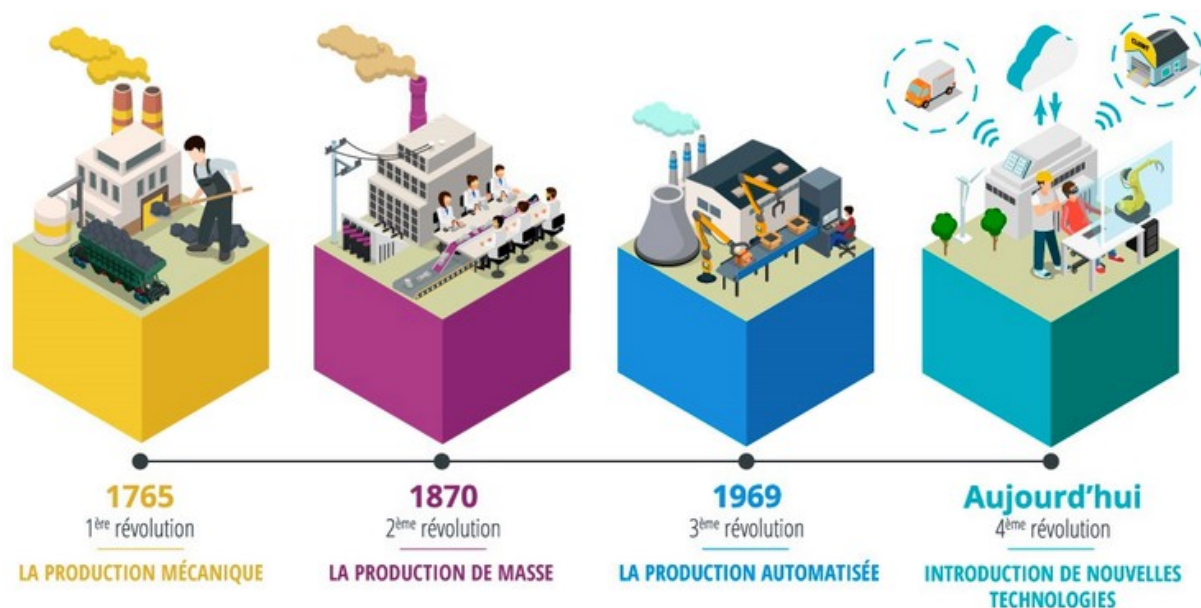

Passage de la troisième révolution dans l'industrie à l'industrie 4.0

L'industrie est en mutation.

Aujourd'hui, les nouvelles technologies donnent l'opportunité aux industries de prendre une longueur d'avance et de se démarquer dans un secteur hyper concurrentiel.



Cette ligne du temps matérialise l'évolution et les dates marquantes de la transformation industrielle.

Cette évolution n'est pas un effet de mode. Elle apporte des outils et une nouvelle organisation qui doit faire gagner en productivité, en flexibilité et en visibilité.

Derrière ces mots, il y a des actions et des méthodologies concrètes.

La productivité se fait au travers un système d'information fiable, amené à l'opérateur et adapter adapté au métier.

La flexibilité se retrouve dans la responsabilisation des collaborateurs, dans l'obtention de pluri compétences et l'acceptation de changement de mode de travail.

La visibilité pour toute l'entreprise :

- l'opérateur accède aux Ofs, aux plans, aux alertes de production
- les responsables pour gérer la répartition charge/capa, pour fluidifier la production
- les administratifs pour orienter les produits, pour fiabiliser les temps de passage
- le personnel en contact avec le client a une visualisation temps réel des encours et de l'historique du client
- pour les dirigeants de prendre des décisions sur l'orientation stratégique

La visibilité pour les clients et les partenaires en se connectant à eux.

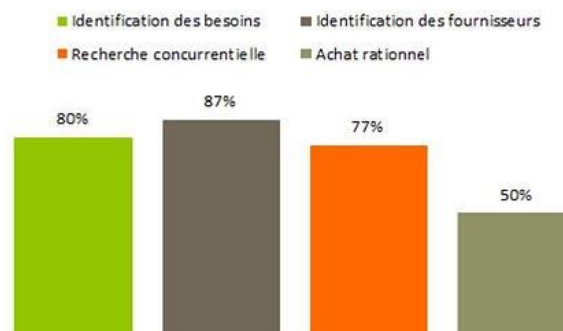
Quels sont les avantages de l'industrie 4.0 ?

- Marketing ou e-commerce
 - o Visibilité : site internet et extranet
 - o Outil d'import automatique des commandes
 - o ...
- Planification et organisation :
 - o Visualisation temps réel des encours
 - o Optimisation des ressources sur les lignes
 - o Obtention charge/capa temps réel
 - o
- Production : augmenter l'efficacité, la productivité et réduire les marges d'erreur
 - o Réduire le papier
 - o Identification des goulots d'étranglement
 - o Déclaration de la non-qualité sur la ligne de production
 - o Redéfinition des temps de passage
 - o ...
- Client : amener une expérience client
 - o Connexion avec commerciaux
 - o Connexion avec l'ADV
 - o Connexion SAV
 - o Commandes en ligne (cf. marketing)
 - o Visualisation statut des commandes
 - o ...

Quels sont les risques à refuser la transition digitale ?

- Voir sa compétitivité s'essouffler
- Se faire distancer par la concurrence plus agile dans son organisation
- S'éloigner ou rester éloigné de ces clients
- Laisser échapper une partie de la demande : La révolution numérique brouille les frontières entre le BtoB et le BtoC en interconnectant en temps réel des offres et des demandes qui, jusqu'alors, s'ignoraient. Presque 90% des acheteurs BtoB se renseignent sur internet avant d'effectuer un achat

Utilisation d'internet dans le parcours de maturité des prospects



Les 7 étapes de la transition digitale

1 Vision digitale : établir la vision du digital au sein de votre entreprise et saisir les enjeux.

La direction doit établir et véhiculer une vision commune de la Transformation Digitale.

Un plan de digitalisation doit être pensé avec un point de situation actuel et la situation après transformation.

2 Formation : formez vos collaborateurs.

Le but est de développer une vision et une cohésion au sein de l'entreprise.

Elargir la vision à l'ensemble des collaborateurs permet de comprendre, d'accepter et intégrer le digital. Les enjeux, les mutations, les outils, le travail collaboratif ne peut se faire sans l'adhésion de tous.

3 Restructuration : refonte de l'organisation – implication RH.

La Transformation Digitale s'accompagne toujours d'une multitude de chantiers à mettre en place en interne. Les RH doivent préparer la refonte de l'organisation, établir la hiérarchie, le rôle des collaborateurs, le management, le cadre de travail, les briefings et l'émergence des compétences. L'objectif cette fois-ci est de préparer l'organisation à une dimension horizontale et collaborative.

4 Travail collaboratif : partage du savoir et des compétences.

Le but est d'accroître la productivité par le partage du savoir et des compétences. Cette étape doit impliquer un maximum de collaborateurs sur différents projets.

Le partage entraîne de la poly compétence accélérant la production, la prise de décisions et optimise les ressources (aussi bien humaine que matérielle).

Il ne faut pas écarter de nouvelles formes ou façon de travailler.

5 Focus sur le client : mettre le client au cœur de la stratégie.

L'objectif est de penser comme le client, de ce mettre à sa place, d'apporter de la transparence et communiquer avec lui.

La Transformation Digitale permet d'accéder à une multitude de données sur ses clients.

Pourquoi ne pas s'en servir pour comprendre son client et optimiser son business model ?

6 Marketing numérique : constitue la quasi-totalité de la transformation digitale vers les clients.

Parmi les outils du marketing numérique, on retrouve bien évidemment les sites web, les sites mobiles, les applications pour smartphones ou même les réseaux sociaux.

On peut aussi évoquer l'emailing ou le référencement qui sont devenus moins efficaces du fait de leur surexploitation.

7 Emergence des besoins :

Il faut collecter les données nécessaires à l'avancement des besoins détectés.

Pour ce faire, il faut rester ouvert aux idées, aux critiques constructives et grâce à ces données envisager de nouveaux processus.

En plus des remontées clients, un encouragement aux remontées collaborateurs est à mettre en place.

Comment lever les freins existants ?

En règle générale, 3 principaux types de responsables se retrouvent :

- **Les Sceptiques** : ils ne croient pas à la révolution digitale ou demandent encore à en être convaincus.
- **Les Apprentis** : ils ont compris l'importance de la transformation digitale et ont déjà engagé quelques actions en ce sens. L'objectif est de structurer leur projet et écouter leurs idées.
- **Les Conquérants** : ils sont pleinement engagés dans la transformation digitale de leur entreprise et bougent de nombreuses lignes. Ils doivent être utilisés comme des relais pour fédérer les équipes autour du projet de transformation.

Les principales idées reçues :

- **Les budgets associés** – seul les aux grandes entreprises peuvent y accéder :
C'est faux ! Les nouvelles technologies ne sont pas réservées aux grandes entreprises. Le cloud, la mobilité et les objets connectés sont aujourd'hui accessibles pour le plus grand nombre et doivent être intégrés dans n'importe quelle entreprise.
- **Il faut un directeur des systèmes d'information** ou chief digital officer pour accompagner ma transformation numérique :
C'est faux ! La transformation numérique n'est pas une question de maîtrise des outils informatiques. Il s'agit d'une adaptation de la stratégie d'entreprise par rapport aux nouveaux apports technologiques. Ce sont les dirigeants qui définissent la ligne directrice priorise les chantiers.
- **C'est compliqué et long à mettre en œuvre** :
C'est faux ! Il est nécessaire de découper en petits projets l'ensemble de la transformation. Ainsi, on garde l'adhésion des collaborateurs et on évite l'**effet tunnel**.
On peut avancer vite avec des gains immédiats, c'est la direction qui doit prioriser les chantiers et construire une feuille de route.

L'écosystème de la transformation digitale industrielle est à portée de main et est sûrement partiellement présente dans votre société.

Cet écosystème se compose :

- un **réseau de télécommunication** apte à supporter les flux de données
- **outils et composants logiciels** capables de communiquer les uns avec les autres sans friction et d'évoluer dans le temps
- un **ensemble d'acteurs** de la chaîne de valeur : intégrateurs experts, partenaires, fournisseurs, clients.

Les étapes pour intégrer la transformation digitale dans votre entreprise industrielle :

- **Diagnostiquer** : établir un état des lieux des forces et faiblesses
- **Définir sa stratégie** : créer une transformation digitale adaptée à son contexte
- **Structurer, prioriser et mettre en œuvre** les projets de déploiement

- Appliquer une démarche « **Test and learn** » et **piloter l'optimisation** : suivre analyser, recadrer

Le Digital est déjà présent tout au long du processus de production.

- Conception BE : outil de modélisation
- Industrialisation
- Marketing ou e-commerce
- Administration des ventes : import automatique des commandes, utilisation ERP
- Qualité, achat, stock... : ERP
- Gestion de production : préparation lancement ERP
- Logistique : transport

L'objectif est d'utiliser l'existant, de créer des nouvelles connexions pour consolider, exploiter et enrichir les données.