



## **Transformation de rupture : 13 Points clés sur l'avenir de vos clients**

**Gilles Béal**

Consultant

Enseignant

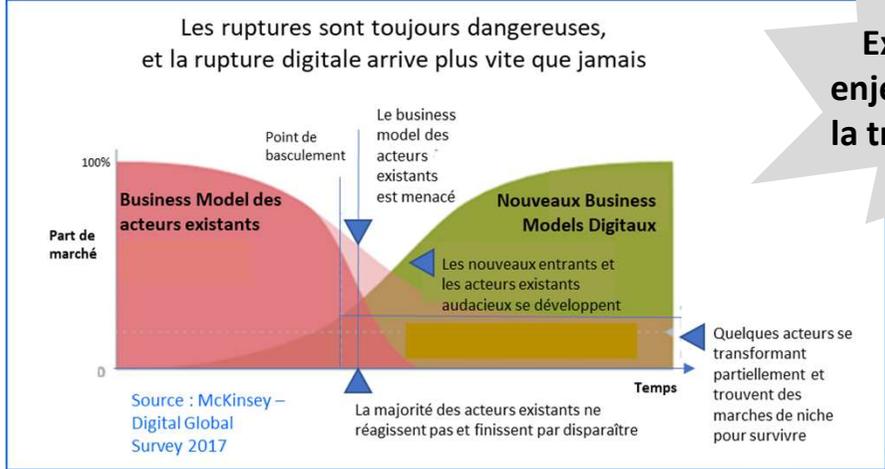
Dirigeant fondateur de 4 Entreprises

[gilles.beal@outlook.com](mailto:gilles.beal@outlook.com)

📞 06 11 64 25 12



# OBJECTIFS



**Expliciter brièvement les enjeux et problématiques de la transformation de rupture**

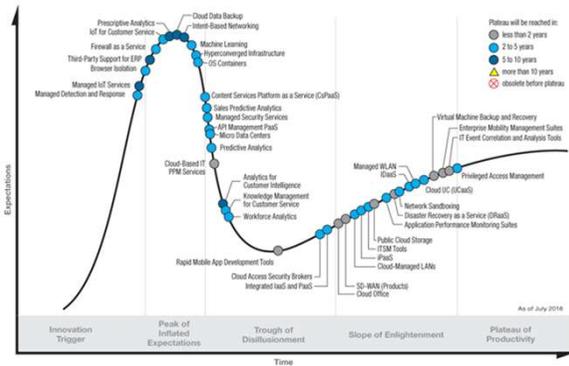
**Evaluer la solidité et les perspectives d'évolution de vos clients et prospects face à cette transformation**

<b>PIONNIERS</b>	✓	<input type="checkbox"/> Investissements +++ <input type="checkbox"/> ROI <1 an <input type="checkbox"/> Risques ++
<b>SUIVEURS</b>	<input type="checkbox"/> Nouveau Business Model ? <input type="checkbox"/> Innovation ? <input type="checkbox"/> Comment Transformer ?	<b>?!</b>
<b>RETARDATAIRES</b>	<b>?!</b>	Prise de conscience
		Prise de décision

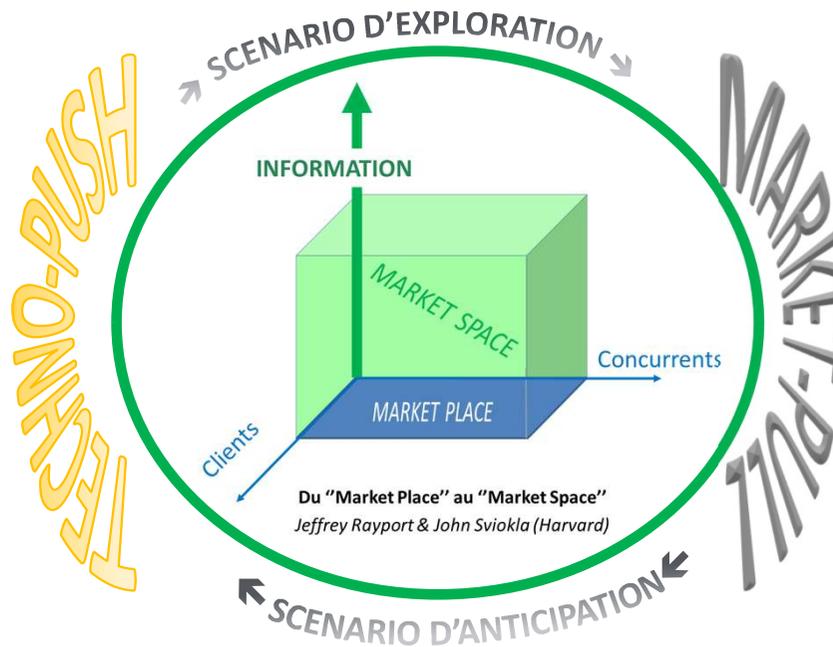
# L'ÈRE DE L'INFORMATION



**Hype Cycle** for Midsize Enterprises, 2018

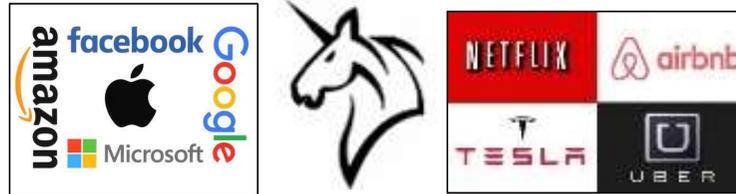


Source: Gartner 2018



- MARKETING 1TO1**
- EXPERIENCE CLIENT**
- NOUVELLES OFFRES DIGITALES**
- COMMERCE VIRTUEL**
- MARKETING MIX 4P → 15P !**
- LOGICIELS CRM**

# 1. VOS CLIENTS B2C ONT-ILS PRIS LA VRAIE MESURE D'UN RISQUE EXISTENTIEL ?!



- COMPORTEMENT DIGITAL DU CONSOMMATEUR
- EXPERIENCE CLIENT (OFFRE DIGITALE, SERVICING, RÉSEAU)
- COMMUNAUTÉS VIRTUELLES ÉLARGIES
- COMMERCE VIRTUEL
- IMPACT SUR LES CANAUX DE DISTRIBUTION TRADITIONNELS**

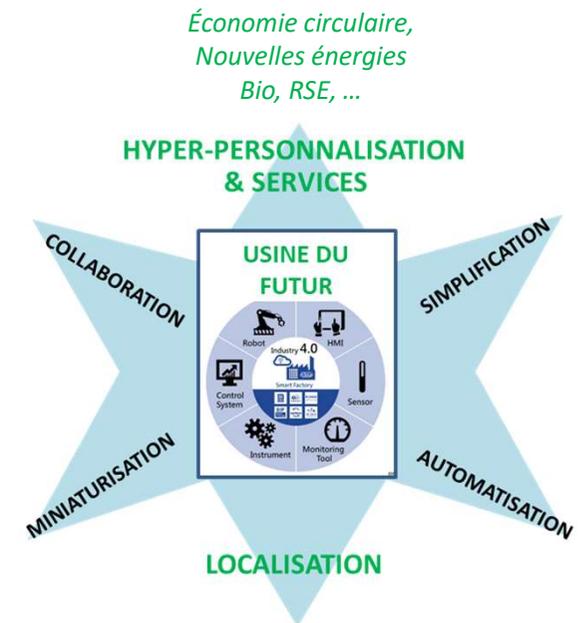
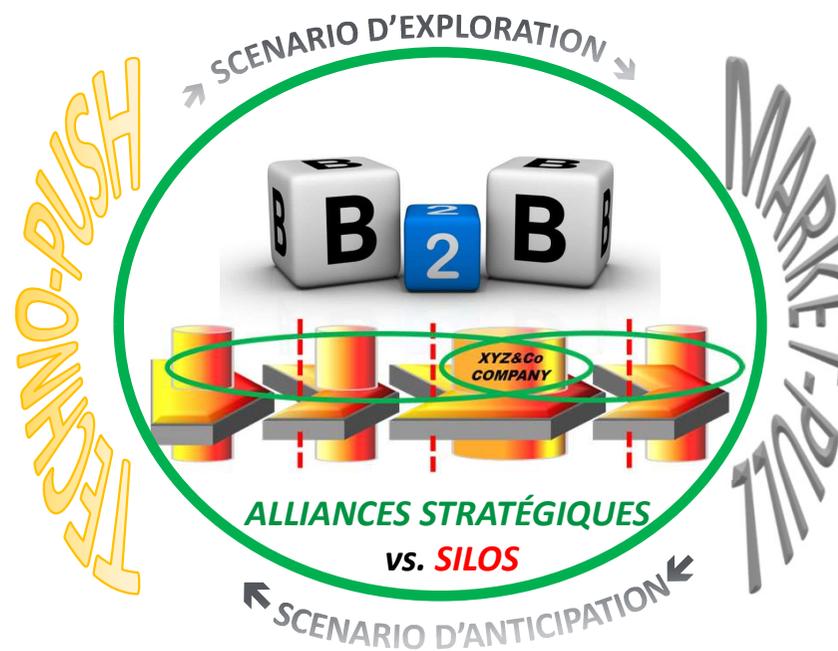
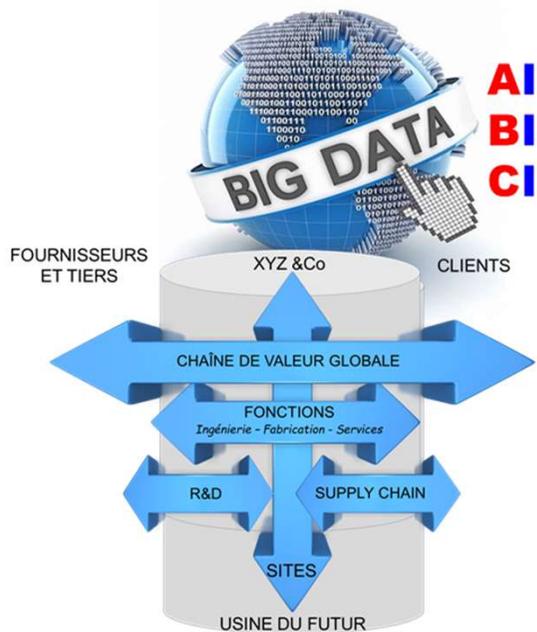
*Industriels - Commerçants – Artisans – Sociétés de services – Hôtellerie – Tourisme – Distribution - ...*

***“ Vous êtes des chauffeurs de taxi avant UBER ! ”***

## 2. LES ACTEURS B2B ONT-ILS PRIS LA VRAIE MESURE DE LA COLLABORATION ?!

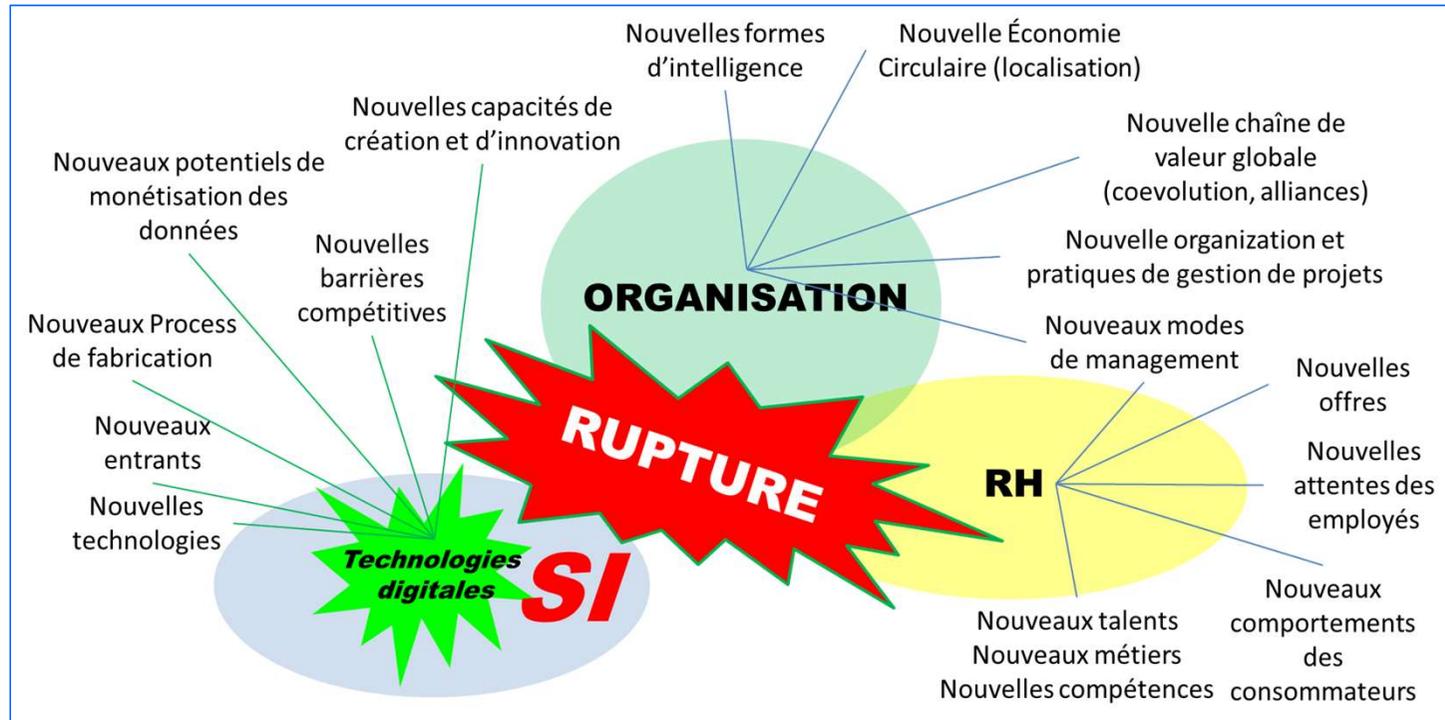
**8%** des entreprises pensent que leur modèle économique ne sera pas remis en cause par la transformation digitale

Source McKinsey



**La Création destructrice (J. Schumpeter)  
Syndrome KODAK**

### 3. QUELLE STRATÉGIE POUR RÉPONDRE À CE DÉFI ?!

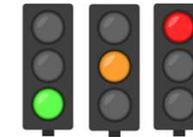
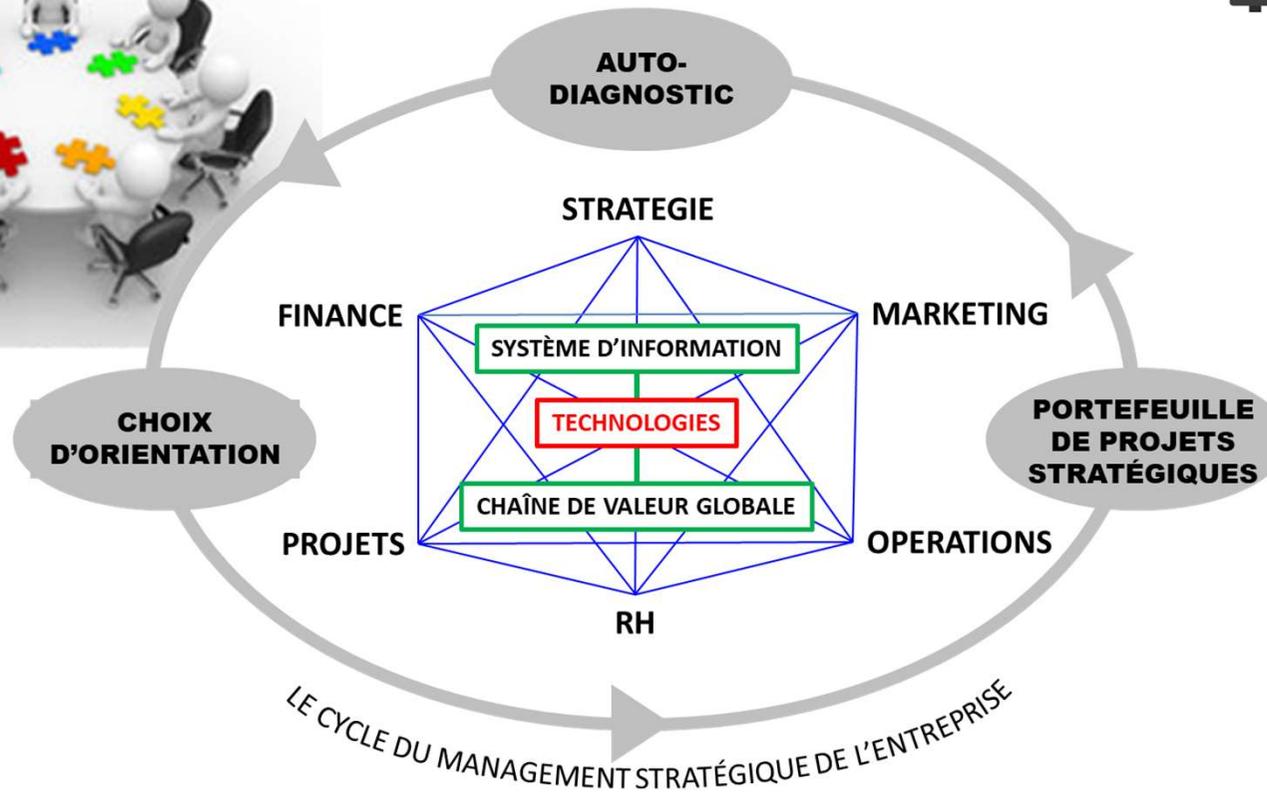


Pierre Nanterme : ex-PDG monde ACCENTURE

*“Embracing the new”*

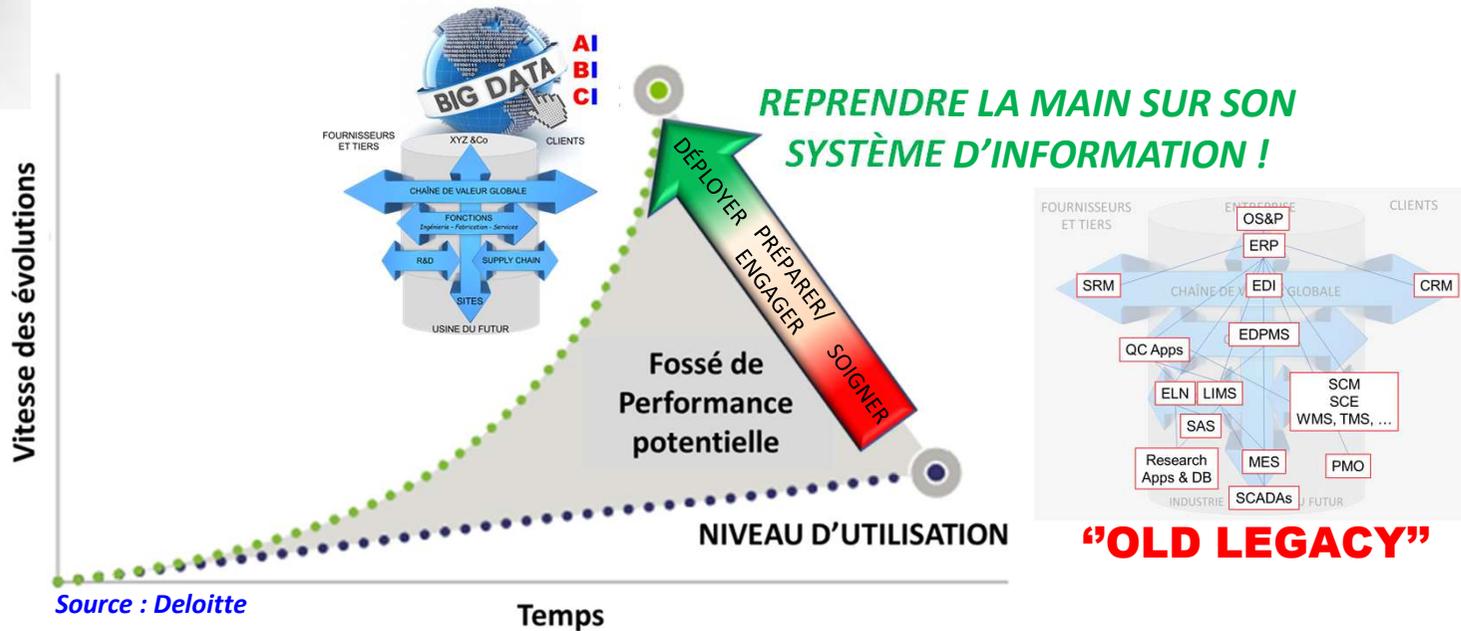
- ❖ *Le consommateur digital : hyperpersonnalisation*
- ❖ *La digitalisation des entreprises : collaboration / co-evolution*
- ❖ *La digitalisation des opérations*
- ❖ *Innovation : innov'acteurs et intrapreneurs*
- ❖ *Comportements, Culture, ADN de l'Entreprise*

## 4. QUID DU MANAGEMENT STRATÉGIQUE DU SYSTÈME D'INFORMATION DE L'ENTREPRISE ?!



- SI : la 5ème roue du char
- Effort de veille
- Représentation informatique au sein du CODIR
  - Dans 42% des entreprises, le DAF est le responsable SI au sein du CODIR*
- Réussite des projets informatiques
  - Aux USA, 75% des projets informatiques sont considérés comme des échecs par les sponsors qui les ont lancés*
- Niveau d'intégration / urbanisation des logiciels et applications

# 5. COMMENT TRANSFORMER : PRISE DE CONSCIENCE OU PRISE DE DÉCISION ?!



La principale raison pour laquelle les entreprises échouent est qu'elles surinvestissent sur **"CE QUI EST"** par opposition à **"CE QUI POURRAIT ÊTRE"**  
 Gary Hamel US Management Expert. Co-fondateur de Strategos

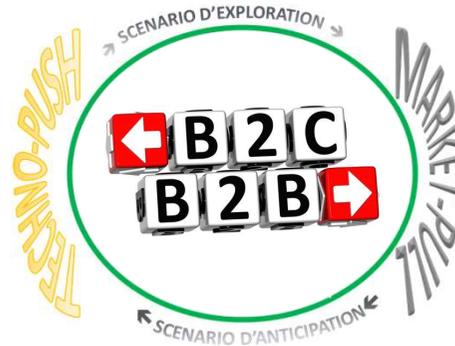
## 6. QUEL AVENIR DANS L'ÈRE DE L'INFORMATION ?!



### PROPOSITION DE VALEUR

*Nouvelles offres, Revenus, Coûts, Risques, Utilisation des actifs, Compétitivité, Expérience Client, ...*

POURQUOI ?



VISION CIBLE ?

→ NOUVEAU MODÈLE ÉCONOMIQUE ?

→ ENJEUX ?

## 7. QUELLES CAPACITÉS MOBILISABLES ET CAPITALISABLES ?!



### PROPOSITION DE VALEUR

*Coûts, Revenus, Risques, Utilisation des actifs, Compétitivité, Expérience Client, Nouvelles offres, ...*

### CAPACITÉS

*Interopérabilité, Virtualisation, Dématérialisation, Servicing, Modularité, ...*

POURQUOI ?

QUOI ?

### FAISABILITÉ / ALLOCATION DES MOYENS FINANCIERS, HUMAINS ET TECHNIQUES ?

→ MOYENS DISPONIBLES COURT TERME  
MOBILISATION / ARBITRAGES ?

→ ACCROISSEMENT DES CAPACITÉS  
ROI < 1 AN !

# 8. COMMENT Y ALLER ?!



## PROPOSITION DE VALEUR

Coûts, Revenus, Risques, Utilisation des actifs, Compétitivité, Expérience Client, Nouvelles offres, ...

## CAPACITÉS

Interopérabilité, Virtualisation, Dématérialisation, Servicing, Modularité, ...

## SOLUTION

POURQUOI ?

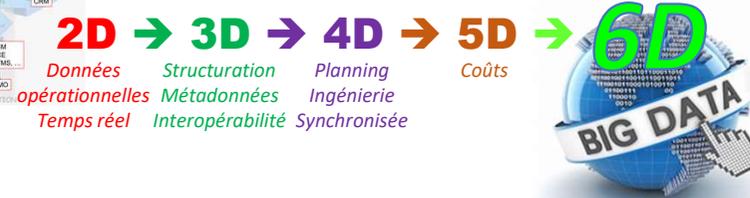
QUOI ?

COMMENT ?

## REPRENDRE LA MAIN SUR SON "OLD LEGACY"

→ FACILITATEURS TECHNOLOGIQUES

→ DU "2D OLD LEGACY" AU "6D BIG DATA"



- Plate-forme Intelligente
- Langage naturel
- RPA & RDA : Robot Process / Desktop Automation
- Outils de management des Métadonnées
- Micro services (API)

→ → → → → Disposer de toutes les informations aujourd'hui dispersées dans plusieurs silos de logiciels, services, métiers et supports de communication (messagerie, réseaux sociaux, gestion des connaissances, procédures internes, ...).



# 9. LA GESTION HUMAINE DES RESSOURCES – LES COMPÉTENCES



## PROPOSITION DE VALEUR

Coûts, Revenus, Risques, Utilisation des actifs, Compétitivité, Expérience Client, Nouvelles offres, ...

## CAPACITÉS

Interopérabilité, Virtualisation, Dématérialisation, Servicing, Modularité, ...

## SOLUTION

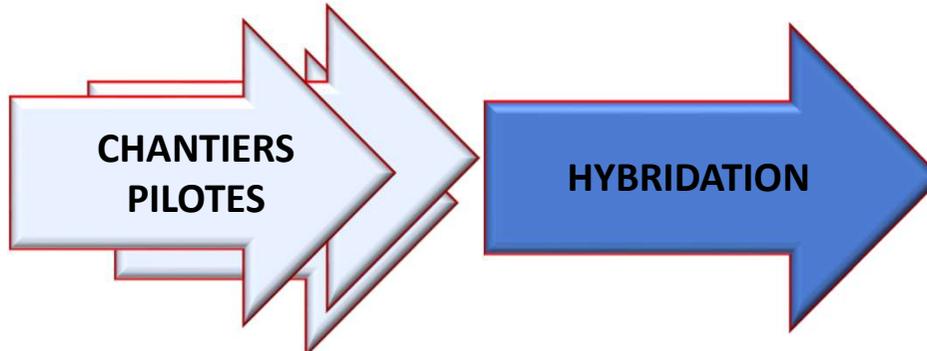
Plate-forme Intelligente  
Langage naturel  
RPA & RDA : Robot Process / Desktop Automation  
Outils de management des Métadonnées  
Micro services (API)

POURQUOI ?

QUOI ?

COMMENT ?

COMPÉTENCES ?



EXPERIMENTER  
S'APPROPRIER  
DEMONTRER

DÉVELOPPER  
/CAPITALISER  
LES COMPÉTENCES

DEVENIR  
INNOV'ACTEUR

ACQUÉRIR ET MONTER EN COMPETENCES !



# 10. UN ENGAGEMENT INDIVIDUEL ET COLLECTIF INCONTOURNABLE



COMPÉTENCES ?

ACQUÉRIR ET MONTER EN COMPÉTENCES !

PARCOURS INDIVIDUELS  
PERSONNALISÉS

QUI ?!

EXPERIMENTER  
S'APPROPRIER  
DEMONTRER

DÉVELOPPER  
/CAPITALISER  
LES COMPÉTENCES

DEVENIR  
INNOV'ACTEUR

INTELLIGENCE COLLECTIVE

CI

"SYSTEM THINKING"

EI

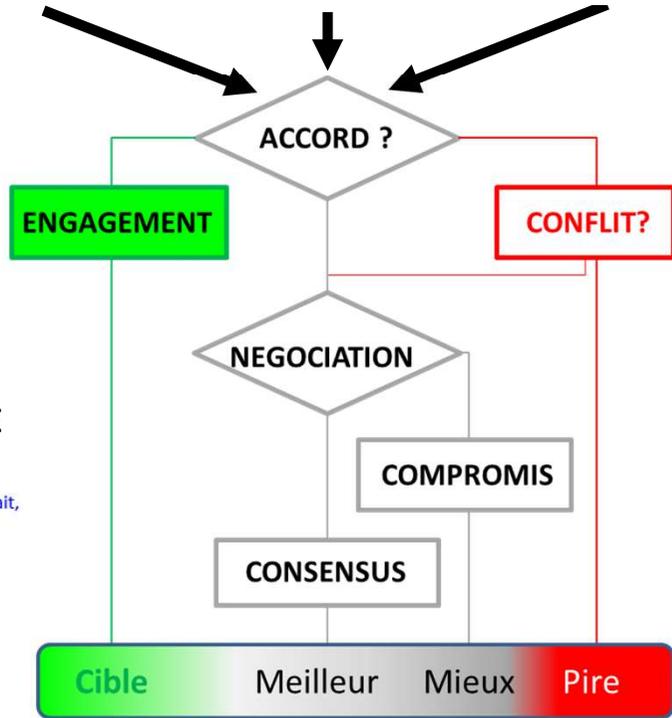
INTELLIGENCE ÉMOTIONNELLE



ÉMOTIONS

(Peurs, Créativité, Curiosité, Souhait,  
Volonté, Plaisir, ...)

Capacité d'abstraction  
Appréciation du contexte  
Positionnement spatial  
Informations visuelles  
Intuition  
Imagination  
Détection du mouvement  
Sensibilité Musicale et Artistique



☐ L'ENTREPRISE LIBÉRÉE

☐ CELLULES INTRAPRENEURIALES

☐ INTÉGRATION DE RESSOURCES ET  
TALENTS EXTERNES

☐ EDUCATION X.0

☐ EXPERIENCE INNOVATION

☐ TRANSFORMER POUR INNOVER

☐ SYSTÈME PERMANENT D'INNOVATION

## 10. UNE DYNAMIQUE LIBÉRÉE ET INTRAPRENEURIALE



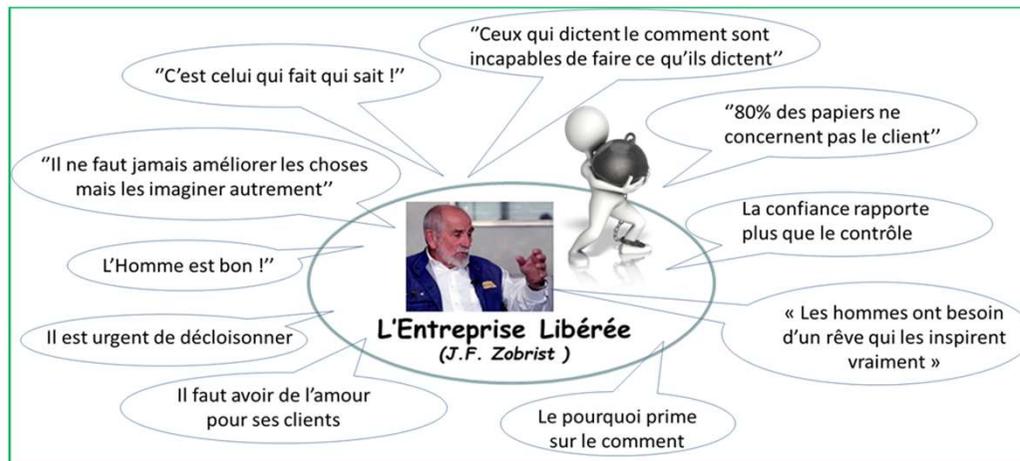
COMPÉTENCES ?

ACQUÉRIR ET MONTER EN COMPÉTENCES !

PARCOURS INDIVIDUELS  
PERSONNALISÉS

QUI ?!

EXPERIMENTER  
S'APPROPRIER  
DEMONTRER



[https://www.youtube.com/watch?v=N\\_4DzvRn-Qg](https://www.youtube.com/watch?v=N_4DzvRn-Qg)



CI EI

# 11. L'AMORCE D'UN NOUVEAU DEAL [4E] GAGNANT - GAGNANT

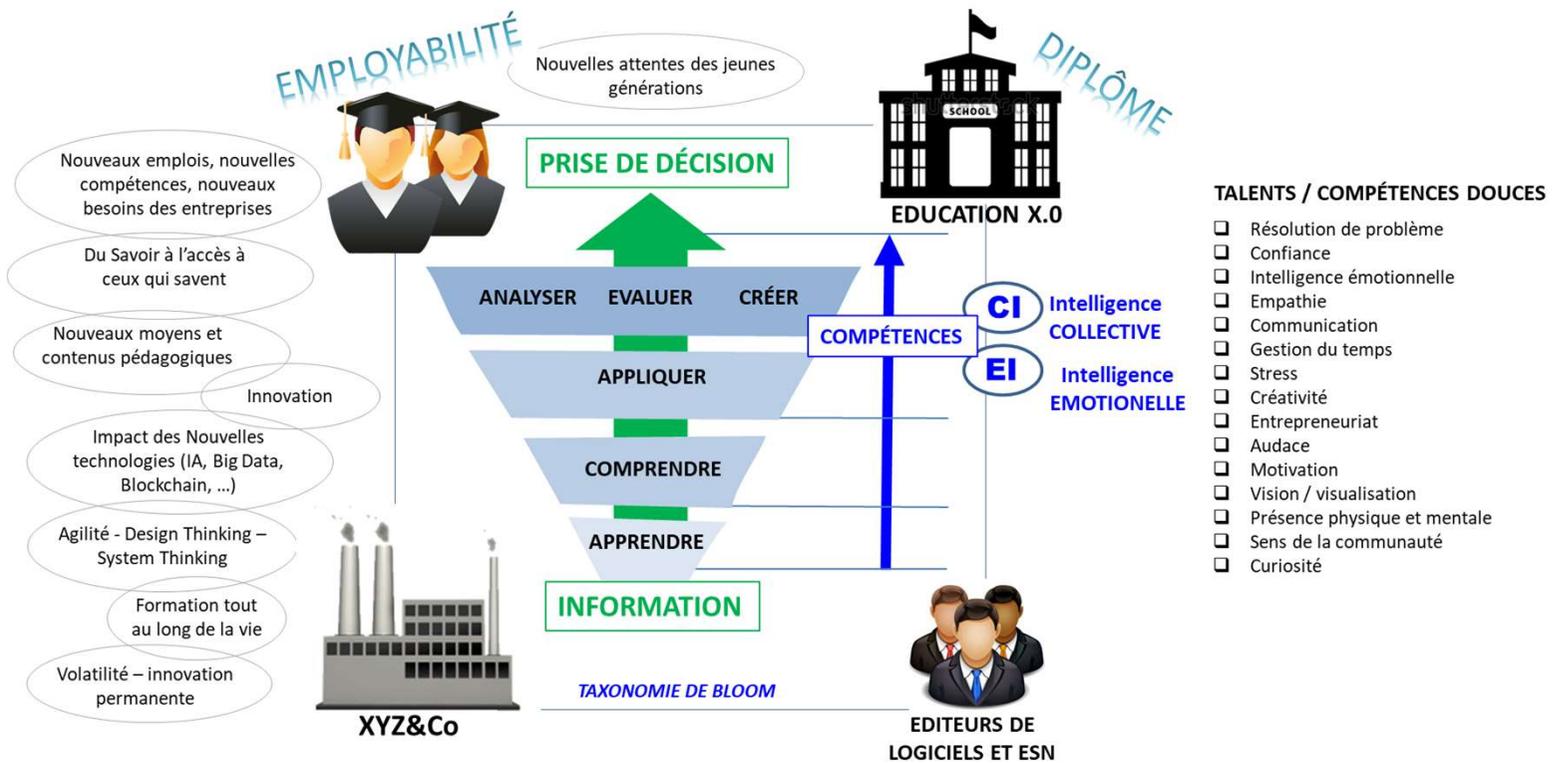
**ACQUÉRIR ET MONTER EN COMPETENCES !**

**COMPÉTENCES ?**

**PARCOURS INDIVIDUELS  
PERSONNALISÉS**

**QUI ?!**

**DÉVELOPPER / CAPITALISER LES COMPÉTENCES**



## 12. L'EXPÉRIENCE INNOVATION



**COMPÉTENCES ?**

**ACQUÉRIR ET MONTER EN COMPÉTENCES !**

**PARCOURS INDIVIDUELS  
PERSONNALISÉS**

**QUI ?!**

**DEVENIR INNOV'ACTEUR  
INNOVATION RADICALE vs. INCRÉMENTALE**

**TRANSFORMER  
POUR INNOVER**

**DÉSIRABILITÉ  
HUMAINE**

**INNOVATION  
ÉMOTIONNELLE**

**VIABILITÉ  
BUSINESS**

**EXPÉRIENCE  
INNOVATION**

**INNOVATION  
FONCTIONNELLE**

**INNOVATION  
PROCESS**

**FAISABILITÉ  
TECHNOLOGIQUE**

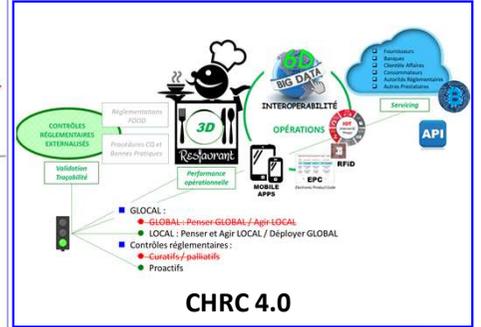
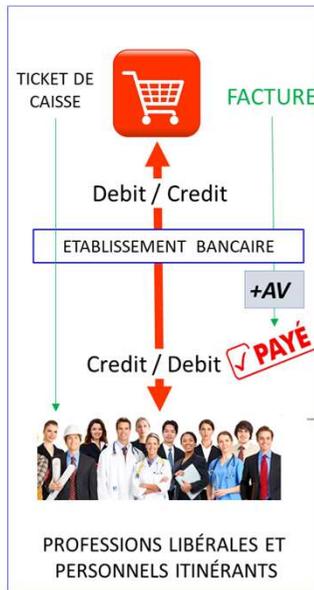
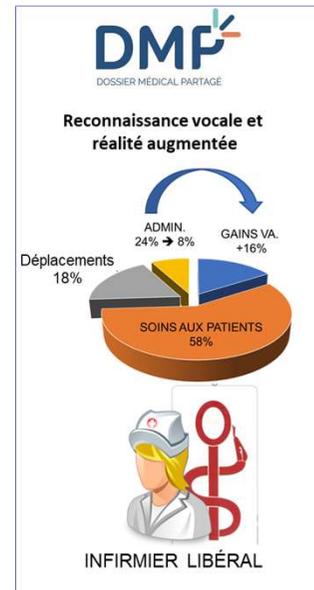
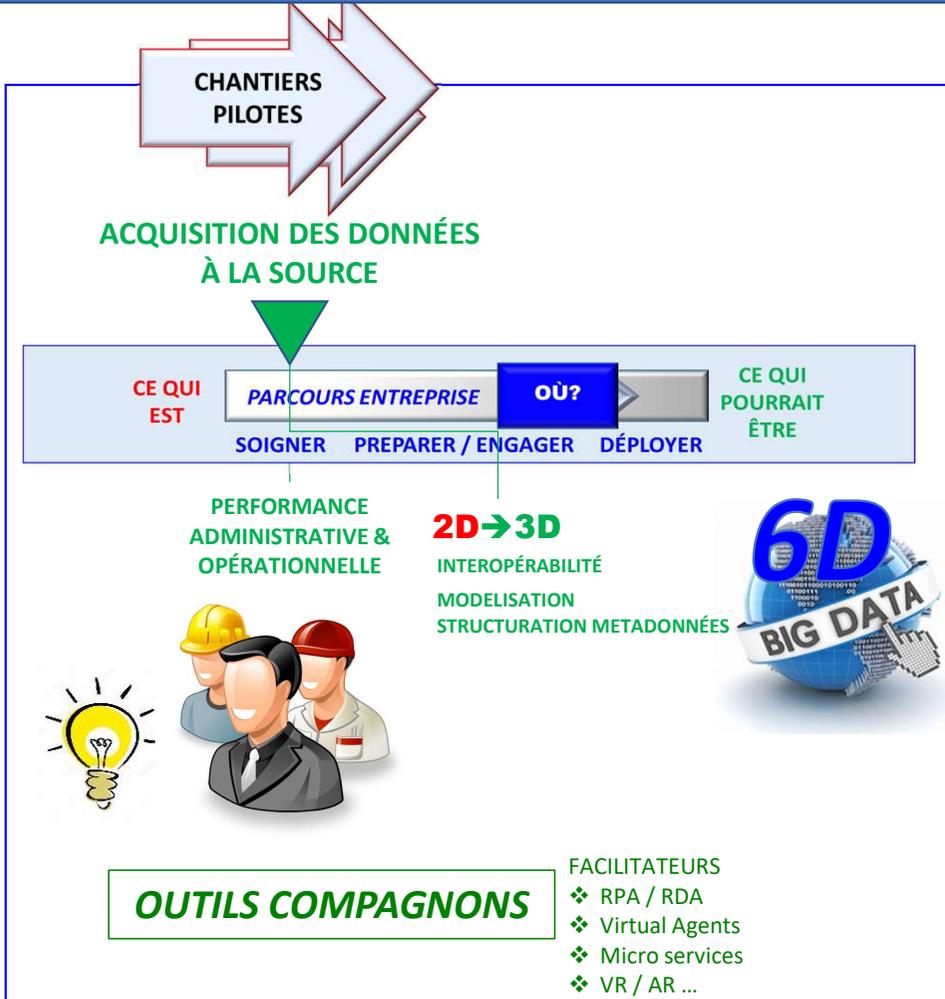
*RECONSTRUCTION DU SYSTÈME  
D'INFORMATION EXISTANT*

**CHANTIERS PILOTE  
& HYBRIDATION**

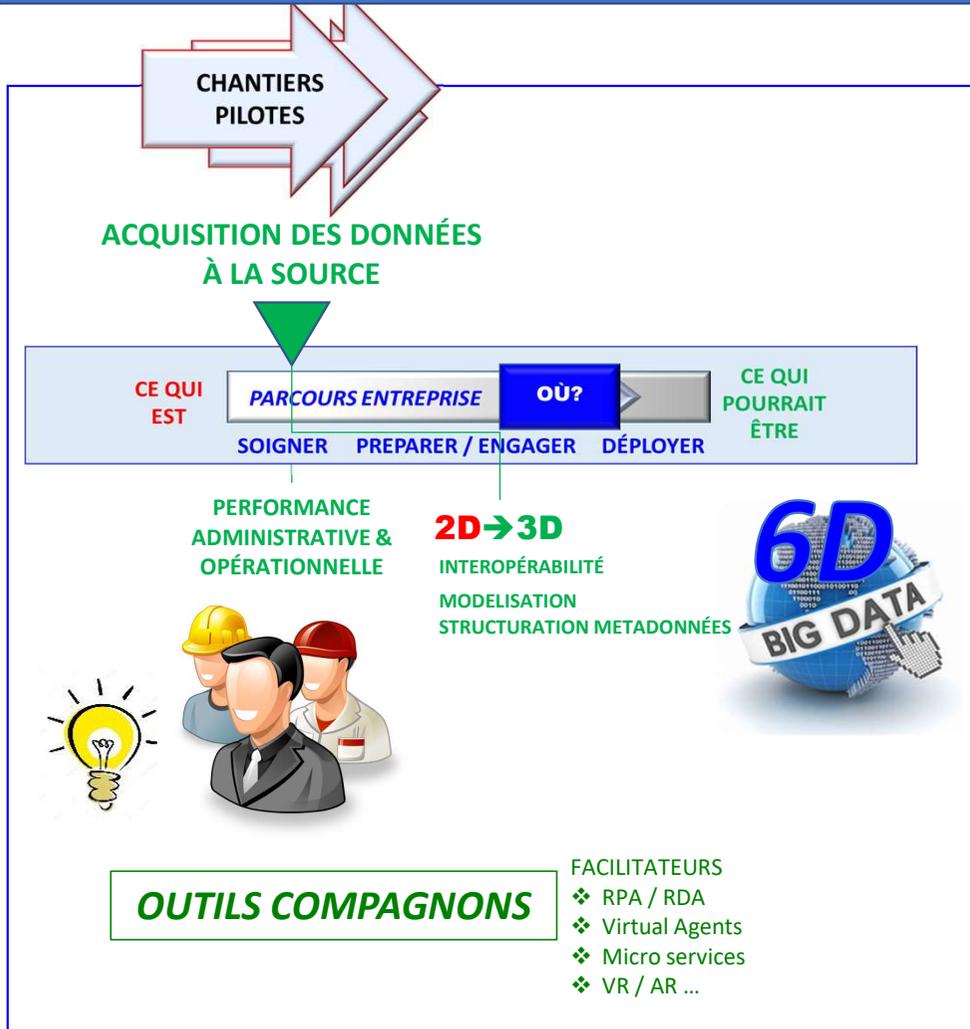
*RECOURS AUX TALENTS &  
RESSOURCES INTERNES et EXTERNES*

**PROCESSUS PERMANENT  
D'INNOVATION**

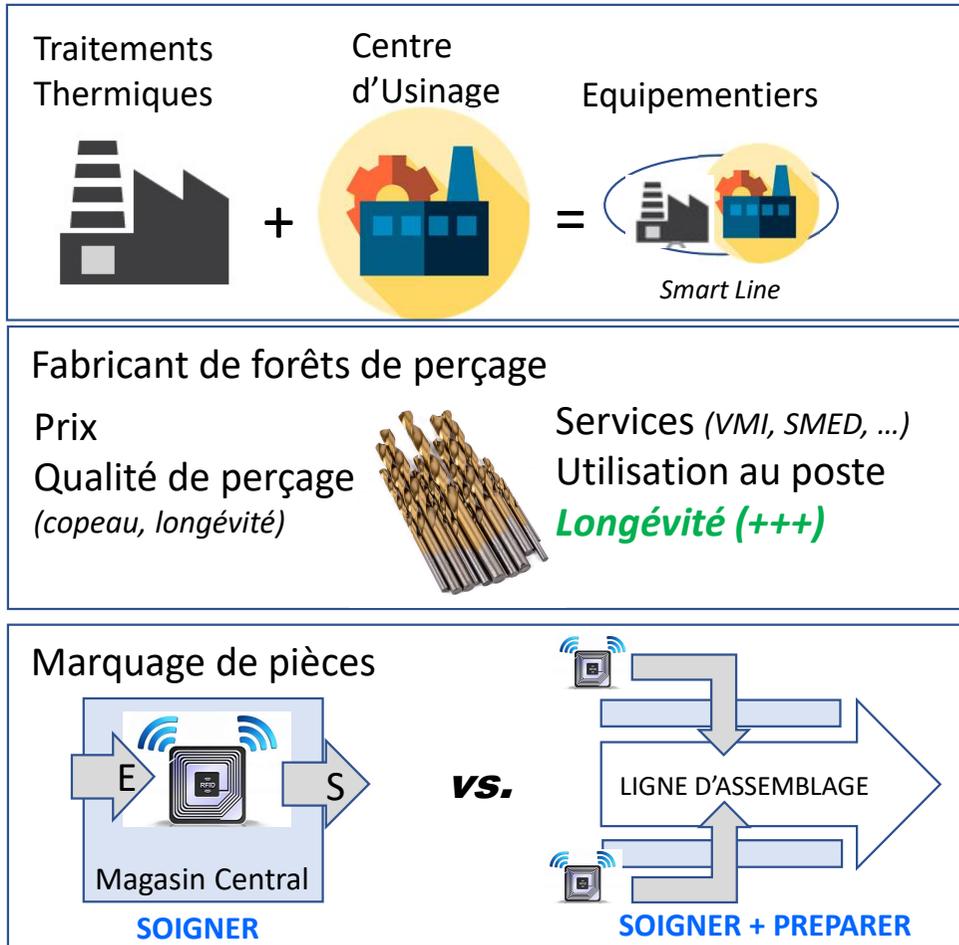
# 13. CHANTIERS PILOTES : REVENIR AUX SOURCES DE L'INFORMATION



# 13. CHANTIERS PILOTES : REVENIR AUX SOURCES DE L'INFORMATION

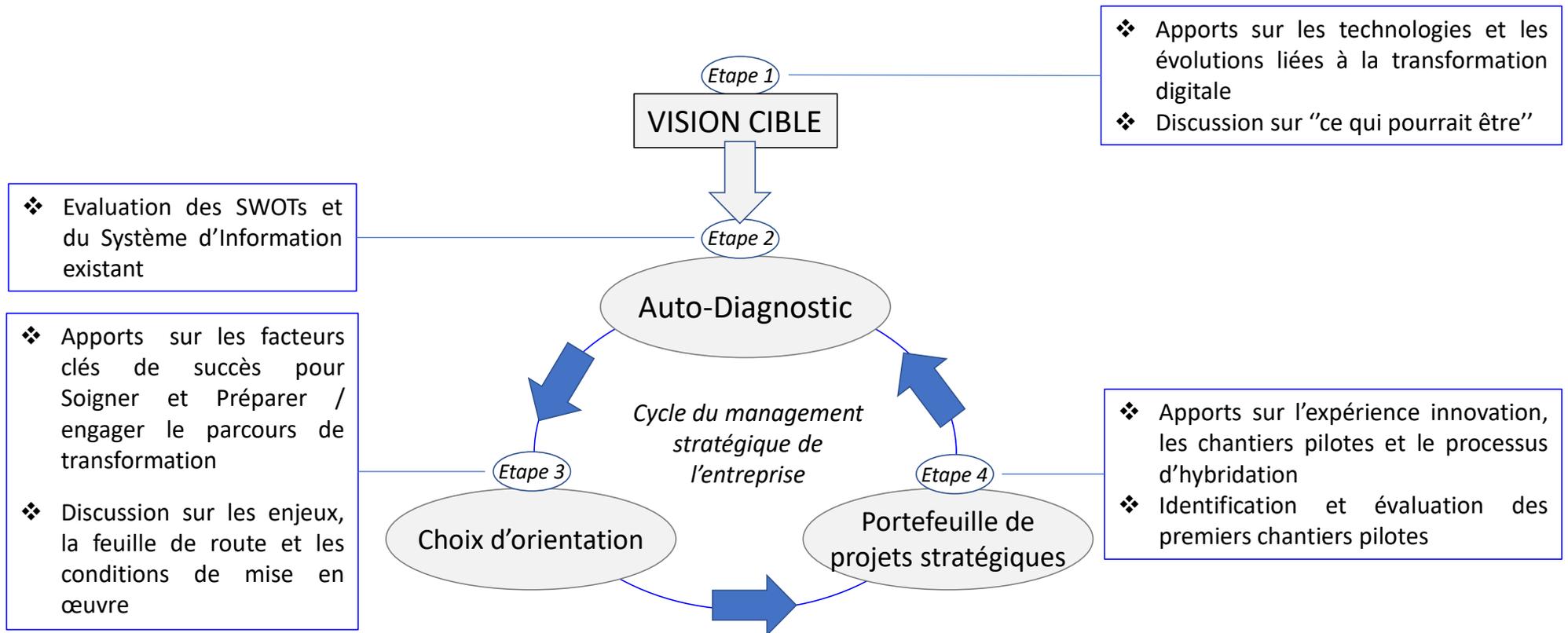


## "B2B CUSTOMER APPLICATIONS"



# 1 JOURNÉE DE RÉFLEXION SUR LE MANAGEMENT STRATÉGIQUE DE VOTRE ENTREPRISE

## TRANSFORMATION DE RUPTURE



# CONCLUSION

Evaluer la solidité et les perspectives d'évolution de vos clients et prospects face à cette transformation



13. REVENIR AUX SOURCES DE L'INFORMATION – 4 EXEMPLES
12. L'EXPERIENCE INNOVATION
11. L'AMORCE D'UN NOUVEAU DEAL [4E] GAGNANT - GAGNANT
10. UN ENGAGEMENT INDIVIDUEL ET COLLECTIF INCONTOURNABLE
9. LA GESTION HUMAINE DES RESSOURCES – LES COMPETENCES
8. COMMENT Y ALLER ?!
7. QUELLES CAPACITES MOBILISABLES ET CAPITALISABLES ?!
6. QUEL AVENIR DANS L'ERE DE L'INFORMATION ?!
5. COMMENT TRANSFORMER : PRISE DE CONSCIENCE OU PRISE DE DECISION ?!
4. QUID DU MANAGEMENT STRATEGIQUE DU SYSTEME D'INFORMATION DE L'ENTREPRISE ?!
3. QUELLE STRATEGIE INDUSTRIELLE POUR REPONDRE A CE DEFI ?!
2. LES ACTEURS B2B ONT-ILS PRIS LA VRAIE MESURE DE LA COLLABORATION ?!
1. VOS CLIENTS B2C ONT-ILS PRIS LA VRAIE MESURE D'UN RISQUE EXISTENTIEL ?!