

Nom : LAGUERRE  
Prénom : Rithler  
Université : UNITECH  
Concentration : CyberSecurity  
Cours : Business Intelligence  
Professeur : Martel Michel



## **Introduction à la business Intelligence** **( intelligence d'affaires )**

### **résumé des trois conseils principaux de l'article " Devenir plus stratégique : trois conseils pour tout dirigeant. "**

Vous n'avez pas besoin d'un rôle formel en stratégie pour contribuer à façonner la direction stratégique de votre organisation. Commencez par aller au-delà des cadres théoriques et communiquez de manière plus engageante. Michael Birshan et Jayanti Kar Bradley, Lowell Bryan et Sven Smit ont expliqué dans « Managing the strategy journey » (sur [mckinseyquarterly.com](http://mckinseyquarterly.com)) qu'un moyen puissant de faire face à l'environnement plus volatil d'aujourd'hui est d'augmenter le temps que l'équipe dirigeante d'une entreprise consacre à la stratégie. D'où ces trois conseils ci-dessous que tout dirigeant peut suivre pour devenir plus stratégique leur ont été proposés.

#### **1. Comprendre ce que signifie réellement la stratégie dans votre secteur**

Les cadres dirigeants doivent dépasser les cadres stratégiques généraux pour se concentrer sur les spécificités de leur secteur. Cela implique une compréhension approfondie des dynamiques économiques, psychologiques et juridiques propres à leur industrie. Par exemple, dans les industries technologiques, il est essentiel de maîtriser les concepts de plateformes et d'effets de réseau, tandis que dans les services publics, il faut comprendre les implications des réglementations. Cette compréhension doit être un processus continu, enrichi par des exercices pratiques (comme des jeux de simulation) et des analyses sectorielles.

#### **2. Devenir expert dans l'identification des perturbateurs potentiels**

Les dirigeants doivent anticiper les changements disruptifs qui peuvent transformer leur entreprise ou leur secteur. Cela inclut non seulement les innovations technologiques transversales (comme l'Internet des objets), mais aussi les nouveaux concurrents émergents qui peuvent bouleverser les chaînes de valeur. Pour y parvenir, ils peuvent visiter des hubs technologiques, instaurer un mentorat inversé avec des collègues plus jeunes ou observer directement le comportement des clients. Une approche systématique pour surveiller la concurrence, en se concentrant sur les signaux faibles et les scénarios possibles, est cruciale.

#### **3. Développer une communication stratégique percutante**

Une communication claire et engageante est essentielle pour faire passer efficacement les idées stratégiques. Les dirigeants doivent innover dans la manière dont ils présentent leurs analyses pour capter l'attention et faciliter la prise de décision. Par exemple, utiliser des exercices visuels interactifs ou des données manipulables en temps réel peut rendre les discussions stratégiques plus dynamiques et impactantes. Les outils numériques modernes offrent d'excellentes opportunités pour améliorer la visualisation et l'interprétation des données.