



La Transformation Digitale: Défis et Opportunités

Dr. Tawfik Jelassi, Ph.D et Dr. Dominique Turpin, Ph.D

IMD Business School, Lausanne (Suisse)

tawfik.jelassi@imd.org

Dominique.turpin@imd.org

Les trois défis de la transformation digitale



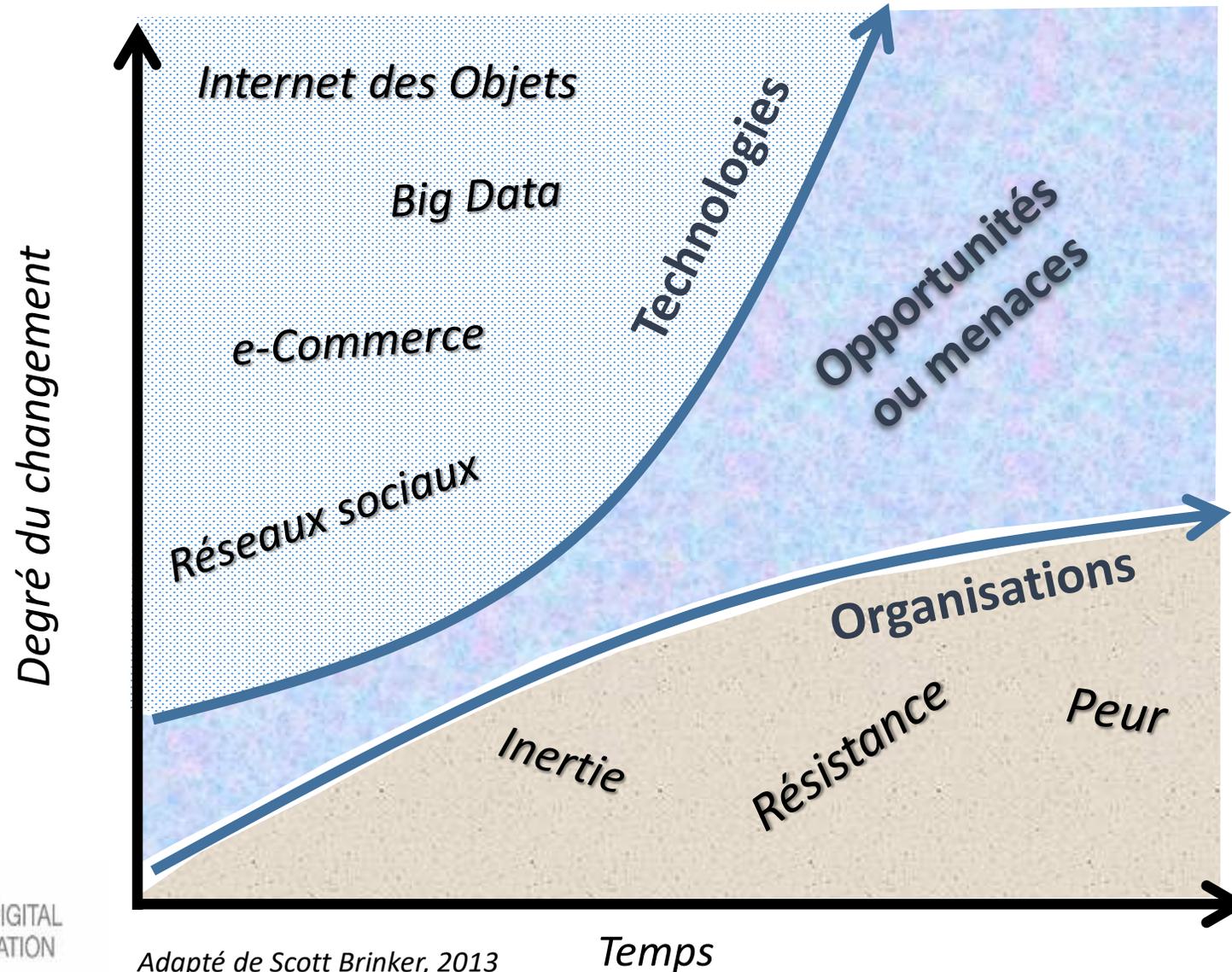


**" Avec le digital, un peu plus de la moitié des sociétés de Fortune 500 ont disparu depuis l'an 2000 !
Et pourtant, nous ne sommes qu'au début ..."**

Pierre Nanterme

PDG d'Accenture, Davos 2016

La révolution digitale est en marche -- offrant à la fois opportunités et/ou menaces pour tous (entreprises et individus)



Adapté de Scott Brinker, 2013

Temps

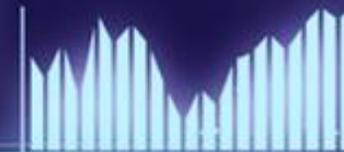
La transformation digitale de l'entreprise

Transformation digitale \neq Digitalisation

Un changement organisationnel résultant de l'utilisation des technologies numériques et des nouveaux modèles business pour améliorer la performance de l'entreprise!



GLOBAL CENTER FOR DIGITAL
BUSINESS TRANSFORMATION
An IMD and Cisco Initiative



91415926535 8979323846 2643383279
5026841971 6939937510 5820574944
5923078164 0628620899 8628034825
3421170679 8214808651 3282306647
0938446095 5058223172 5359408128





UBER

World's largest taxi company

Owens NO

~~Taxis~~



World's largest Accommodation provider

Owens NO

~~Real estate~~



World's largest Phone companies

Owens NO

~~Telco infra~~



Alibaba Group

World's most Valuable retailer

Owens NO

~~Inventory~~

facebook.

Most popular Media owner

Owens NO

~~Content~~



World's fastest Growing bank

Owens NO

~~Actual money~~

NETFLIX

World's largest movie house

Owens NO

~~Cinemas~~



World's largest Software vendors

Owens NO

~~Apps~~

#1

#2

#3

#4

#5

2001



\$406B



\$365B



\$272B



\$261B



\$260B

2006



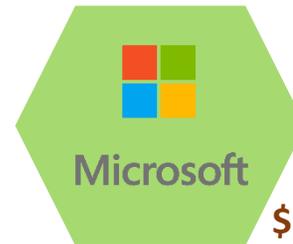
\$446B



\$383B



\$327B



\$293B



\$273B

2011



\$406B



\$376B



\$277B



\$237B



\$228B

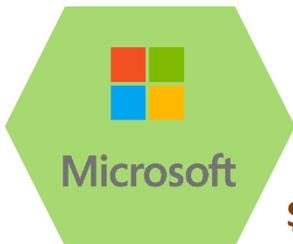
Déc. 2016



\$582B



\$556B



\$452B



\$364B



\$359B

9 Jan. 2019

\$729B

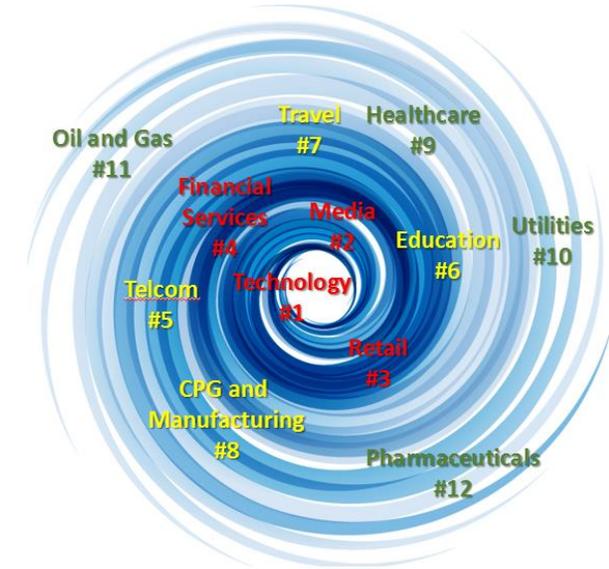
\$747B

\$802B

\$810B

\$413B

Toutes ces tendances créent les conditions d'un "Troubillon Digital"



Les technologies numériques (médias sociaux, appareils mobiles, plateformes digitales, appareils connectés, etc.) ...

+

... Marché volatile, imprévisible, complexe et ambigu ...

+

Un accès facile aux ressources (talent, capital) ...

=

... contribuent à la création d'un "Tourbillon Digital"; d'où l'importance d'anticiper et de gérer la transformation !



TOURBILLON DIGITAL

Chaotique Exponentiel Incontrôlable Impactant

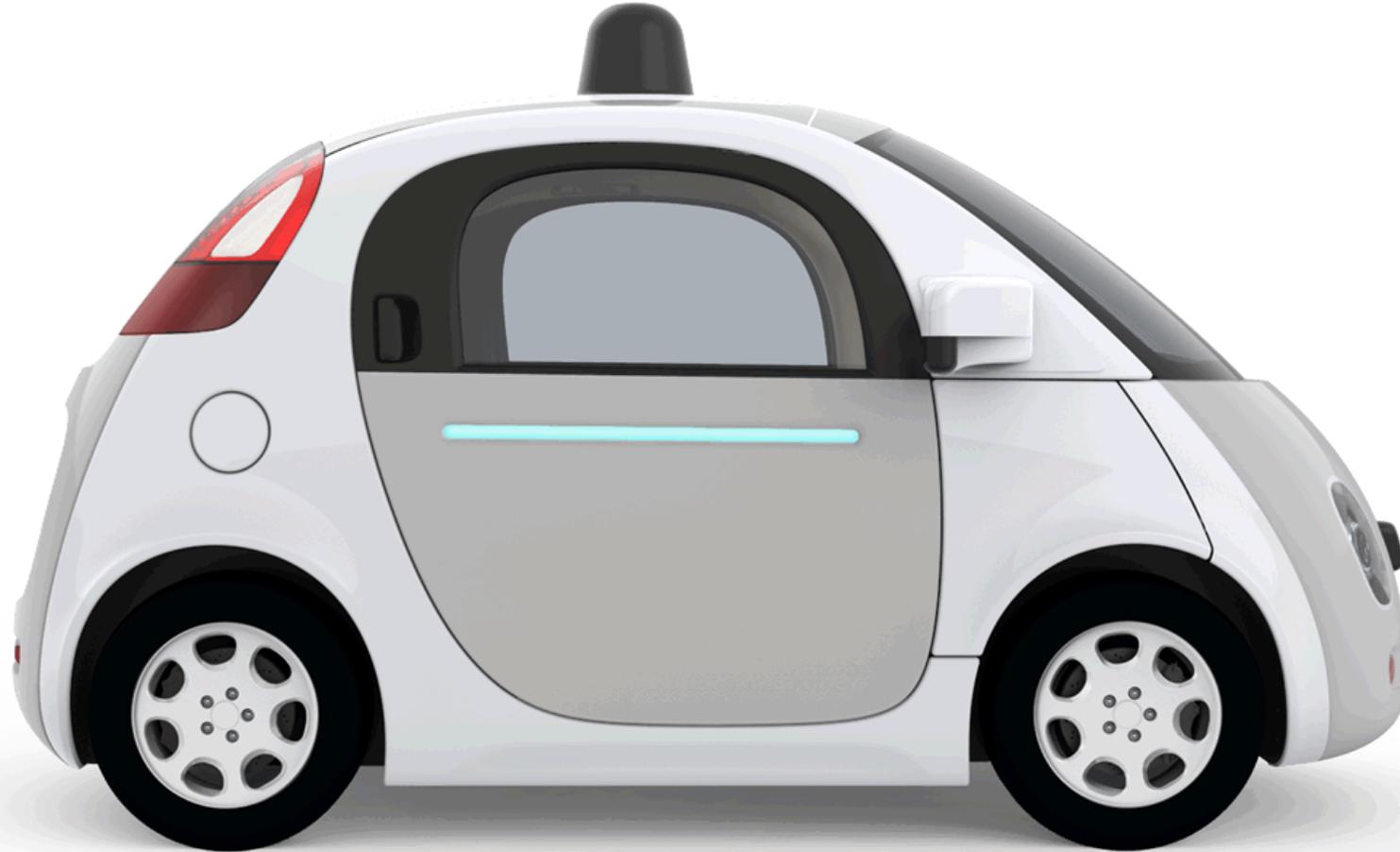


GLOBAL CENTER FOR DIGITAL
BUSINESS TRANSFORMATION
An IMD and Cisco Initiative

© 2017 Global Center for Digital Business Transformatio



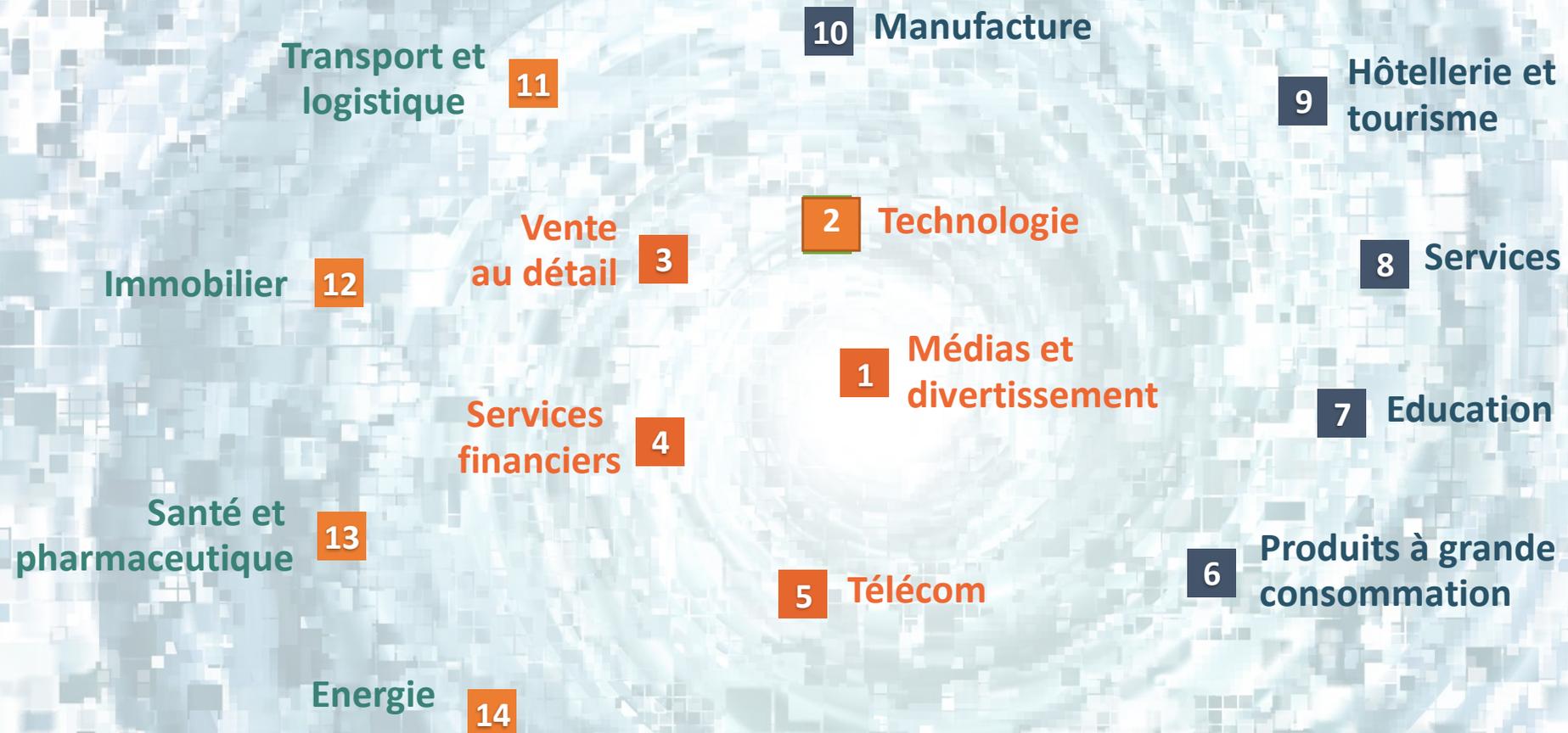
Quel impact aurait la voiture autonome sur les différents secteurs d'activités?



GLOBAL CENTER FOR DIGITAL
BUSINESS TRANSFORMATION
An IMD and Cisco Initiative

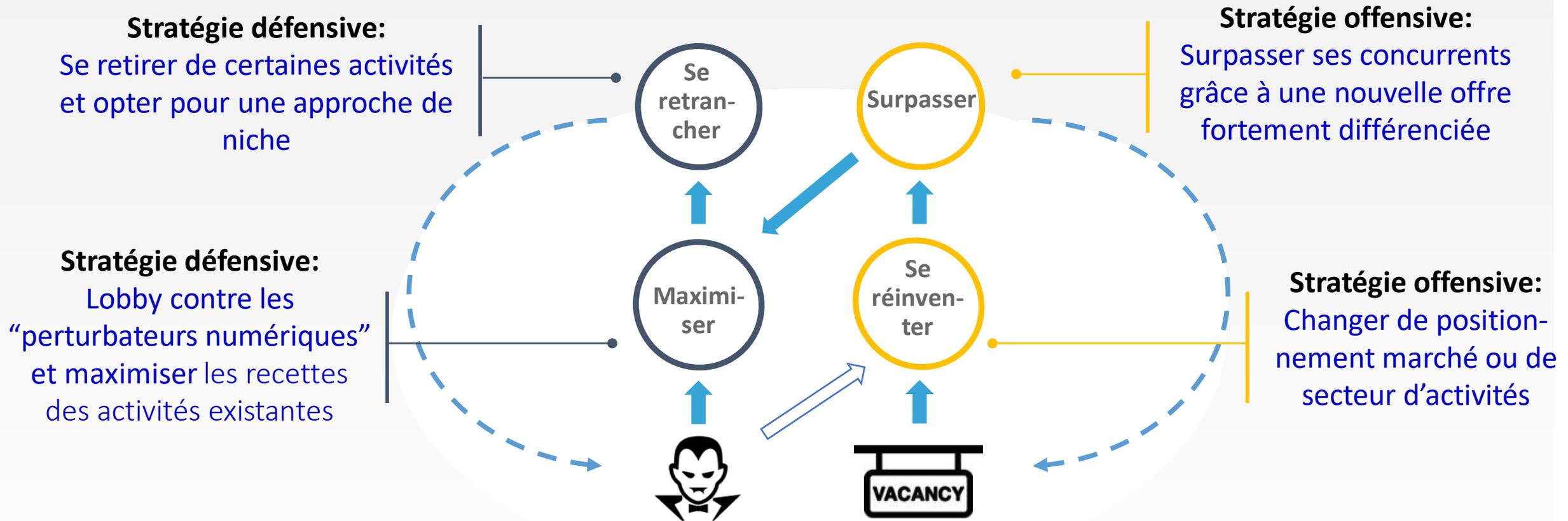








Stratégies face à la Disruption Digitale



Vecteurs de valeur créée à travers le Digital



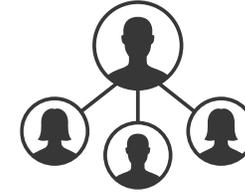
Valeur Coût

Offrir un produit
ou un service à un
coût moindre



Valeur Expérience

Offrir une meilleure
expérience au client
ou à l'utilisateur



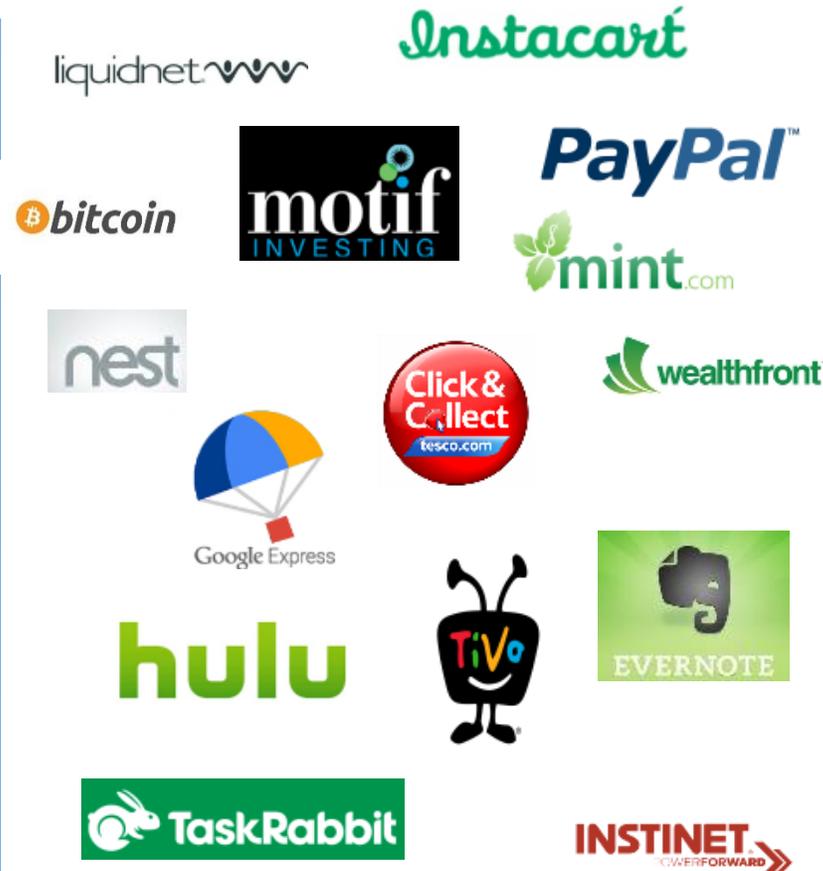
Valeur Plateforme

Offrir une valeur
ajoutée à travers un
effet de réseau

\$ Valeur Coût

🕒 Valeur Expérience

👥 Valeur Plateforme



Exemple de Valeur Combinée: La Voiture Autonome Tesla



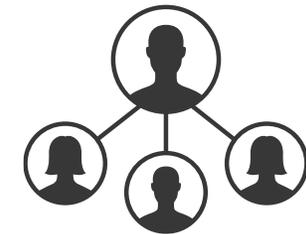
Valeur Coût

Prix réduit pour une voiture de luxe
Coûts d'énergie réduits
Sur-classements gratuits



Valeur Expérience

Voiture autonome (self-driving)
Personnalisation
Vente directe (e-commerce)
Services de Concierge



Valeur Plateforme

Plateforme logicielle (apps)
Conception modulaire
Réseau de Recharge

L'agilité organisationnelle à travers le digital

“Hyperawareness”

La capacité de surveiller et de déceler les changements technologiques et business



Informed Decision-Making

La capacité de prendre les meilleures décisions possibles face à une situation donnée

Fast Execution

La capacité d'exécuter les décisions rapidement et efficacement

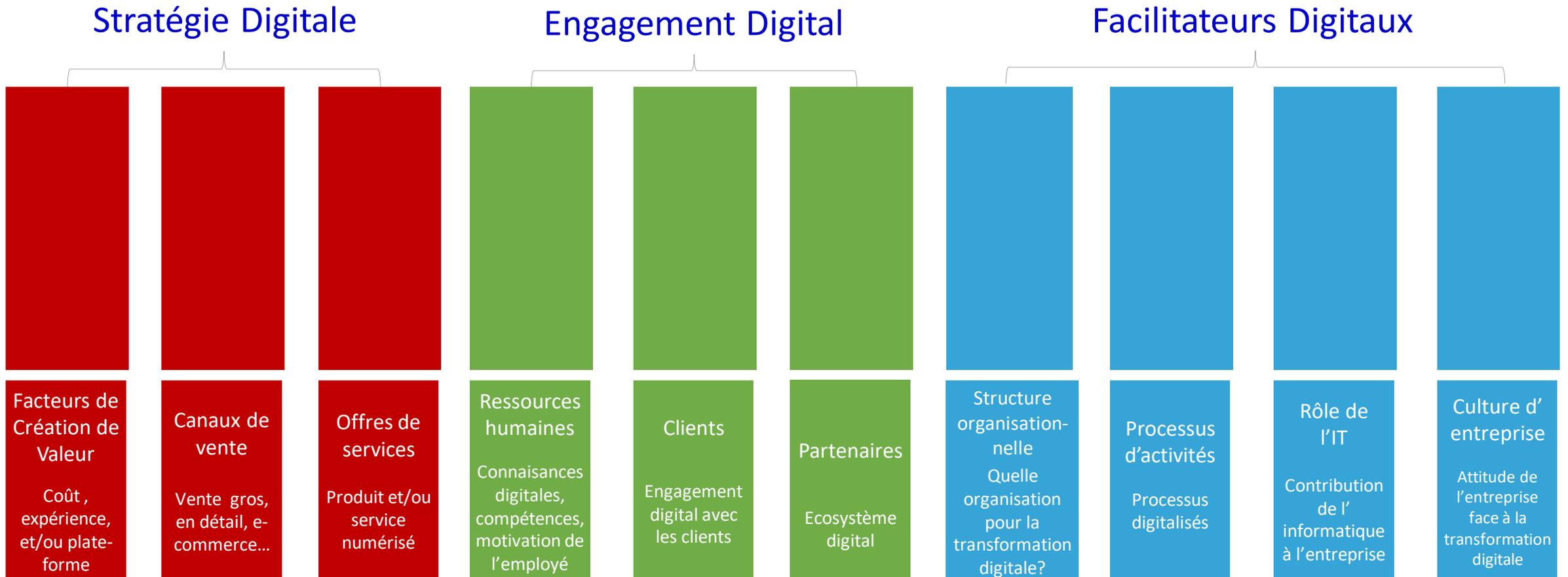
Digital Acceleration Team



LISTENING
ENGAGING
INSPIRING
TRANSFORMING

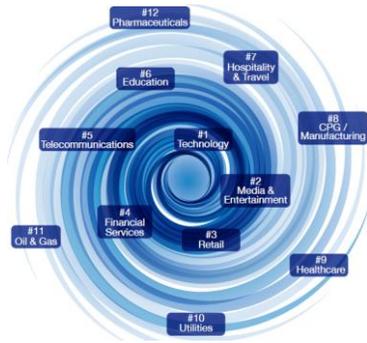


Le “Piano de la Transformation Digitale”



Le Processus de la Transformation Digitale

Evaluer les menaces et les opportunités du digital



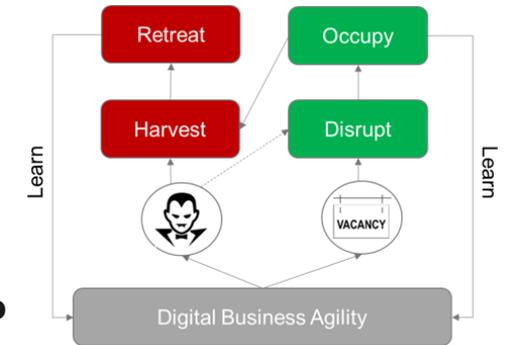
Pourquoi Transformer ?

Choisir comment se différencier en capitalisant sur les valeurs coût, expérience client, et plateforme digitale

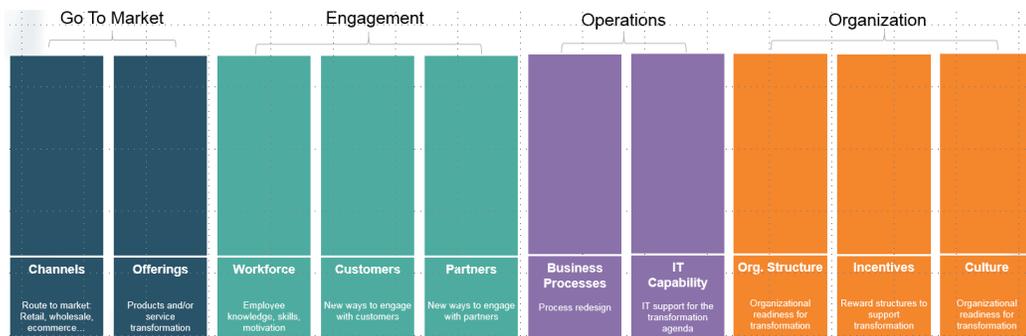


Quoi Transformer ?

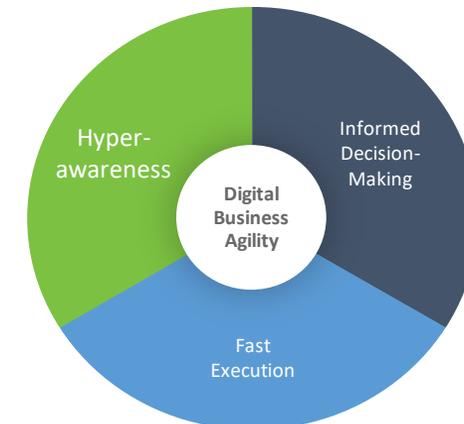
Choisir la stratégie appropriée à la disruption digitale : "Harvest, Retreat, Disrupt, and/or Occupy"



Définir une feuille de route pour réaliser la transformation digitale



Développer l'agilité de l'organisation en termes de veille, de prise de décision et d'exécution



Comment Transformer ?

Quelques vérités pour terminer:



*Netflix n'a pas « tué » Blockbuster ;
les pénalités de retard élevées l'ont fait!*



UBER

*Uber n'a pas bousculé l'industrie des taxis ;
un accès limité et les prix forts l'ont fait!*



*Apple n'a pas « tué » l'industrie du CD ;
l'obligation d'acheter toutes les
chansons d'un album l'ont fait!*



*Amazon ne « tue » pas les détaillants ;
un service client appauvri le fait!*



*Airbnb ne « tue » pas l'hôtellerie ;
des prix élevés et le manque de
disponibilité le font!*

*La technologie en elle-même n'est pas
le facteur principal de disruption ;
Une meilleure proposition de valeur offerte aux
clients est souvent la cause Numéro 1.*

Que faire en rentrant à votre bureau demain matin?

Repensez votre proposition de valeur:

Comment puis-je apporter plus de valeur perçue à mes clients à moindre coûts et moindre prix, plus vite, et mieux que mes concurrents?

Quelques mots de sagesse pour terminer:

“The greatest danger in times of turbulence is not the turbulence. It is to act with yesterday’s logic.”*

Peter Drucker

* « *Le plus grand danger en cas de turbulence ce n’est pas la turbulence en elle-même.
C’est d’agir avec la logique d’hier!* »