une levée de fonds en cryptomonnaies et/ou la conformité de projets blockchain, ou des chefs de projet qui vont organiser et gérer différents projets couvrant la chaîne de blocs. Enfin côté technique, elles s'arrachent actuellement des développeurs pour mettre en place et élaborer des solutions dédiées, coder des applications, faire des tests. Les compétences d'experts en sécurité sont également prisées pour crypter les données financières, faire des modélisations mathématiques, etc.



FORMATION:

Diplôme d'école d'ingénieurs avec une spécialisation en blockchain ou en cryptomonnaies.



AGENT(E) IMMOBILIER(ÈRE) CONNECTÉ(E)

Désormais, une grande partie du travail de l'agent immobilier se déroule derrière son ordinateur. **Toutes les informations recueillies sur les propriétaires et les acheteurs sont intégrées à une base de données** connectée à un logiciel : celui-ci programme les bonnes actions à mener (envoi d'e-mails, contact téléphonique, etc.) en fonction du prospect et de l'avancement de son projet. Les annonces mises en ligne par l'agent immobilier sur son site sont enrichies avec des **contenus virtuels : visites, vidéos 360° et modélisations 3D**. Pour les biens en exclusivité, il dégaine son arme secrète : un **outil holographique** qui permet aux ache-

teurs de « visiter » un bien immobilier depuis l'agence. Par conséquent, l'agent ne se déplace que lorsque les clients sont prêts à faire une offre et/ou pour des visites de biens exceptionnels. Et sur place, il s'appuie sur la **réalité augmentée** : les acheteurs, à mesure qu'ils découvrent des pièces, peuvent projeter des éléments de leur choix dans le décor afin de visualiser les aménagements souhaités.



FORMATION :

BTS professions immobilières ou BTS NDRC (négociation et digitalisation de la relation client).



PERSONAL SHOPPER VIRTUEL(LE)

Sur les sites de e-commerce, plus besoin de passer des heures à faire défiler toutes les pages des produits qui t'intéressent... tu peux désormais t'en remettre au Personal Shopper virtuel. C'est simple : tu remplis un questionnaire qui lui permet d'identifier tes préférences et tes goûts de manière précise. Et il interagit avec toi par message, vidéo... et, dans le futur, par téléprésence ou réalité augmentée. Son travail consiste à **te guider avec infiniment plus d'humanité et d'intelligence pratique qu'un algorithme**. Dans l'immensité des rayons virtuels, le Personal Shopper va te trouver la perle rare sans quitter sa maison.



FORMATION :

BTS MCO (management commercial opérationnel), BTS NDRC (négociation et digitalisation de la relation client), BUT TC (techniques de commercialisation), licence pro commerciale ou bachelor.

ANALYSTE CONNAISSANCE DU CLIENT

Payer ses achats avec son téléphone portable, prêter de l'argent à des entreprises ou à des particuliers, constituer des cagnottes en ligne... : la gestion des finances personnelles est bouleversée par de jeunes entreprises appelées FinTech, start-up innovantes qui utilisent la technologie pour repenser les services financiers et bancaires (Ulule, KissKissBankBank, PayPal, etc.). En France, on en compte plus de 350 ! Parmi les professionnels recherchés par ces FinTech : le Know Your Customer (analyste connaissance du client). Son rôle est d'**analyser et maîtriser les risques liés aux opérations financières** de ses clients dans un contexte ultra-réglementé où la lutte contre le blanchiment de capitaux et les fraudes est un enjeu. Il veille sur la conformité de ces opérations

financières, et met en place des process lui permettant une connaissance très précise des clients. Il a **un rôle clé** puisqu'il contribue à éviter les opérations dites « hasardeuses », voire frauduleuses, en étudiant les risques financiers encourus par son entreprise. Ce métier exige **de la rigueur, un sens acéré de la déontologie et de la discrétion, de la réactivité et une certaine résistance au stress** ! Par ailleurs, pour travailler dans une start-up, il faut être innovant, autonome, proactif et dynamique.



FORMATION:

Masters dans le domaine bancaire ou de la finance, ou diplôme d'école de commerce.

MOOD & EMPATHY MANAGER(EUSE)

RESPONSABLE DE L'INTELLIGENCE ÉMOTIONNELLE

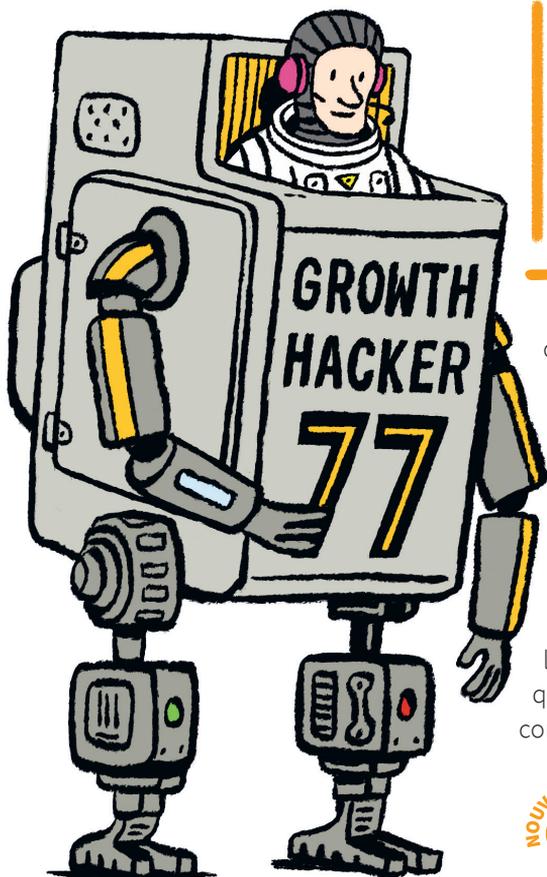
Savoir comment un client ressent instinctivement une entreprise ou une marque, susciter les bons sentiments au bon moment, afin que les clients décident de s'engager plus longtemps auprès d'elle... Ce sera demain le travail du Mood & Empathy Manager dans des industries comme la vente au détail, où la concurrence sur les prix et les marchandises a atteint un niveau élevé. Il devra **analyser chaque situation où un client interagit avec sa marque et son entreprise** (notamment via les réseaux sociaux), passer au crible ses émotions, les analyser et **proposer une stratégie** pour obtenir une réaction empathique hyperciblée du client.



FORMATION:

Diplôme d'école de commerce, master marketing et/ou master en sociologie.





GROWTH HACKER

PIRATE DE LA CROISSANCE

Traquer toutes les opportunités de business pour développer une entreprise rapidement et à moindre coût, telle est la mission du Growth Hacker. Populaire dans les start-up, il a en général pour but de **faire gagner à l'entreprise le plus grand nombre possible d'utilisateurs** (d'un service ou d'un produit). Pour cela, tous les moyens sont bons : mise en place de stratégies marketing (campagnes de publicité, optimisation du référencement, e-mailing), data science (analyse des données, du trafic, etc.), modification du design d'un produit... C'est un métier qui exige de la curiosité, de l'adaptabilité, et beaucoup de créativité pour remettre en question tous les process existants. Mais il faut aussi des compétences en marketing, en finance et en informatique.



FORMATION:

BUT informatique ou BTS informatique, diplômes d'école d'ingénieurs en informatique, d'école d'informatique ou d'école du web.

○○○ VENDEUR(EUSE) CONNECTÉ(E) ○○○○○

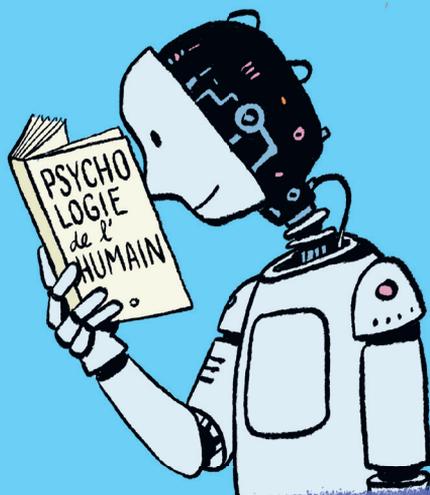
Gâce à internet, le client est désormais plus renseigné que jamais et connaît les moindres détails et avis sur les produits et services qu'offrent n'importe quel magasin. Mais surtout, il peut désormais consulter des avis clients et des comparateurs de produits ou services. Ainsi, il est souvent plus expert que le vendeur lui-même ! Face à cela, celui-ci se doit de connaître parfaitement ce qu'il vend, mais surtout, il doit impressionner son client par une **qualité de service unique** et lui **faire vivre une expérience inoubliable, de l'accueil jusqu'à la sortie du magasin**. Connecté à sa montre, à sa tablette ou à son smartphone, il va mieux répondre à ses questions

en consultant des fiches produits, consulter son historique client pour voir ce qui lui correspond le mieux au regard de ses précédents achats, et se mettre directement en relation avec les équipes qui gèrent les stocks en réserve, voire les entrepôts, pour pouvoir commander et réserver le produit recherché !



FORMATION:

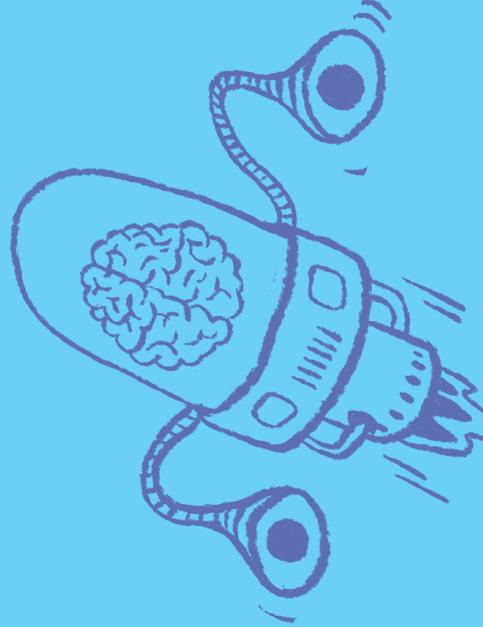
BTS MCO (management commercial opérationnel), BTS NDRC (négoce et digitalisation de la relation client), BUT TC (techniques de commercialisation), licence pro commerciale ou bachelor.



LES MÉTIERS de L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE (IA)

L'intelligence artificielle fait désormais partie de ton quotidien. Elle a non seulement donné la parole à ton smartphone, permis aux personnages de tes jeux vidéo de bouger... mais elle contrôle aussi certains équipements de ta maison. Et aujourd'hui, avec ChatGPT ou MidJourney, elle peut même faire tes devoirs ou tes lettres d'amour ! Mais l'IA, qu'est-ce que c'est exactement ? C'est la **mise en œuvre de logiciels mathématiques et statistiques** capables d'exploiter des milliards de données afin de reproduire l'intelligence humaine, voire de faire mieux, et plus vite, que l'homme. L'**IA automatise des tâches répétitives ou analyse des données** pour que les hommes prennent des décisions moins risquées.

L'ŒIL DU PRO



«Jusqu'il y a peu de temps, seul le monde de la finance avait recours à l'intelligence artificielle parce qu'il avait les moyens financiers de stocker les données. Aujourd'hui, grâce au Cloud, n'importe qui peut stocker des données depuis son ordinateur portable, à moindre coût... et exploiter ces données grâce à des logiciels d'IA. Un exemple: pour qu'un véhicule autonome sache se déplacer dans la circulation, il doit être équipé de capteurs tout autour du véhicule (caméras, radars, lasers...) qui sont en quelque sorte ses yeux. Ceux-ci captent et analysent toutes les informations relatives à la circulation (panneaux de signalisation, état du trafic, dangers potentiels...). Ces infos sont triées par le logiciel qui est le "cerveau" de la voiture autonome. C'est bel et bien l'intelligence artificielle qui permet à la voiture autonome de **prendre des décisions**: freiner, accélérer, changer de direction ou éviter un obstacle, seule.»

Camilo Rodriguez, fondateur du Machine Learning Lab, un cabinet de conseil en IA.

Au cours des cinq prochaines années, 83 millions d'emplois pourraient être remplacés par l'IA... mais 69 millions d'autres pourraient être créés, avec une demande élevée dans les secteurs de la cybersécurité et des nouvelles technologies.*