

La Newsletter Maddytips revient pour explorer les entreprises en transformation

Parce que l'entreprise peut et doit être le moteur du changement de notre société, Maddyness et Salesforce lancent une deuxième saison de la newsletter Maddytips axée sur les transformations.

Temps de lecture : minute

7 février 2022

Transformation, impact, responsabilité, environnement, éthique, bien-être, solidarité, citoyenneté, diversité... Au sein des entreprises, depuis le début de la crise sanitaire, ce jargon fleurit. Comme si, de ce climat délétère, marqué au contraire par un vocabulaire vecteur d'anxiété (crise, épidémie, pandémie, complotisme...), naissait un puissant élan vers le changement. Il ne s'agit plus seulement de se transformer pour gagner de nouvelles parts de marché. Mais de changer la manière de faire des affaires et d'innover, tout en ayant un impact positif sur la société et l'économie. De créer un véritable contrat de confiance entre l'entreprise et ses collaborateurs, ses clients et ses fournisseurs.

Maddyness et Salesforce, grâce à leur cœur de métier - l'un ayant pour vocation de décrypter les tendances et enjeux de demain, l'autre étant résolument ancré dans l'innovation qu'apporte toutes les révolutions numériques -, sont convaincus de l'importance de porter et partager ces valeurs. C'est donc sous le signe de la transformation que s'ouvre cette nouvelle saison de la newsletter Maddytips (vous pouvez d'ailleurs retrouver les dernières missives [ici](#)). Dès le 8 février, et toutes les deux semaines, vous retrouverez dans votre boîte mail des conseils, des décryptages et des témoignages d'entreprises et experts qui contribuent

à façonner le monde de demain, de manière à ce qu'il soit plus inclusif, plus vertueux et plus agile.

Des outils pour une croissance durable

Cette année, nous parlerons ainsi de la gestion des données, de la course aux labels, du tabou des business liés à la féminité ou encore de l'avenir du télétravail. Nous nous interrogerons aussi sur le rôle des entreprises dans les problématiques sociétales et environnementales, vectrices de croissance durable si elles sont alignées sur les objectifs commerciaux. Trois quarts des Français estiment d'ailleurs que les entreprises sont les mieux placées pour mener concrètement la lutte contre le réchauffement climatique, selon [une étude publiée par Salesforce en septembre 2020](#).

Se former pour mieux se transformer

À travers ces newsletters, nous souhaitons partager des histoires inspirantes, affirmer nos valeurs mais aussi et surtout vous donner des clefs pour mieux vous accompagner dans ces évolutions. Acteur majeur de l'emploi en France, Salesforce a un rôle à jouer pour faire de la formation un moteur-clé de l'économie, gage de bien-être des salariés et vecteur de croissance pour l'entreprise. Quant à Maddyness, le média poursuit sa mission en restant à la fois porte-parole des entreprises précurseuses et agrégateur de startups qui souhaitent grandir.

Etienne Portais, Cofondateur de Maddyness,

Thuy-Vi Nguyen, Responsable marketing, startups et PME, Salesforce France

Vous souhaitez en savoir plus ? Inscrivez-vous à la [newsletter Maddytips](#)

pour la recevoir dès demain !

Article écrit par Frédérique Josse