

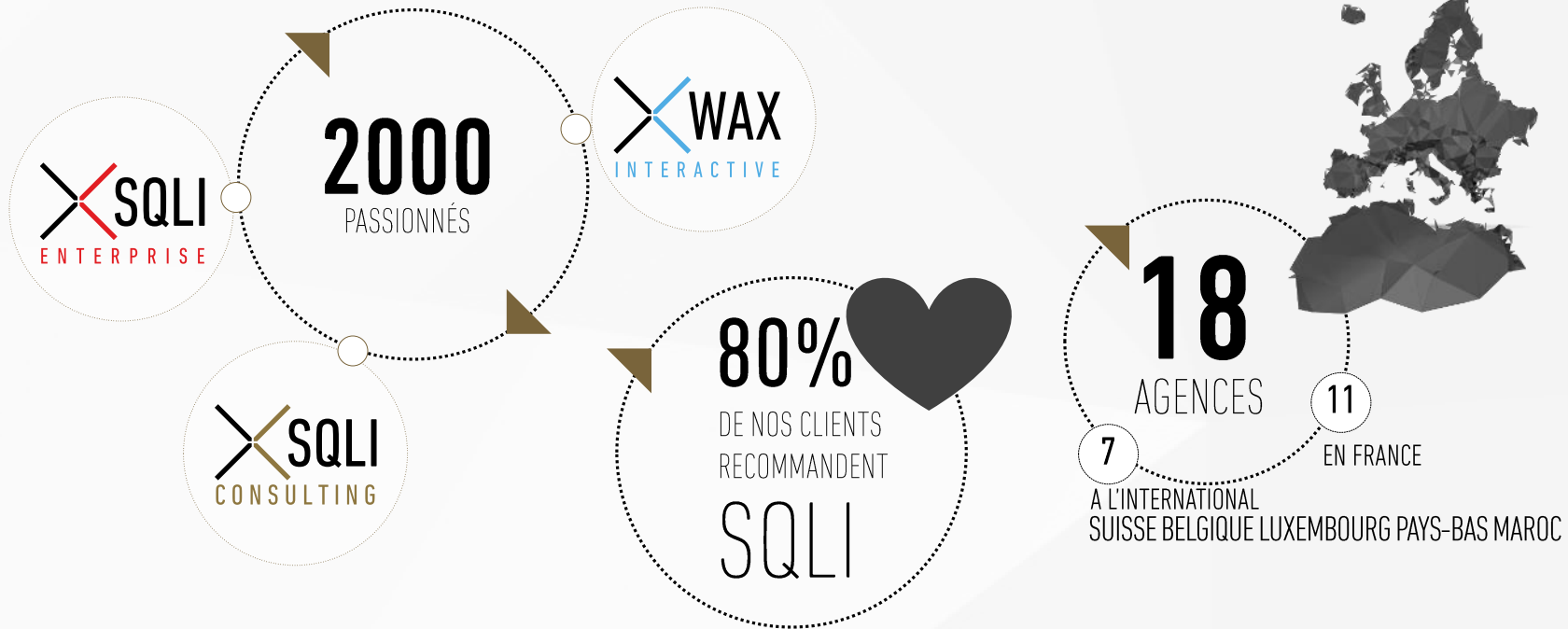
TRANSFORMATION NUMÉRIQUE, INNOVATION, ORGANISATION

Joanna POMIAN



SQLI GROUP, LEADER DE LA PERFORMANCE DIGITALE

CONSEIL EN TECHNOLOGIE, MARKETING & INNOVATION



Partenaire de références des entreprises et des marques dans la définition, la mise en œuvre et le pilotage de leur transformation digitale.

- + SQLI travaille pour 30 des 40 sociétés du CAC 40
- + SQLI est cotée sur Euronext Paris (SQLI).

A l'ère des
perturbations
numériques, le
digital est un
fait.

La nouvelle
société des
usages
bouleverse les
modèles
établis.

- | modèles économiques
- | expériences
- | écosystèmes
- | pratiques

Abolissant les
frontières
entre les
usages
physiques &
numériques,
des pans
entiers de
territoires ont
changé de
main.

Un paysage complètement refaçoné

- | habitudes de consommation
- | parcours clients - usagers
- | réseaux et modes de distribution
- | concurrence globale
- | organisation et management

Pourquoi les modèles & les territoires ont changé ?

- | Parce que l'innovation technologique révolutionne les stratégies et les organisations
- | en remettant en question tous les acquis

Le numérique
est donc un
fait.
Et **personne** ne
se demande
pourquoi.

LE MARCHÉ, LES ENTREPRISES NE SE DEMANDENT PAS POURQUOI

ILS SONT TROP OCCUPÉS À TIRER PROFIT DE LEUR AVANTAGE



Uber | La 1^{ère} société de taxis
ne possède pas de taxis.

AirBnB | Le 1^{er} acteur de l'hébergement
ne possède pas d'immobilier.

Facebook | Le 1^{er} média au monde
ne produit aucun contenus.

Alibaba | Le 1^{er} distributeur mondial
n'a aucun stocks.

LA MOITIÉ DES ENTREPRISES DU SBF 120 N'EXISTAIT PAS IL Y A 15 ANS

ILS SONT TROP OCCUPÉS À /
RECONQUÉRIR
DES TERRITOIRES QUI SEMBLAIENT PERDUS



Sébastien Bazin



Alexandre Bompard



Gérard Mestrallet



Guillaume Pepy



A man with short dark hair, wearing a dark jacket, is sitting on a light-colored sofa in a dimly lit room. He is looking towards the camera with a slight smile. The room has wood-paneled walls and a lamp is visible in the background. The text is overlaid on the image.

& MÊME

MICHEL NE SE DEMANDE JAMAIS POURQUOI

ALORS QU'IL EST UN FIN OBSERVATEUR DE L'ÉVOLUTION ÉCONOMIQUE DE NOTRE SOCIÉTÉ

“ CE N'EST PAS LE POURQUOI
QUI M'INTÉRESSE, MAIS LE COMMENT,,

MICHEL HOUELLEBECQ

Le **pourquoi**
n'est pas
porteur de
résultats. C'est
le **comment**
qui est vecteur
de valeur.

| valeurs sociales

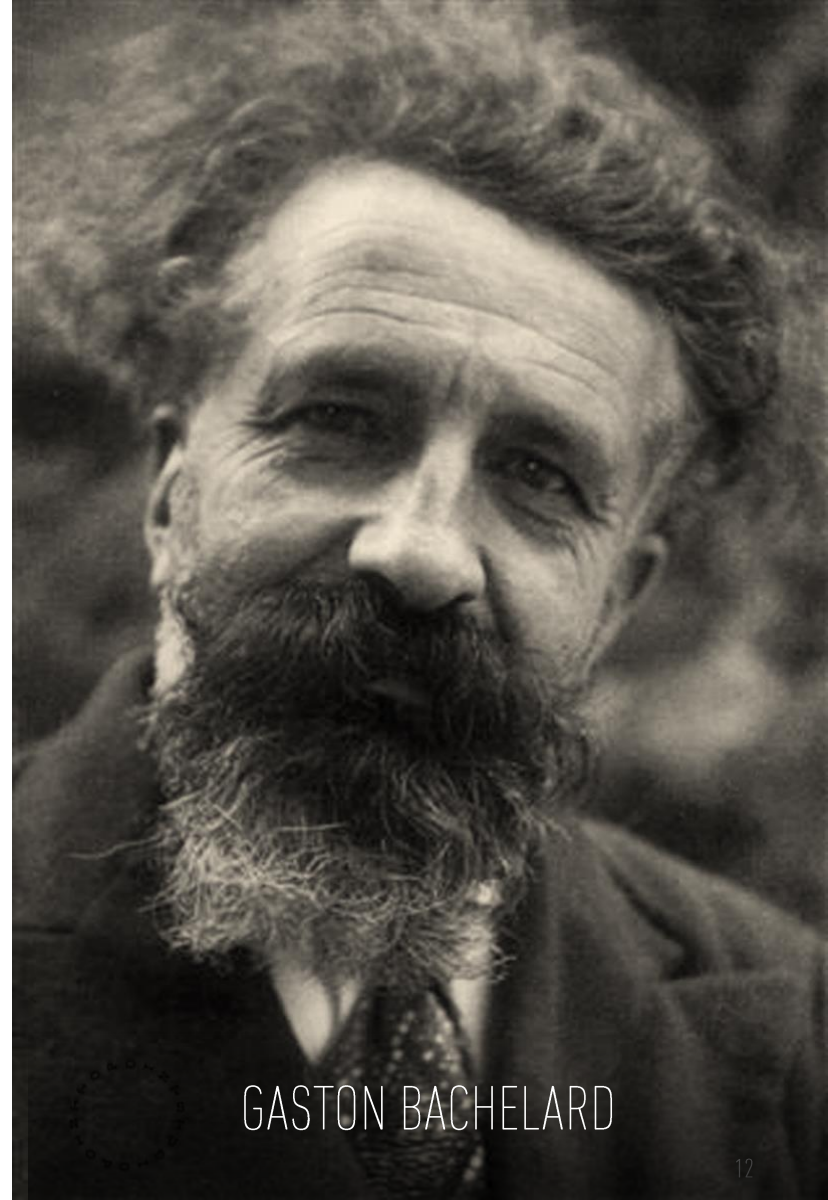
| valeurs économiques

ORGANISATION DIGITALE

LE COMPLEXE DE CASSANDRE

| Dans la mythologie grecque, Cassandre, la fille du roi de Troie, avait le don de prophétie avec une connaissance complète des événements futurs. Mais le don de Cassandre a été contrecarré par son incapacité à modifier l'avenir ou même convaincre les autres de la validité de ses prédictions. Elle a vu le péril de Troie, mais personne ne l'a crue.

| En 1949 Gaston Bachelard a inventé le concept de « complexe de Cassandre » pour décrire le phénomène de déconnexion entre l'établissement d'une nouvelle vision pour l'entreprise et la possibilité de parvenir à un consensus pour avancer vers la réalisation de cette vision. La réalisation, une vision claire et partagée est souvent difficile, car elle ne correspond pas à la réalité et beaucoup ne ressentent pas un sentiment d'urgence à changer, ce qui entraîne un manque d'engagement de la nouvelle vision. Dans le même temps, ceux qui soutiennent la nouvelle vision sont appelés Cassandre - ils sont en mesure de voir ce qui va se passer, mais personne ne les croit.



GASTON BACHELARD

LES DÉFIS

Valeur d'usage

Prix d'un service vs Satisfaction qu'il apporte - AirBnB

Service « Data Driven »

La voiture connectée transforme le modèle des assureurs.

Intelligence Collaborative

Crowdfunding/ Crowdlending. Tous acteurs du développement.

Expérience utilisateur

« l'avantage concurrentiel le plus décisif » - Amazon

Agilité

le modèle « MVP » (Minimum Viable Product) - Facebook

Open Innovation

Ecosystèmes ouverts inter-entreprises – Fintech et Banques

LES OBSESSIONS :

- Satisfaction du « client »
- Confiance et Attachement fort à la marque
- Pouvoir de recommandation
- Viralité sociale

LE CREDO DES ACTEURS DU DIGITAL : LA RELATION AFFINITAIRE, COLLABORATIVE & PARTICIPATIVE

IL FAUT TROUVER LE JUSTE ÉQUILIBRE

ENTRE CULTURE DE L'ORGANISATION & TRANSFORMATION DES MÉTIERS



INFORMATION

Exploitation des informations pour gérer les moments de vie.



ORGANISATION

Agilité pour adapter son organisation.



ENGAGEMENT

Consolidation du lien direct avec le *client*.



COLLABORATION

Intégration et animation d'écosystèmes collaboratifs.



DISRUPTION

Utilisation du numérique pour repenser la relation de proximité.

TOU LE MONDE VEUT INNOVER,
MAIS PERSONNE NE SAIT COMMENT S'Y PRENDRE



LES MODÈLES DE LAB



Modèle	Caractéristiques
Innovation Facilitator	Facilitateur interne, réducteur de process <i>Exemple : Seb</i>
Fab Lab	Création de prototype physique <i>Exemple : Atelier d'impression 3D</i>
Lab R&D Techno	Tester et valider des technologies <i>Exemple : Cdiscount</i>
Lab Veille	Cellule de veille Techno & Usages <i>Exemple : Atelier BNP Paribas</i>
Lab Veille & Proto	De la veille au prototypage <i>Exemple : Lab SQLI</i>

LA DEMARCHE

AU SERVICE DE L'INNOVATION

INSPIRATION

Open innovation

Veille

Atelier Uberisation



INNOVATION TACTICS

Innovation Check

Ateliers Idéation

Création d'un lab interne



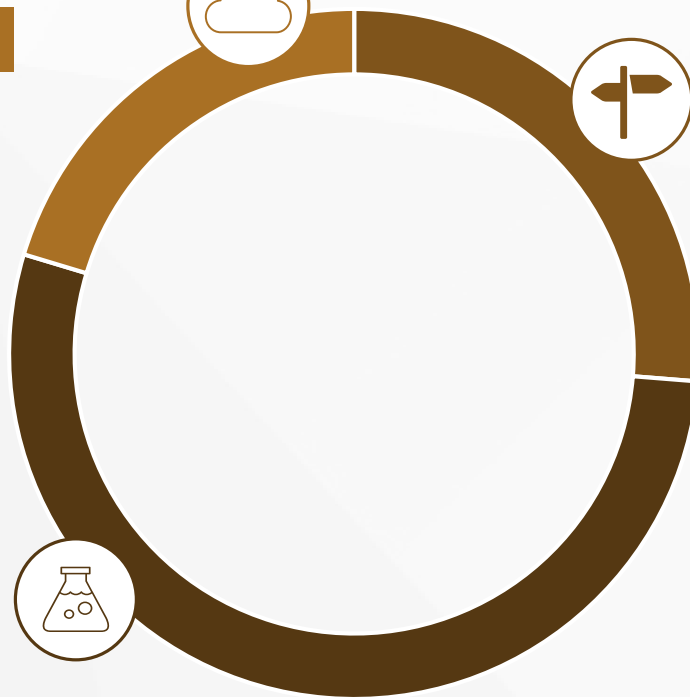
EXPÉRIMENTATION

Hackathon

Lean Startup

Coaching Agile

Design Sprint



#IDEATION

Un **atelier disruptif**
de 2h à 2 jours,

basé sur les
mécanismes de innovation games
et management visuel,

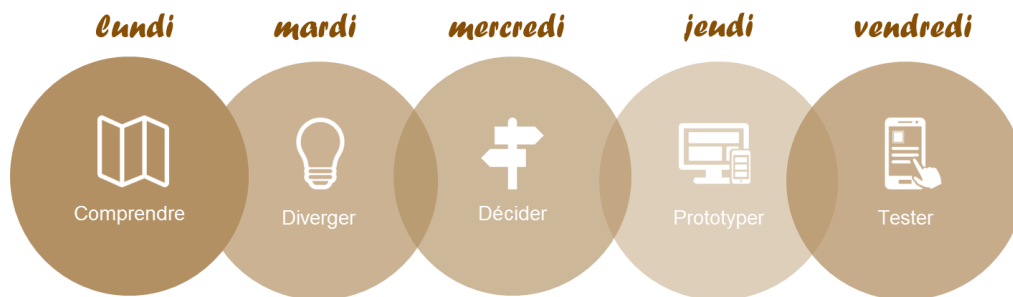
pour **TOUS**,

pour booster la **créativité**, **innover** en
groupe, **co-designer** un produit,
développer l'**Intrapreneurship**...

Gamestorm your workshop !



DESIGN SPRINT



Design Sprint = comment résoudre de grands problèmes ou tester de nouvelles idées en 5 jours !



Etapes

1. **Lundi** : Vision / Objectif long terme / Parcours Client / Interview experts / Objectif du Sprint
2. **Mardi** : Inspiration (demos rapides) / Idéation
3. **Mercredi** : Décision Post-Its / Story-board
4. **Jeudi** : Prototypage
5. **Vendredi** : Tests utilisateurs



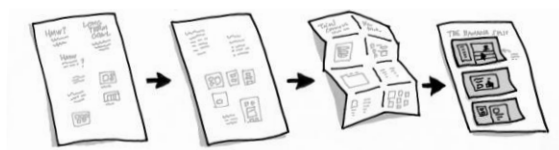
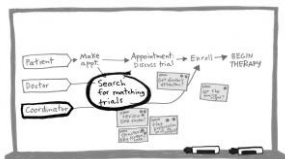
Compétences



Livrable(s)

Animateurs: 1 Sprint Master (Facilitateur), 1 Consultant Innovation, 1 Consultant UX + 1 POC d'interface utilisateur (mode Fake)

L'équipe : 1 décideur, 1 vision Produit/Service, 1 vision Client, Experts



CARACTÉRISTIQUES DE LA SOCIÉTÉ NUMÉRIQUE

Avant	Maintenant
Verticale	Horizontale
Contrôle	Laisser ller
Hiérarchie	Réseau
Planification	Serendipité
Planification	Expérimentation
Création	Réutilisation
Ordre	Agilité
Propriété	Open source (Libre)
Protection de vie privée	Exposition
Rétention de l'information	Partage de l'information

SUITE

Avant	Maintenant
Mémorisation	Fact checking (Vérification des faits)
Solution	Contribution
Statut	Contenu
Sedentarité	Nomadisme
A priori	A posteriori
Editorialisation	Visualisation
Médiation	Désintermediation

NOUVEAUX MODES ORGANISATIONNELS

IMPACTS SUR L'ORGANISATION ET LE TRAVAIL

- + Organisations plus plates, centrées sur l'animation des réseaux
- + Valorisation de la collaboration, des échanges et du partage
- + Le **rôle** devient le concept clef
- + L'autorité dépend des connaissances et des contributions
- + Le processus de prise de décision est distribué

MERCI !



