

BERTRAND JOUVENOT

DOPEZ VOTRE
STRATÉGIE
DIGITALE

72 fiches pratiques

INTRODUCTION

Mise en bouche

Cette recette digitale est extraite du livre *Dopez votre stratégie digitale* de Bertrand Jouvenot.

Un livre comprenant près d'une centaine de recettes digitales, destinées à vous aider à tout savoir préparer, de l'entrée au dessert, depuis la digitalisation de l'entreprise, la stratégie, le management, jusqu'à l'innovation et le produit, en passant par le marketing et à la mesure....

Découvrez ici, l'une des recettes revisitée par nous, rien que pour vous.
#DVSD

Bonne dégustation !

Bertrand Jouvenot

Le cycle du Hype

Présentation

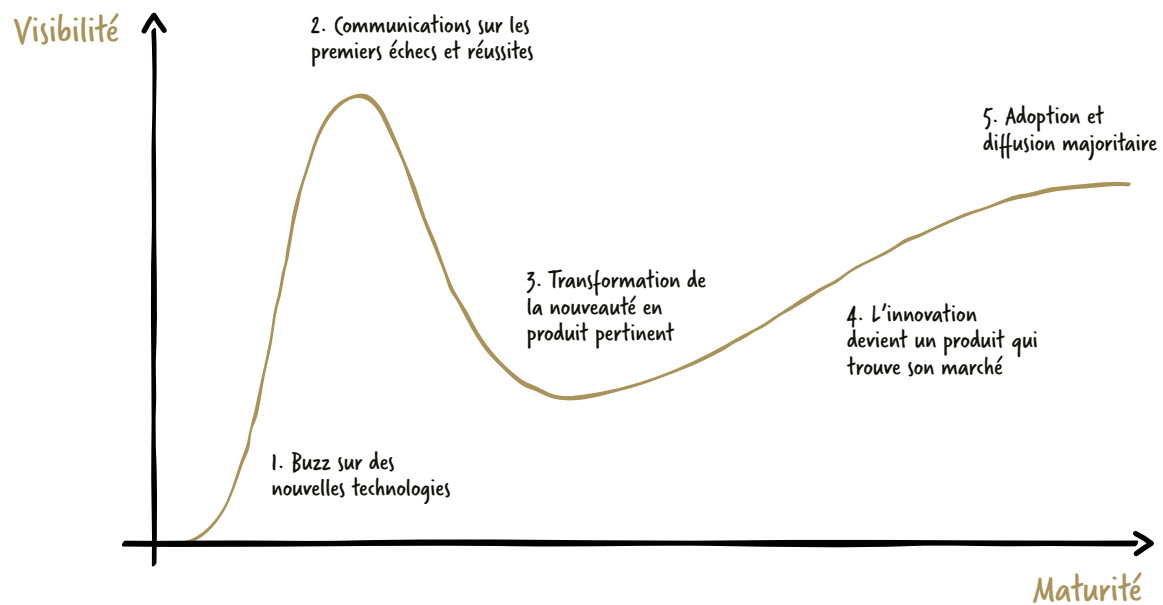


TEMPS • plusieurs années
NOMBRE DE PERSONNES • 20 et +
DIFFICULTÉ • ★ ★ ★

Le cycle du *Hype*, parfois appelé la courbe *Hype*, est une figure qui positionne les technologies selon cinq phases clés qui illustrent les étapes de leur maturité. Cette courbe offre une lecture macro des technologies émergentes à la disposition des entreprises à un moment donné. Pour les sociétés purement numériques, et notamment les start-up, ce cycle sert à repérer où se situe la technologie développée par l'entreprise.

POUR ACCOMPAGNER

Cette fiche pourra être combinée avec le Digital Radar.



ÉVALUER LA MATURITÉ D'UNE NOUVELLE TECHNOLOGIE

Source : Gartner Group



Par-delà les effets de mode, très puissants dans le numérique, le cycle du Hype permet à une entreprise de se positionner sur une technologie en fonction de son niveau de maturité.

Attention

- ◆ Gardez à l'esprit que le cycle du Hype relève davantage de la communication engendrée au sujet d'une nouvelle technologie que de la technologie elle-même.

Au sommaire

◇ Objectif

La transformation digitale a longtemps été abordée comme un empilement de technologies : plus une entreprise avait mis en place des technologies dites numériques et plus son niveau de « digitalisation » était considéré comme élevé. *Gartner Group* a été un des premiers à proposer une analyse en termes de maturité des technologies, poussant les entreprises à s'appuyer sur les plus pérennes.

◇ Contexte

Le *Gartner Group* analyse chaque année les technologies et les positionne sur la courbe des innovations *Hype*, grâce à laquelle les entreprises s'assurent de leur maturité et de leur pertinence au regard de leurs besoins internes.

Préparation et mise en œuvre

◇ Étapes

Le cycle du *Hype* propose cinq phases d'adoption d'une technologie :

- 1 Le lancement de la technologie prometteuse qui arrive généralement sur le marché avec des prototypes non stabilisés.
- 2 Le pic des espérances exagérées : la communication sur les premiers échecs et réussites, l'emballage médiatique de nombreuses start-up qui émergent autour de la technologie.

- 3 Le gouffre des désillusions : les produits ne répondent finalement pas aux attentes exagérées et les difficultés à trouver un modèle économique des acteurs référents engendrent une médiatisation négative.

- 4 La pente de l'illumination : des entreprises persistent et proposent une deuxième génération de produits, de meilleure qualité. Dès lors, un marché se constitue et se développe.

- 5 Le plateau de productivité : la technologie est stabilisée et permet le développement de nouveaux produits qui s'insèrent dans un marché plus ou moins étendu.

◇ Méthodologie et conseils

Cette courbe classe les technologies sur le marché en fonction de leur maturité, afin de différencier celles qui sont en phase d'explosion (les trois premières étapes) et celles qui sont opérationnelles sur le marché (les deux dernières étapes). La troisième étape (*Trough of Disillusionment*) est clé puisqu'elle coïncide avec le passage de l'innovation à l'invention. Le produit devient une solution réelle et rentre ainsi dans les usages des utilisateurs.

OBSERVATIONS

Cette courbe délibérément très macro permet de prendre du recul sur certaines technologies qui sont parfois présentées de manière trop optimiste.

Elle montre qu'il y a une notion clé de maturité et qu'il est important pour une entreprise de savoir à quel moment parier sur une technologie en fonction de cette maturité.

Le modèle opérationnel des technologies digitales



TEMPS • plusieurs mois
NOMBRE DE PERSONNES • 20 et +
DIFFICULTÉ • ★

Présentation

La révolution digitale a placé l'IT encore plus près du centre de gravité de l'entreprise.

Les nouveaux besoins ne se comptent plus : rapidité, sécurité, personnalisation, transparence, expérience utilisateur, gestion omni-canal, modularité, *cloud*, gestion des données, SaaS⁸, *analytics*, agilité...

Afin d'aider les entreprises à amorcer une véritable relance de leur informatique, Bain propose un modèle précisant les attributs et les caractéristiques de la nouvelle version, articulé autour de trois « A » :

- Aligned priorities (alignement des priorités) ;
- Agile IT operating model (modèle opérationnel agile) ;
- Affordable journey (scénario économiquement raisonnable).



POUR ACCOMPAGNER

Cette fiche pourra être combinée avec le Digital Radar.

⁸ Le mode SaaS (*Software as a Service*) est un concept relativement récent grâce auquel une entreprise s'abonne à un logiciel afin de l'utiliser à distance, au lieu de l'acquérir sous forme de licences et de devoir l'installer sur les ordinateurs de son personnel.

Ça vous à plus ?

Pour vous régaler encore, avec près d'une centaine d'autres recettes digitales, passez la commande

[Commander ici](#)

www.jouvenot.com

CONCEPTION GRAPHIQUE, ICONOGRAPHIE & MISE EN PAGES

nun [design & arts graphiques]

WWW.NUNDESIGN.FR

 [NUN.ARTPHOTOGRAPHIQUES](#)

 [NUN.DESIGNGRAPHIQUE](#)