

THOMAS SOULIER

LES RESOLUTIONS DE LA TRANSFORMATION DIGITALE

... que tout dirigeant devrait prendre en 2016 !



MOBIX EDITION

Collection : Management Digital

Copyright

© 2016 MOBIX SAS

SAS au capital de 50000 €

Organisme de formation agréé par l'Etat

Tous droits de reproduction réservés

Auteur : Thomas SOULIER

Pour en découvrir plus, connectez-vous sur www.mobix.fr

Contenu

Introduction

Pourquoi initier une réflexion de transformation digitale?

Les fausses solutions ?

Quels sont les fondamentaux ?

Mes résolutions

Résolution 1 : Du digital dans ma stratégie !

Résolution 2 : Fluidification de mes données

Résolution 3 : Des outils Cloud et web

Résolution 4 : Du collaboratif

Résolution 5 : Un projet au long cours

Conclusion

A propos de cet e-book

A propos de MOBIX E-dition

A propos de l'auteur

Introduction

Cet e-book a pour objectif de vous amener à commencer votre transformation digitale **Grâce à cette méthode, vous pourrez appréhender au mieux les grandes actions à mettre en place face.**

Pourquoi initier une réflexion de transformation digitale?

En 2016 aucune entreprise ne peut se passer de revisiter son modèle d'affaires et d'intégrer une réflexion de transformation digitale dans sa stratégie.

Les bouleversements sur de nombreux marchés, à l'instar du transport (Bla Bla Car, Uber) ou du tourisme (AirBnB) montrent que les conséquences de la digitalisation pour des acteurs sur des marchés traditionnels peuvent être radicales.

Les fausses solutions ?

La première fausse solution consiste à me dire : »Mon business se porte bien », et qu'il n'y a pas lieu de changer des fondamentaux qui marchent depuis de nombreuses années.

Une autre fausse solution serait de confier à une stagiaire ou un membre de mon équipe la charge de la réflexion sur la transformation digitale. Le sujet de la transformation digitale est un sujet stratégique que je dois, en tant que dirigeant ou manager de mon entité, prendre en charge personnellement.

En revanche il sera important d'impliquer mes collaborateurs et de prévoir un plan de formation.

Quels sont les fondamentaux ?

La transformation digitale, si elle revêt de nombreux aspects, doit intégrer des fondamentaux tels qu'une vraie stratégie autour des données de l'entreprise, la mise en place d'outils web et Cloud tout en gardant constamment une logique collaborative.

Mes résolutions



Résolution 1 : Du digital dans ma stratégie !

C'est décidé, j'intègre un axe de transformation digitale dans ma stratégie !

Cela veut dire que je vais questionner mon modèle d'affaires, analyser ce que font mes concurrents et fournisseurs en terme de transformation digitale. Je vais inscrire ces pensées dans une nouvelle logique qui sera répercutee dans toutes mes décisions quotidiennes. L'objectif est désormais de réfléchir digital.

Comment pourrais-je faire mieux avec le digital ? Comment font mes concurrents ? Quelles opportunités m'offre le digital ?

Temps requis : Quelques minutes à 30 minutes par jour. Difficilement quantifiable car cela relève plutôt d'un état d'esprit qui doit être désormais actif en permanence.

Difficulté : Minime si vous êtes curieux et convaincu, plus compliqué si ces thèmes sont nouveaux pour vous (Si par exemple, le concept de "Cloud" reste pour vous assez vague). Dans ce deuxième cas il est pertinent de vous faire accompagner.



Résolution 2 : Fluidification de mes données

Je vais fluidifier les données au sein de mon entreprise.

Pour cela en premier lieu je dois lister toutes les données dont dispose l'entreprise par une représentation de type cartographique (**MOBIX dispose de modèles de cartographie de données, nous contacter www.mobix.fr**).

Ainsi je vais définir quelles sont les données déjà présentes dans mon entreprise sous format numérique et celles qui sont sous format papier.

Une fois cette analyse faite, je vais être en mesure de décider les données papier qui peuvent être systématiquement numérisées puis définir comment les valoriser pour mon entreprise.

L'exemple : Pourquoi ai-je toutes ces cartes de visites de prospects et clients stockées dans un porte cartes au lieu d'être numérisées ? En les conservant sur support physique uniquement, je risque de perdre de la donnée, alors qu'une fois numérisées, ces données peuvent être largement valorisées pour mon entreprise.

Par exemple en les intégrant dans un logiciel de Gestion Relation Commerciale sur le Cloud (**MOBIX** distribue la solution ZOHO CRM), ou encore dans une stratégie de communication offensive via des newsletters auprès de mes clients et prospects et pourquoi pas pour envoyer des cartes de vœux papier en utilisant la fonction d'impression d'étiquettes.

Ne jamais oublier : La donnée est le seul actif de votre entreprise qui ne soit pas dans votre bilan ! Et pourtant elle constitue votre fonds de commerce et votre vrai patrimoine.

Temps requis : Il faut prévoir ces actions sur plusieurs mois. En effet, il faut dans un premier temps que mon cerveau corrèle mon activité à mes données (le propos peut sembler trivial, mais vous n'imaginez pas le nombre de dirigeants qui n'ont pas pris conscience de la valeur des données que leurs entreprises détiennent ou ne se sont jamais dit que cette donnée devait être collectée).

Difficulté : Une fois la donnée identifiée, la difficulté viendra de votre capacité à numériser des données, et au temps que cela vous prendra. Si vos données sont déjà numérisées, la difficulté consiste à les rendre exploitable par le nettoyage de base de données et le passage dans un format valorisable (par exemple des centaines de bas d'email qui comportent des coordonnées de clients ou prospects que vous voulez mettre dans un format Excel (CSV, pour être précis) pour l'importer in-fine dans un outil de Gestion de Relation Client (GRC en français / CRM en anglais)).

Je vais définir une vraie stratégie de valorisation de mes données. Je vais mettre en place une stratégie de partage de mes données, en premier lieu avec mes collaborateurs, puis avec les parties prenantes de mon écosystème.



Résolution 3 : Des outils Cloud et web

Je vais déployer plus de solutions sur le Cloud et le web.

En effet, j'ai compris que de nombreuses solutions fiables existent sur le marché pour mes outils métiers mais j'ai également compris l'importance des réseaux sociaux pour le développement de mes affaires.

1- Concernant les outils métiers

Ces outils sont fiables autant au niveau de la sécurisation de mes données (intégrités des données) qu'au niveau de la confidentialité par des stratégies de partage fiables.

Aussi les premiers outils que je vais explorer pour les mettre en route sont les serveurs de fichiers. Il existe de nombreuses solutions sur le marché.

MOBIX en tant que revendeur certifié Google Apps for Works propose Google Drive.

2- Concernant les réseaux sociaux

Avec plus de 60 millions de pages professionnelles actives sur Facebook et la présence de LinkedIn, pour ne citer qu'eux, j'ai compris que les réseaux sociaux étaient de vraies caisses de résonance pour mon business. Aussi je vais faire le nécessaire pour que cette caisse de résonance ... résonne.

Je vais prendre connaissance de l'ouvrage de **MOBIX** : Les réseaux sociaux.

Temps requis : le temps requis pour la mise en place des outils suivants pour des professionnels :

- Stratégie et mise en place de Réseaux sociaux : 2 à 3 jours/homme

- Mise en place et déploiement d'un serveur cloud de fichiers (sur une base de données propre et incluant la formation de 3 utilisateurs référents) : à partir de 2 jours/homme
- Mise en place d'une CRM avec des données propres (voir ci-dessus) : à partir de 5 jours/homme

Si vous le faites vous-même sans expérience préalable, il faudra compter deux à trois fois ce temps.

Difficulté : Si l'entreprise adopte déjà une gestion rigoureuse de ses données et une culture informatique web, ceci ne présente pas de difficulté particulière mais du temps d'apprentissage. Si vous, en tant que dirigeant, ne connaissez pas Dropbox, Facebook ou Skype, il est recommandé de vous faire accompagner par un professionnel.

J'ai pris conscience que les réseaux sociaux sont fondamentaux dans le développement de mes affaires. De plus j'ai compris qu'une solution de CRM (ou gestion de la relation clientèle) est un fort accélérateur pour mon développement commercial. Bien sûr, je choisirai une solution Cloud pour mes solutions métiers.





Résolution 4 : Du collaboratif

Je vais développer mon écosystème avec une logique de parties prenantes.

Ces dernières années, de nombreux bouleversements ont eu lieu au sein de toutes les filières. La chaîne de la valeur au sein des filières, avec l'arrivée du numérique mais aussi de la globalisation de l'économie, s'est réorganisée.

Le concept nouveau de compétition a vu le jour avec des partenariats mis en place avec ceux qui, sur des marchés particuliers, peuvent être des concurrents ou des fournisseurs selon les occasions.

De plus le marché demandant toujours plus d'instantanéité dans l'acquisition d'informations, les acteurs d'une filière doivent désormais s'organiser afin d'apporter à leurs clients ces informations.

Pour cela il est nécessaire de partager la même information qui évolue et s'enrichit à chaque étape des processus. Mais repenser l'information avec mes concurrents, fournisseurs, et collaborateurs est aussi une occasion de penser différemment mon modèle d'affaires (voir plus haut) et ainsi de potentiellement générer plus de valeur.

Une occasion peut être de proposer de nouveaux services attendus par le marché, d'être plus efficace dans l'exécution des processus ou encore d'améliorer toujours plus la satisfaction du client.

Temps requis : Faire un tableau qui définit les droits de chacun (propriété, écriture, lecture seule) prend environ 2 heures. Ensuite il faudra décliner ces droits avec les outils Cloud. On peut compter une journée au total pour une société de moins de 50 personnes (hors déploiement sur terminaux).

Difficulté : Pas de difficulté particulière, il faut du bon sens. Néanmoins ce travail peut mettre en évidence une organisation qui n'est pas gérée par des processus et où l'on s'aperçoit que tout le monde à accès à tout.



Résolution 5 : Un projet au long cours

Je vais repenser ma stratégie et mon modèle d'affaires en intégrant une dimension digitale sur le long terme.

Tous les dirigeants et managers le savent : La stratégie de l'entreprise est le sujet sur lequel ils doivent se concentrer. En effet la valeur ajoutée du dirigeant se situe à ce niveau et personne d'autre dans l'entreprise ne peut décider à sa place de la stratégie. L'objectif d'une stratégie est de croître de façon pérenne tout en développant les avantages concurrentiels de la société.

Mais la stratégie est une activité qui doit se dérouler sur la durée. La tendance actuelle dans un monde où l'agilité devient la règle, est de définir des mini-plans et de tester pour s'adapter en fonction des différents scénari envisagés. Pour autant votre stratégie digitale doit être pensée sur le long terme. Comme vu dans la première partie celle-ci doit être désormais au centre de votre réflexion.

Temps requis : Il faut compter une journée par trimestre pour définir le plan de route.

Difficulté : Votre principale difficulté sera d'appréhender une méthodologie qui vous permet d'être efficace (il y a des ouvrages sur le marché pour cela) mais aussi de « sortir la tête du guidon » en prenant trimestriellement rendez-vous avec vous-même et éventuellement une aide extérieure. Cette aide extérieure vous donnera la motivation de tenir l'échéance.

Conclusion

Bien sûr, il peut paraître arbitraire de définir 5 résolutions plutôt que 3 ou 10.

Mais l'important n'est pas là. Votre priorité en tant que dirigeant est de comprendre et d'accepter un changement structurel nécessaire afin d'adopter une vue holistique de votre environnement. Il convient de s'adapter à l'évolution des méthodes de travail, et d'appréhender ses affaires différemment.

En 2016, intégrer une réflexion digitale dans sa stratégie globale est incontournable. Mettre en place une stratégie de transformation digitale est de facto un avantage concurrentiel car peu d'entreprises ont déjà passé ce cap.

Pour aller plus loin, nous vous invitons à consulter nos autres articles et ouvrages sur la transformation digitale et si besoin, à nous contacter.

MOBIX se tient à votre disposition pour accompagner votre changement vers l'ère du digital !

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux :



A propos de cet e-book

Cet e-book se veut ludique avec comme objectif d'amener les dirigeants d'entreprise à se questionner sur la transformation digitale de leur entreprise.

Il n'est bien évidemment pas exhaustif, ni le vade-mecum pour tous les dirigeants qui le liront.

Suffisamment court pour donner une idée des enjeux et permettre le démarrage de la réflexion, cet e-book est un prélude à une réflexion plus profonde. Des travaux complémentaires seront nécessaires pour les dirigeants qui souhaiteraient aller plus loin.

Mais l'important est de viser la destination et de se préparer au voyage.

A propos de MOBIX E-dition

MOBIX édite une collection d'e-books, livres blancs et notes de synthèse pour les dirigeants et managers.

Centrées autour de la transition digitale (ou transition numérique), ces publications accompagnent la démarche de nos clients et partenaires dans le but d'une amélioration globale de leurs performances grâce au numérique.

Ces titres sont publiés sur **Amazon Kindle**. Vous pouvez les commander soit en format e-book soit en format papier. Suivez nos actualités !

A propos de l'auteur



Thomas Soulier

De formation Toulouse Business School doublée d'un Master Sup Aéro et titulaire de l'Executive MBA HEC-CPA de Stratégie et Finances, Thomas SOULIER a acquis des expériences variées dans des grands Groupes (Siemens, Thalès, Continental) mais aussi en start-up (Easy-flying, Ukibi) avec des fonctions de Chef de Projet, d'Ingénieur d'Affaires, Responsable de Business Unit ou comme Directeur Commercial. En France et comme l'étranger (Melbourne, Londres, Madrid), sa carrière compte de nombreux projets liés au numérique et au digital.

Fort de ses expériences, il fonde **MOBIX** en 2010, société spécialisée dans l'accompagnement opérationnel des entreprises par la performance digitale.