

# MATRICE

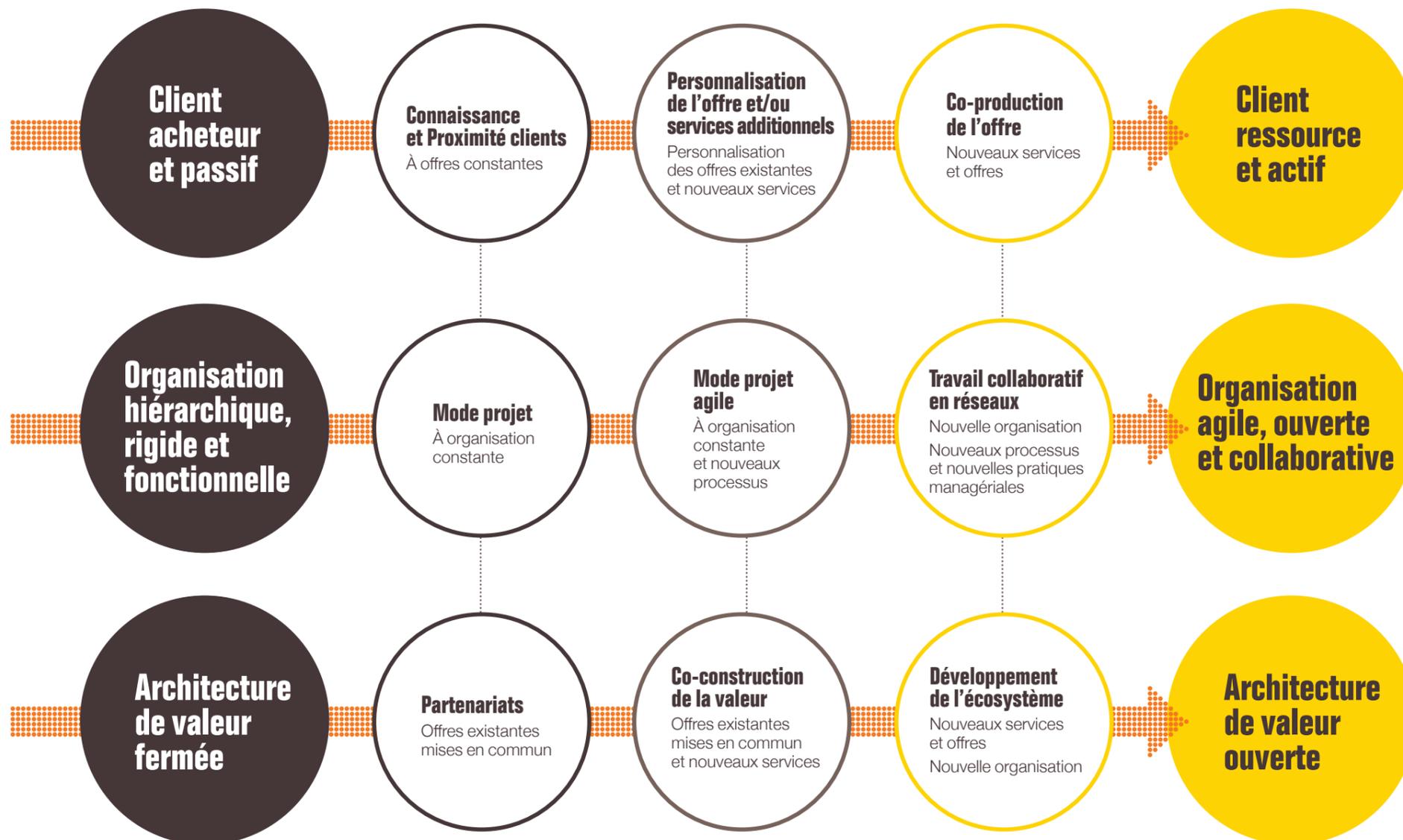
de la transformation digitale  
pour les PME et ETI

INTÉGRER LE CLIENT  
DANS LA CRÉATION  
DE VALEUR

INJECTER  
DE LA TRANSVERSALITÉ  
ET S'APPUYER SUR  
L'INTELLIGENCE COLLECTIVE

STIMULER ET ANIMER  
LA CRÉATION DE VALEUR  
AU SEIN D'UN ÉCOSYSTÈME  
DE PARTENAIRES

## L'EXISTANT



## LA CIBLE

Remerciements à Frank Benedic et à Henri Isaac pour le conseil apporté dans la réalisation de la matrice.



## HISTOIRE

D'INCOMPRÉHENSION  
LES DIRIGEANTS  
DE PME ET ETI  
FACE AU DIGITAL

La matrice de la transformation digitale est un **outil d'aide à la décision pour les dirigeants et leurs équipes** dans le projet de transformation de leur entreprise. Elle offre un cadre de réflexion pour construire sa vision et son plan d'action dans un contexte digital. Son élaboration s'est appuyée sur notre étude « **Histoire d'incompréhension : les dirigeants de PME et ETI face au digital** ».

La matrice se lit de manière horizontale et verticale ; il n'y a ni point de départ, ni sens de lecture imposé. Surtout, elle met en valeur l'interdépendance de chacun des grands chantiers. Elle est en mesure de **s'adapter aux différentes réalités d'une entreprise**, mais il faut avoir conscience qu'elle s'inscrit dans le temps long : **ténacité et résilience sont des conditions nécessaires au succès.**

**Selon nous, il y a trois chantiers prioritaires autour desquels structurer sa transformation digitale : le client, l'organisation et l'écosystème.**

L'enjeu central est de générer plus de valeur :

- grâce à des clients plus engagés dans la marque et la création de valeur de l'entreprise ;
- grâce à des collaborateurs agiles, forces de proposition et acteurs du projet de l'entreprise ;
- grâce un écosystème dynamique de partenaires, partageant une vision commune et la volonté de créer de la valeur ensemble.

“ Le dirigeant a un rôle essentiel à jouer dans la transformation ; s’il n’est pas convaincu, si ce n’est pas lui qui initie le changement, s’il n’est pas là pour expliquer le projet à ses collaborateurs, [...] cela ne fonctionnera pas. ”

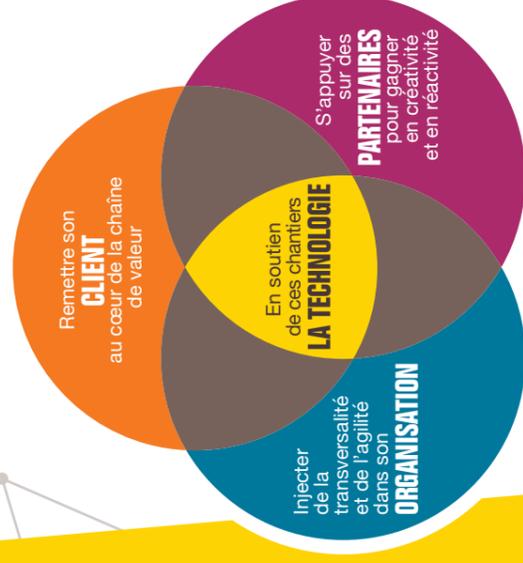
Marie Canzano,  
Présidente,  
Cabinet de recrutement Digital Jobs

“ Le monde change extrêmement vite, il est nécessaire de se remettre en cause en permanence ; on peut être bon à l’instant T, mais demain ce n’est déjà plus vrai. Il n’est pas possible de rester sur une ligne figée. ”

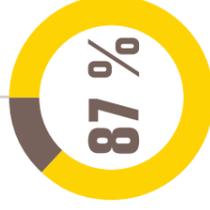
Sylvie Guinard,  
Présidente,  
Thimonnier

## LA TRANSFORMATION DIGITALE : QUELS CHANTIERS PRIORITAIRES ?

LE DIGITAL : CRÉER DE LA VALEUR AUTREMENT



## LA GRANDE OUBLIÉE DES PME ET ETI



## 3 PROFILS DE DIRIGEANTS DANS LE DIGITAL

## À CHACUN SES CHANTIERS PRIORITAIRES



**72 %** n'ont pas développé de vision de la transformation digitale de leur entreprise

**33 %** pensent que le moment de se transformer n'est pas encore venu pour leur entreprise

**ACTION INITIER**  
dépasser les freins culturels et psychologiques



**71 %** ont construit une vision de la transformation digitale de leur entreprise

**66 %** n'ont pas établi de feuille de route claire pour la mener à bien

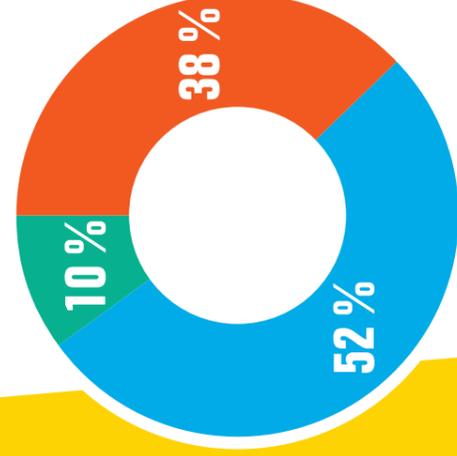
**ACTION STRUCTURER**  
fixer une ligne directrice aux premières actions menées



**91 %** sont fortement engagés dans leur processus de digitalisation

**39 %** rencontrent des résistances à la transformation en interne

**ACTION FÉDÉRER**  
emporter l'adhésion des équipes au projet de transformation digitale.



● Les Sceptiques  
● Les Apprentis  
● Les Conquérants

## LA TRANSFORMATION DIGITALE : LES FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

### LE DIRIGEANT EN PREMIÈRE LIGNE. À LUI DE :



Construire une vision

Fixer le cap

Les partager avec ses équipes

### L'IMPLICATION DES COLLABORATEURS DANS LA TRANSFORMATION :



bpi france.fr  
bpi france-lelab.fr



**FACTEUR HUMAIN VARIABLE CLE**  
DE LA RÉUSSITE DU PROJET