



LES SCÉNARIOS, LA RÉFLEXION EXPONENTIELLE ET UNE IDENTITÉ DE L'ORGANISATION SONT AUTANT DE PHARES DANS LA MER IMPRÉVISIBLE DES POSSIBILITÉS D'AVENIR

Ce qui nous attend demain, personne ne peut plus le dire avec certitude à notre époque disruptive. L'avenir est trouble et chaque entreprise doit apprendre à gérer cette donnée. Notre masterclass concernant la transformation numérique 4.0 du « futureproof business modelling » visait à faire apparaître quelques phares à l'horizon afin que les participants puissent orienter clairement leurs activités dans ce monde en pleine évolution.

Avec nos masterclasses, nous regroupons la théorie et la pratique, et nous créons des outils pragmatiques afin de mettre et garder en mouvement les organisations de manière proactive. Nous avons réuni cette fois Joachim De Vos, An Cosaert et Fons Van Dyck à Living Tomorrow, où l'on a approfondi la manière dont la technologie va changer nos modes de vie et de travail à l'avenir. Chacun a fourni dans le cadre de son propre domaine d'expertise une vision limpide des manières efficaces de faire entrer le futur dans une entreprise.

1. Prévoyez et inventez, anticipez et gagnez

En tant qu'hôte, Joachim De Vos (CEO Living Tomorrow) a zoomé sur le développement d'un modèle commercial future fit. L'avenir est incertain en raison de la vitesse effrénée à laquelle se succèdent les changements ; il est difficile de faire des prédictions et celles-ci n'offrent en outre aucune garantie de clarté. De Vos lance pourtant le défi de concrétiser l'avenir, même si l'on ne sait jamais avec certitude si la réflexion prend la bonne direction.

Il existe différentes méthodologies à cette fin, comme les prévisions et la modélisation, mais il plaide pour le « scenario thinking », inspiré par Herman Kahn, l'un des fondateurs de cette méthodologie (une lecture conseillée !). Concrètement, De Vos recommande aux entreprises de développer et analyser des scénarios disparates : du pire des cas au meilleur des cas.

Les matières à réflexion suivantes vous mettront d'ores et déjà sur la voie :

- À quoi pouvons-nous nous attendre à l'avenir ? Utilisez des faits & votre fantaisie. Prévoyez et inventez.
- Que pouvons-nous faire pour anticiper, pour chaque scénario séparément ?
- Qu'allons-nous faire ; quelles sont nos options stratégiques ?
- Comment allons-nous le faire ; quelles actions allons-nous y associer ?

Il n'est pas évident d'établir et d'utiliser de bons scénarios, mais ils vous aident à vous poser les bonnes questions et vous préparent à l'imprévu. Ce n'est qu'ainsi que vous pourrez gagner !

2. Puissance exponentielle

Notre deuxième experte, le professeur en innovation An Cosaert, a également appelé à appréhender l'avenir dans un esprit d'ouverture. Les gens développent en effet toujours une pensée linéaire, mais le monde change exponentiellement. Le danger à cet égard est que nous avons souvent l'impression que quelque chose va très lentement, jusqu'à un certain point critique, où les choses s'emballent subitement. Dans un tel environnement, votre organisation a tout intérêt à être particulièrement flexible. Cosaert conseille d'œuvrer à l'« exponential readiness » de votre organisation dans 5 domaines au moins.

- Management : formulez un objectif de transformation massive, un but ambitieux qui comporte un grand défi et donne une direction.
- Personnel : faites évoluer les compétences nécessaires car, en 2020, vous aurez surtout besoin de personnes qui sont en mesure de gérer des problèmes complexes, qui peuvent développer une réflexion critique et qui débordent de créativité (source : Future of Jobs Report, World Economic Forum).
- Opérationnel : les données deviennent l'essence même permettant de piloter efficacement et intelligemment tous vos processus.
- Processus d'innovation & de changement : anticipez, sachez ce qui vous attend et formulez une réponse propre à votre entreprise.
- Client & communauté : accordez toujours la place centrale à votre client.

3. Gardez un œil stable dans l'ouragan

Fons Van Dyck, head of think BBDO et auteur de « L'entreprise immortelle », a plaidé à son tour pour un havre de stabilité dans ce monde agité. Il reconnaît l'importance de la flexibilité mais l'immortalité d'une entreprise réside justement dans une base solide à laquelle on peut toujours se raccrocher. « Build a business strategy around the things that are stable in time », dit aussi Jeff Bezos (CEO Amazon). La culture avec la stratégie, les valeurs et le leadership inhérents d'une entreprise forment l'identité, tel un port dans la tempête.

Dans le paradigme AGIL, Van Dyck résume les quatre fonctions qui caractérisent une entreprise immortelle. Les deux premières lettres concernent votre force de changement et les deux dernières la stabilité. Garder le tout en équilibre relève d'un exercice continu.

- A – adaptation
- G – poursuite des buts communs
- I – intégration
- L – maintien des valeurs communes.

Et alors ? Que vous réserve l'avenir à court terme ?

Nous avons le plaisir de vous inviter à notre prochaine masterclass concernant la transformation numérique 4.0. En novembre, nous nous pencherons sur l'attitude digitale à adopter pour mettre votre entreprise dans un digital flow. Nous rendrons également visite à notre centre d'innovation à Paris où vous pourrez effectuer vous-même des tests en matière de chatbot, d'AR/VR et de Computer Vision. Nous nous mettrons ensuite à l'œuvre dans des workshops afin que vous rentriez à la maison avec des actions concrètes.

[Découvrez le programme ici](#)