

Chief Digital Officer



Les clés du métiers

L. BRUYERIE



I-training & services

Ce cours est la propriété d'I-training & Services
Il est déposé à l'INPI



Mais que sera le futur ?

Le présent est indéfini, le futur n'a de réalité qu'en tant qu'espoir présent, le passé n'a de réalité qu'en tant que souvenir présent.

Jorge Luis Borges

Objectifs du séminaire

La transformation inévitable de l'entreprise vers le numérique fait émerger une nouvelle fonction, celle de Chief Digital Officer. Sa mission : celle d'un chef d'orchestre qui doit organiser le basculement dans un nouveau monde, où les règles du jeu ne sont plus les mêmes.

L'objectif de ce séminaire est donc de :

1. Comprendre les impacts du monde numérique sur les Business Models et les métiers des entreprises.
2. Caractériser les comportements, compétences et outils nécessaires au développement d'une stratégie digitale
3. Appréhender le rôle du Chief Digital Officer dans la transformation numérique des entreprises
4. Repérer les compétences requises pour exercer cette fonction

PLAN DÉTAILLÉ

Préambule : Une révolution industrielle et sociale ?

1. Il y a t-il une rupture dans le continuum d'évolution du monde ?
2. Qu'en pensent les philosophes ?
3. Des CDO face aux nouveaux enjeux !

I. L'évolution sociale dans un monde en profonde mutation

A. L'infrastructure de ce nouveau monde : caractéristiques techniques et perspectives

1. Les fondations
2. L'éclosion
3. L'expansion
4. Les technologies et leurs maturités

B. Les acteurs et leurs rapports de force

1. Une modélisation du territoire concurrentiel
2. Les GAFAM et leur puissance hégémonique
3. Les états et la régulation
4. Les hommes et les usages
5. Les entreprises

C. Étude anthropologique des digital natives : leurs attitudes et comportements

D. L'entreprise numérique : sa définition, son architecture et ses risques

1. Une définition de l'entreprise numérique
2. L'architecture de l'entreprise numérique
3. Le monde numérique et des risques nouveaux

II. Le point sur la transformation numérique des entreprises

A. Observatoire : Analyse de multiples exemples

1. Photos
2. Edition
3. Distribution
4. Assurances
5. Transports

B. Etre ou ne pas être

1. La faillite de Kodak
2. La métamorphose de Legrand

C. Une typologie des technos disruptives

D. Les drivers sociotechniques de l'économie numérique

1. Une taxonomie des drivers
2. L'analyse du pouvoir disruptif des drivers
3. Quelques exemples

E. Invitation à l'analyse prospective

1. La prospective - Définition
2. Bâtir des scénarios

III. - La réorganisation des Business Models des entreprises

A. 7 milliards de consommateurs : « Chaque être humain est un client potentiel »

1. L'écosystème, Le terrain du jeu concurrentiel
2. L'élaboration d'une stratégie
3. L'élaboration de l'offre
4. L'élaboration d'un business plan

B. Le client, son ubiquité, ses multiples points de contact dans l'entreprise

C. L'évolution des exigences des clients : la valeur et la création de valeur

1. La création de valeur
2. Intégrer les enjeux sociétaux

D. Une orientation client renouvelée

1. Le parcours client
2. Le tunnel de conversion
3. De nouvelles formes de vente
4. L'expérience Client
5. Customer Advocacy

IV. Les nouvelles organisations et les nouveaux métiers

A. L'impact des évolutions sur la chaîne de valeur

1. La transformation de la chaîne de valeur,
2. Exemple : Industrie 4.0

B. Le B to C et les processus de gestion et d'acquisition des clients

C. Le B to E et la culture numérique de l'entreprise

1. Le management
2. L'organisation à l'ère digitale

D. L'architecture et les projets de l'entreprise à l'ère digitale

1. L'architecture
2. L'agilité et la gestion des projets

E. De nouveaux métiers, de nouvelles compétences

1. De nouveaux métiers
2. Des métiers devenus cruciaux
3. Une compétence collective fondamentale

V. -CDO : une nouvelle fonction pour impulser l'entrée dans ce nouveau monde

1. Sa mission

2. Sa posture et son profil

3. Un plan d'actions

