

L'esprit de conquête est fondamental dans l'ambiance d'une entreprise. Xavier FONTANET		
Xavier FONTANET	COURS DE STRATEGIE	version : 1 date : 11/2019 page : 1 / 1 auteur : gg
BFM TV	Aborder la transformation digitale avec philosophie	Cours 66

Par Luc de Brabandere, senior advisor au BCG (Boston Consulting Group) philosophe d'entreprise

(1 mn) La philosophie d'entreprise

Dans une entreprise, il y a une partie avec des chiffres : comptabilité, stocks, process...

Il y a une autre partie où il n'y a pas de chiffre : ambiance, image de marque, éthique, proximité du client, créativité : des sujets extrêmement importants où il n'y a pas de chiffre, et qu'on ne sait pas gérer.

La philosophie permet d'être rigoureux quand il n'y a pas de chiffre.

(2 mn) La transformation

Toute technique nouvelle est une secousse.

Si on ne change pas sa manière de voir les choses, le progrès technologique risque d'être décevant.

L'enseignement assisté par ordinateur c'est : une nouvelle technique et une autre manière d'enseigner.

Filmer un professeur traditionnel, ce n'est pas de l'enseignement assisté par ordinateur.

Prendre le présent et rajouter la technologie, ça ne marche pas : il faut réinventer les choses.

Il y a un double changement : un changement technologique, et un changement de regard.

(4 mn) Exemple : le guide MICHELIN

1900 Un guide de garage qu'on offre aux chauffeurs pour leur faciliter la vie.

Puis Un guide de restaurant, où on va indiquer quel est le garage : c'est une inversion mentale par rapport au même objet, qui a amené à l'idée des étoiles pour les restaurants.

Un jour, il y a eu un choc mental : on a arrêté de voir un guide de garage, pour voir un guide de restaurant.

On ne peut pas éternellement améliorer les choses si on garde le même modèle mental.

Aujourd'hui, MICHELIN sort des guides pour les pèlerins de Compostelle, qui vont à pied. Le zigzag, c'est montrer que l'innovation ne peut pas éternellement se passer s'il n'y a pas un changement de regard.

La créativité, ce n'est pas changer les choses, c'est changer la manière de les voir

L'innovation, c'est faire mieux, plus vite, moins cher, plus joli, la même chose.

La créativité, c'est penser à autre chose.

Google a été créé pour devenir le meilleur moteur de recherche. Puis ils ont vu les choses autrement :

Ils ont décidé que Google rendrait toute l'information disponible pour tout le monde.

Aujourd'hui, chez Google, plus personne ne parle du moteur de recherche.

(8mn) Une équipe innove, un individu créé.

Aucun individu ne peut innover dans une entreprise : il faut une équipe, des projets, des moyens.

Par contre, une entreprise ne pense pas. La créativité est un attribut de l'être humain.

Seul un homme ou une femme peuvent créer.

(9 mn) Une entreprise qui vend des bouteilles d'eau minérale...

Imaginons une entreprise qui vend de l'eau minérale : elle vend de l'eau...

Imaginons à côté de la bouteille d'eau, une autre bouteille qui contient toute l'information à propos de la bouteille d'eau : qui la boit, qui sont les concurrents, combien elle est payée, où est le camion, etc...

Cette bouteille virtuelle vaut plus d'argent que la première.

Cette entreprise est une entreprise du Big Data qui est active dans le domaine de l'eau !

Les entreprises historiques sont devenues des entreprises du Big Data actives dans leur domaine.

C'est un choc énorme !

(10 mn) La révolution du pétrole

Le pétrole a été découvert vers 1850. Pendant 30 ans, on n'a fait que le brûler, comme on a fait pour le charbon qui était la technologie précédente. Vers 1890, on s'est rendu compte qu'on pouvait faire de la pétrochimie et des moteurs à explosion. Là, fut la révolution du pétrole : quand on a pensé autrement.

Le danger, c'est de «Brûler le Big Data». Ceux qui ont de nouvelles idées vont gagner.

A lire : Petite philosophie de la transformation digitale. Luc de Brabandere. Edition MANITOBA

Pour écouter ce cours aller sur le site <https://strathena.fr/>

Ou <https://bfmbusiness.bfmtv.com/> Replay

BFM Stratégie