

Prospective et data

Décider, choisir et entreprendre

Poser par anticipation des actes préparant  
le mieux possible un avenir voulu



Manager dans la complexité (D. Genelot)

Innovation, entrepreneuriat, surprises stratégiques et ruptures :  
l'incertitude nous rend libres (P. Silberzahn)

Datanomics (S. Chignard et L.-D. Benyayer)

Campagne Infolab Organisation : mettre en capacité votre  
organisation sur les nouveaux usages et nouvelles pratiques  
des données (FING)



Le concept de stratégie à travers l'histoire



**1945-60** Reconstruire et produire



Planification à long terme

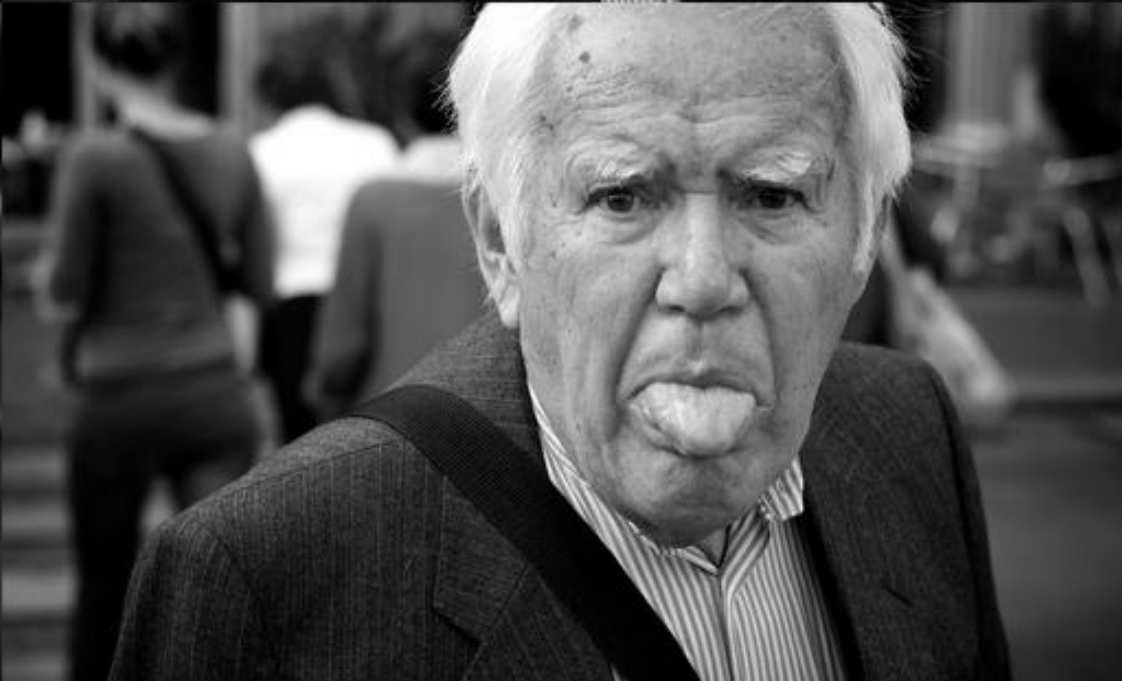




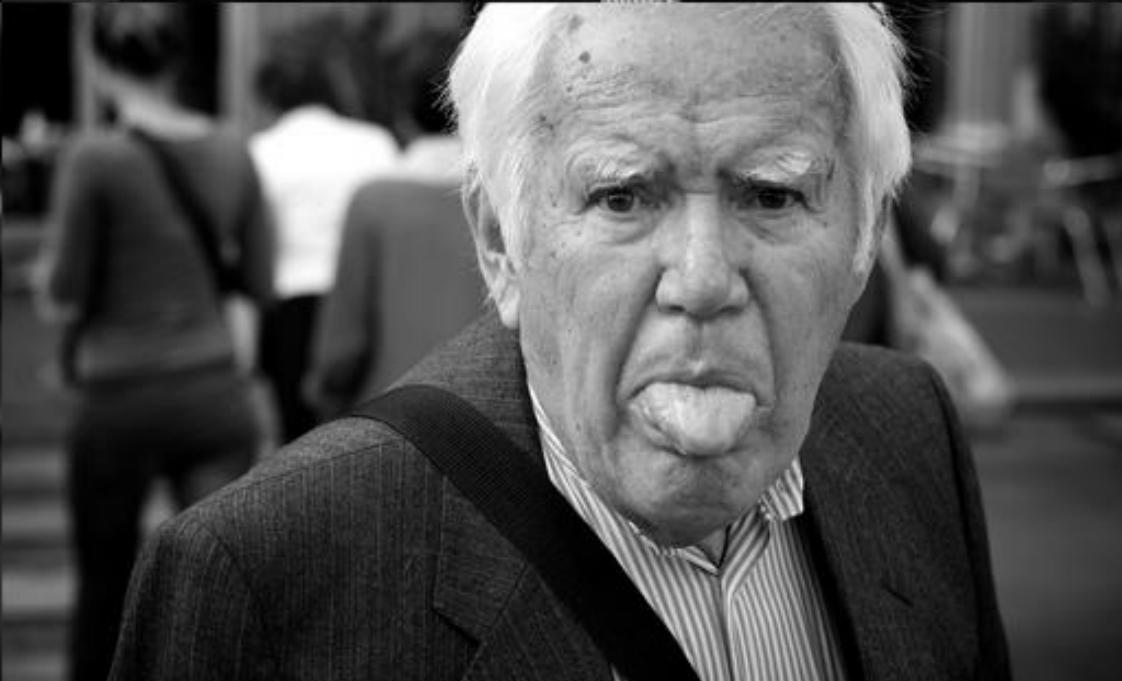
**1960-80** Distribuer et développer ses parts de marché



Marketing stratégique



**1980-90** Intégrer la complexité et l'incertitude



Management stratégique



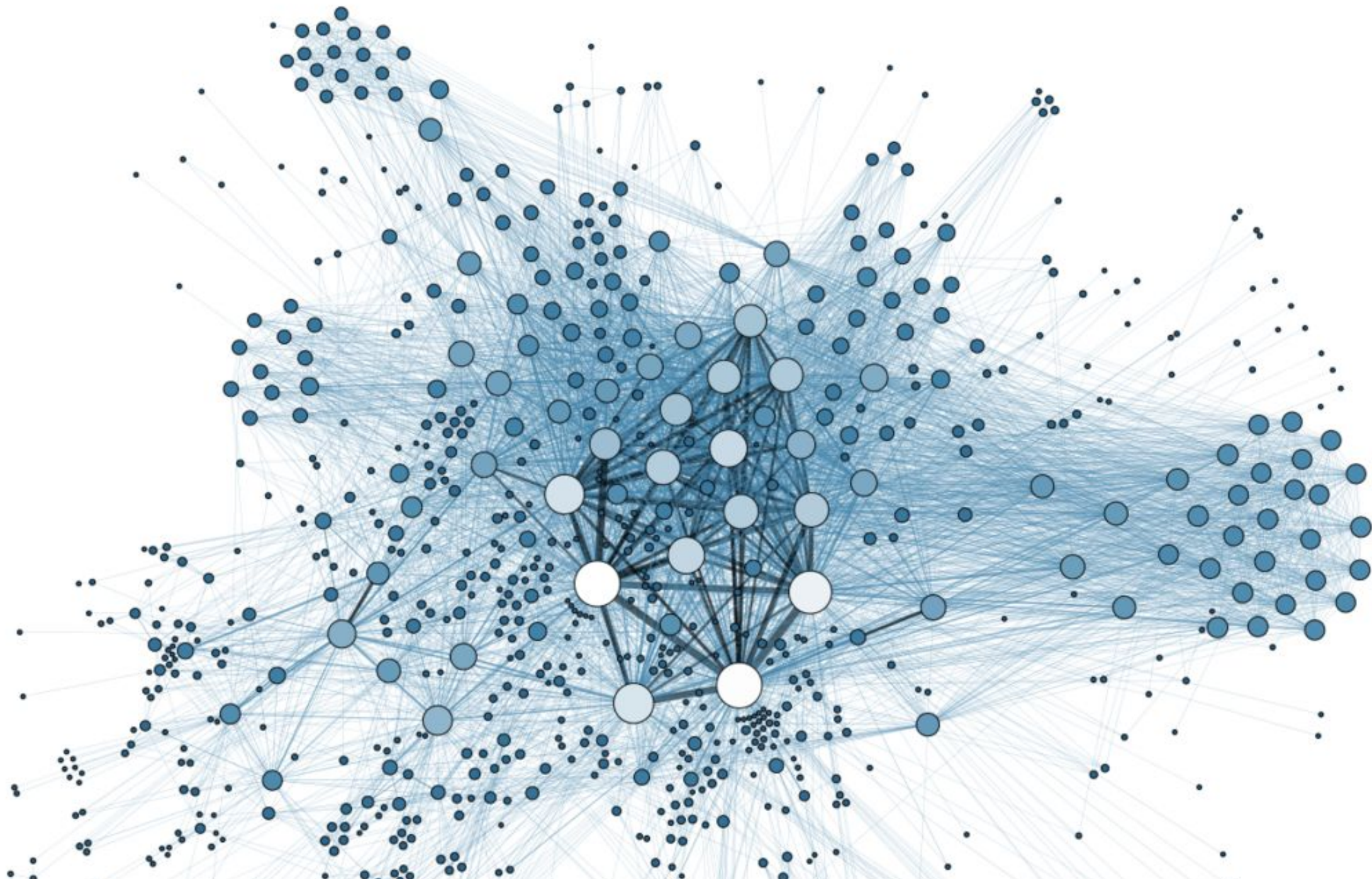
**1990-2000** Affronter l'incertain



Réactivité stratégique



**2000-** Inventer des produits et services complexes



Entreprise élargie



Prospective





Concepts

Éclairer l'action présente

Analyser en profondeur

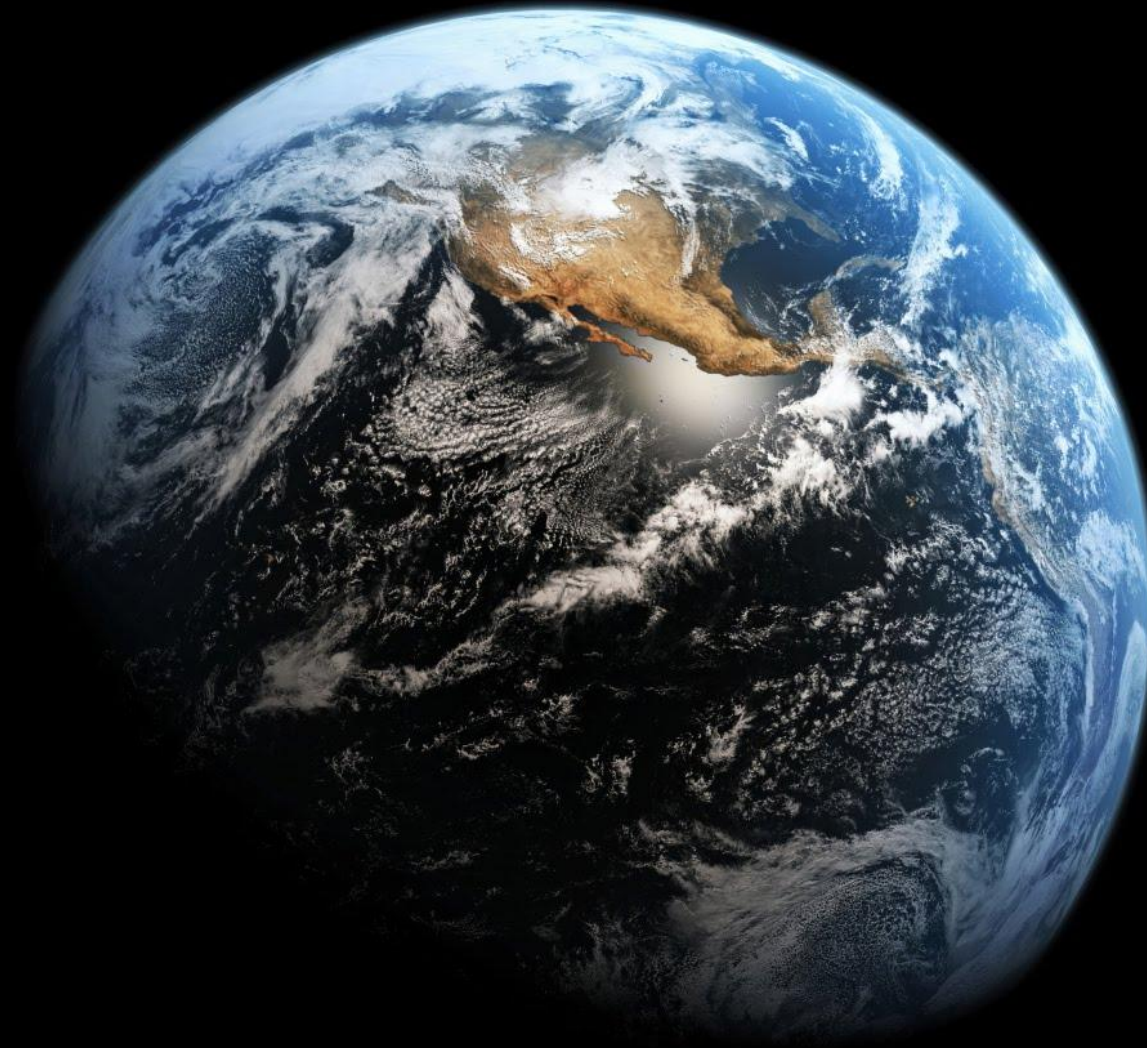
Complexité

Expérimenter dans l'incertitude



Manier des outils d'appréhension de la complexité





Dialoguer avec des grands témoins

Data



La data, c'est comme...



Pétrole



Or



Diamant











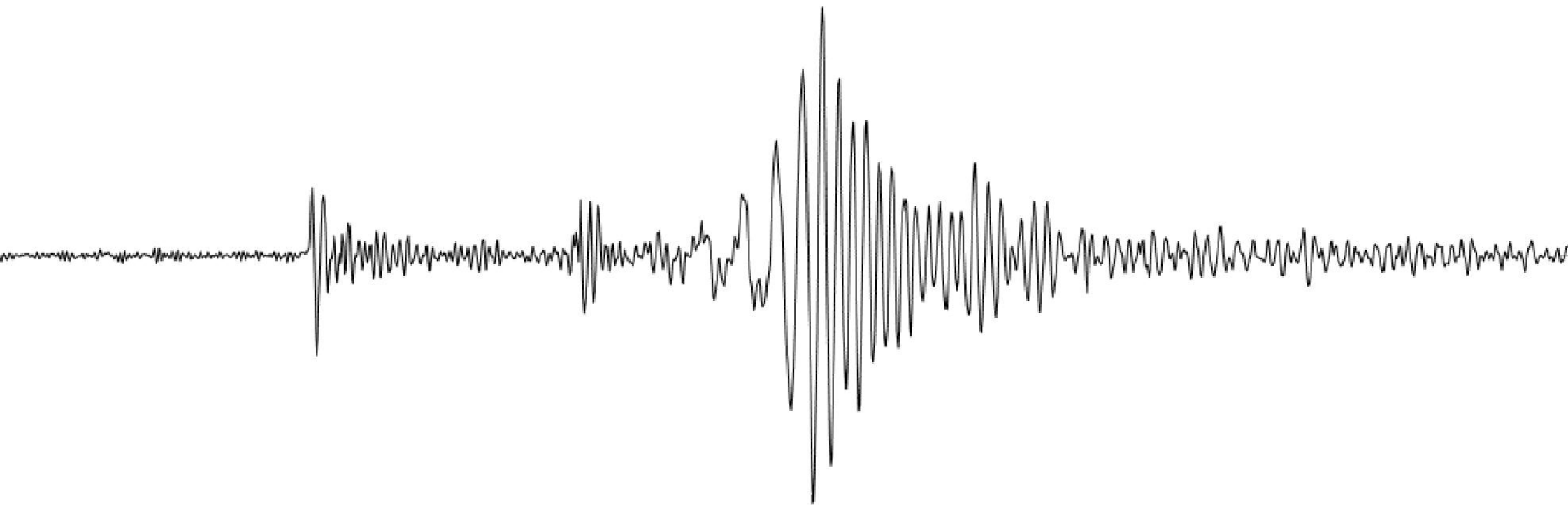
La surprise stratégique



Une organisation cloisonnée



Des biais individuels et collectifs



Une difficile traduction de la donnée en information



Un corps homogène d'analystes

$$\frac{\partial}{\partial a} \ln f_{a, \sigma^2}(\xi_1) = \frac{(\xi_1 - a)}{\sigma^2} f_{a, \sigma^2}(\xi_1)$$

$$\int_{\mathbb{R}_n} T(x) \cdot \frac{\partial}{\partial \theta} f(x, \theta) dx = M \left( T(\xi) \cdot \frac{\partial}{\partial \theta} \ln L(\xi, \theta) \right)$$

$$\int_{\mathbb{R}_n} T(x) \cdot \left( \frac{\partial}{\partial \theta} \ln L(x, \theta) \right) \cdot f(x, \theta) dx = \int_{\mathbb{R}_n} T(x) \cdot \left( \frac{\frac{\partial}{\partial \theta} f(x, \theta)}{f(x, \theta)} \right) \cdot f(x, \theta) dx$$

Une approche exclusivement analytique



Un apparent paradoxe ?



De situations compliquées...



À un environnement complexe...



De la planification à long terme...



À l'action dans l'incertitude.



De la planification à long terme...



À la connaissance objective du temps court.

US8615473 B2



**amazon**

The Amazon logo consists of the word "amazon" in a bold, lowercase, sans-serif font. Below the word is a curved orange arrow that starts under the letter 'a' and points to the right, ending under the letter 'n'. The arrow is thick and has a slight shadow effect.

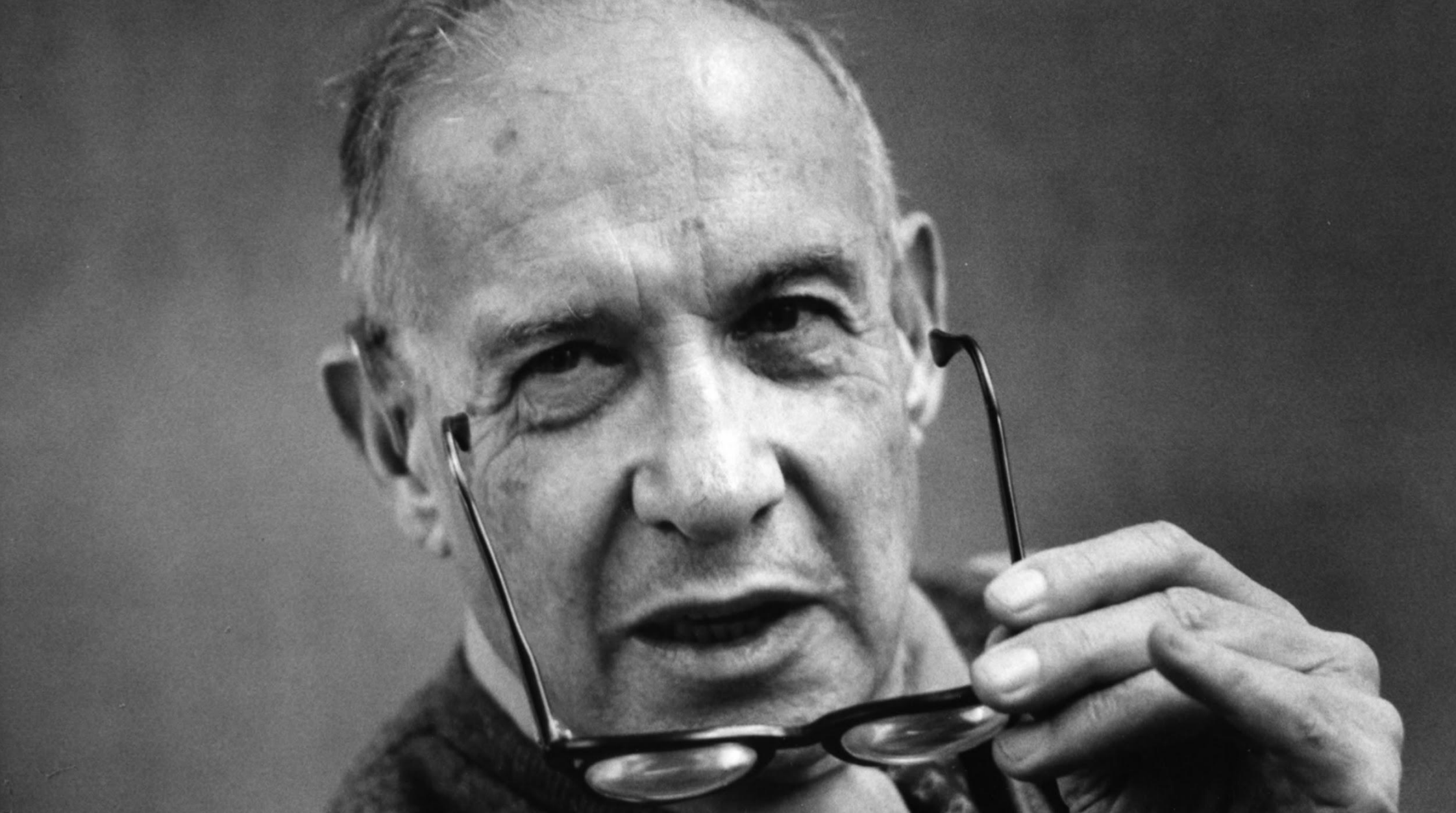
Ou une salutare complémentarité ?

La prospective permet de voir loin, large et autrement :

Elle pose des questions

La data permet de mesurer, visualiser et analyser des processus, des phénomènes et des tendances :

Elle apporte des réponses



“Les dirigeants qui prennent des décisions efficaces savent que l’on ne commence pas avec les faits. On commence avec des opinions. Obtenir les faits d’abord est impossible. Il n’y a pas de faits si l’on n’a pas un critère de pertinence.”

Peter Drucker