

IBM SOA Executive Summit 2008

Ce que pensent
les dirigeants...

Daniel Chaffraix
Président IBM France



La CEO Study 2008: L'entreprise de demain

2004 Your turn!

- Recherche de la croissance en priorité
- Responsabilité des équipes
- Améliorer les capacités internes des entreprises

2006 Innovation

- Innovation des Business Models
- Croissance de la collaboration externe
- Innovation orchestrée par la direction

Entretiens

- Plus de 1130 CEO interrogés
- 84 CEO en France
- Entretiens en face-à-face

2008

Une nouvelle édition

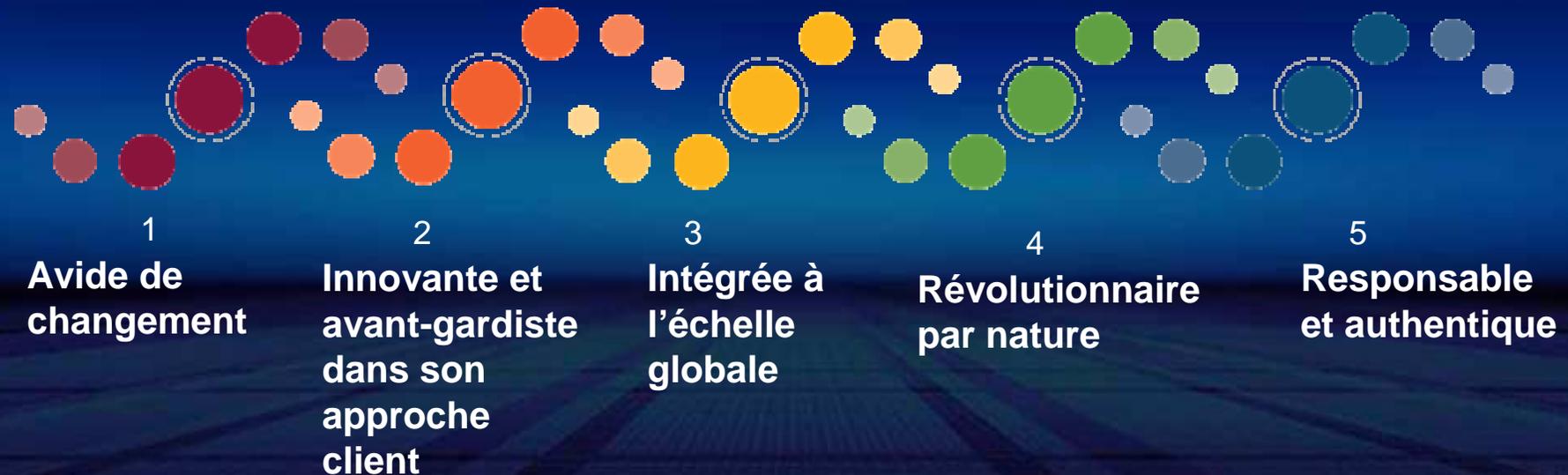
- Plus de 1130 entretiens à travers le monde
- Le sujet de cette année est:

L'entreprise de demain



L'analyse approfondie des 1,130 entretiens réalisés auprès des dirigeants d'entreprise nous a permis de déterminer les caractéristiques de l'entreprise de demain

Caractéristiques principales

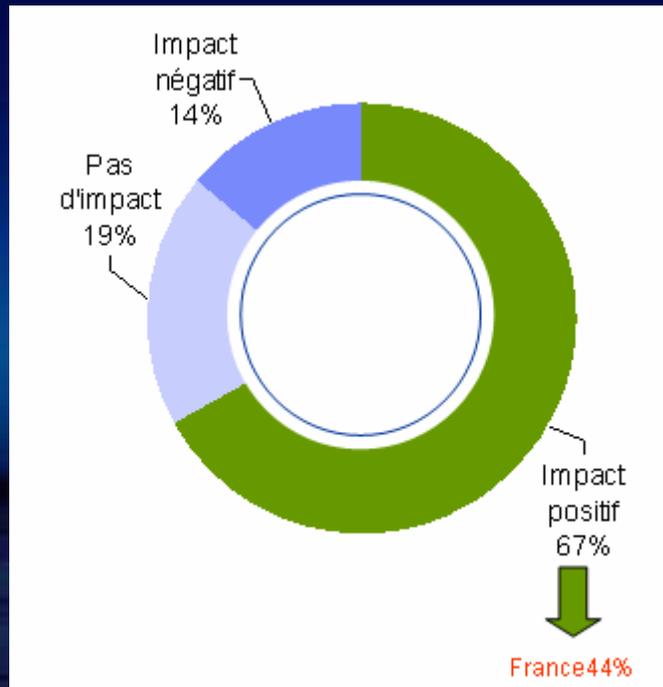


La CEO Study 2008: points à retenir

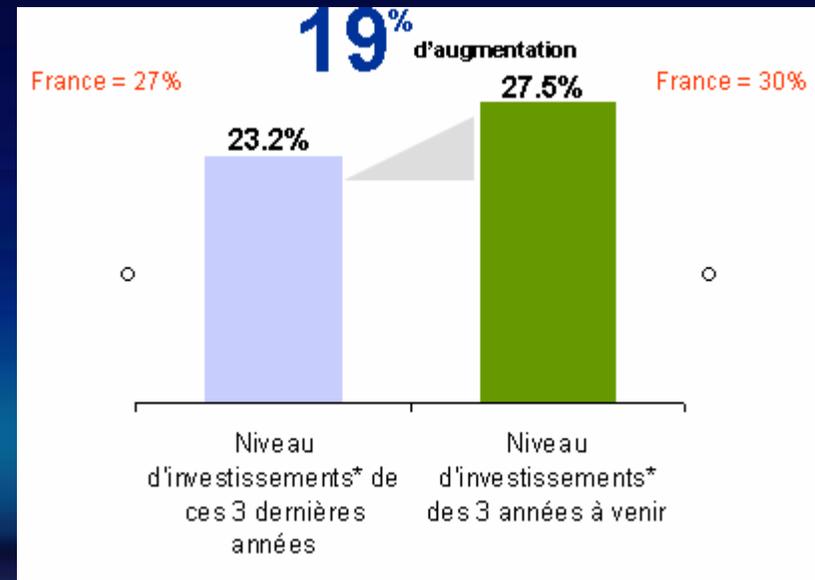
- **83% des dirigeants s'attendent à des changements substantiels (+ 28% par rapport a 2006)**
- **Les dirigeants évaluent à 22% l'écart entre la capacité de leur entreprise à gérer le changement avec succès et l'effort demandé**
- **Les dirigeants prévoient d'augmenter de 22% leurs investissements sur les 3 prochaines années, pour répondre aux exigences croissantes des consommateurs**
- **Plus des 2/3 des dirigeants concentrent leurs efforts sur la transformation de leur modèle d'entreprise, en particulier parmi les acteurs les plus performants .**
- **Les dirigeants prévoient d'augmenter de 25% sur 3 ans leurs investissements pour mieux comprendre et atteindre les consommateurs investis dans les réseaux sociaux**
- **75% des dirigeants ont l'intention d'entrer activement dans les nouveaux marché et 85% d'entre eux veulent conclure des partenariats afin d'exploiter les opportunités ouvertes par la globalisation.**

Deux tiers des dirigeants d'entreprise voient une opportunité dans l'émergence de nouveaux marchés et prévoient ainsi d'augmenter leurs investissements dans cette direction

Attitude des dirigeants d'entreprise face à l'augmentation du pouvoir d'achat dans les économies émergentes



Augmentation des investissements sur les marchés à fort potentiel



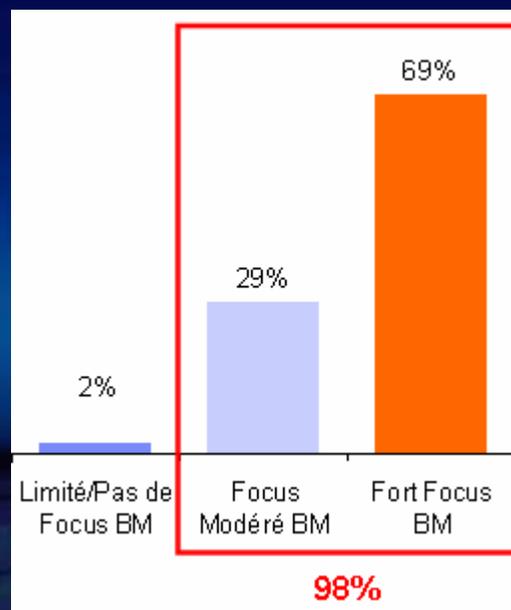
.....
"Simply put, we want significant share in markets growing faster than others, which for us is more than 25 percent."
Ron Logue, Chairman and CEO, State Street

Source: IBM Global CEO Study 2008, n = 609; * Total des investissements: tous les investissements d'actifs + tous les investissements en R&D, marketing et ventes

98% des chefs d'entreprises sont contraints de faire évoluer leur business model dans les 3 années à venir ;
69% prévoient des évolutions majeures

Perspective d'évolution du Business Model

Global



Constats des chefs d'entreprises

On n'a plus d'autres options en dehors de faire évoluer son business model :

Se différencier uniquement sur les produits et les services existants est de plus en plus difficile;

Les technologies permettent d'élargir les possibilités de nouveaux Business Model.

CEO : « we are starting to think about new things we couldn't do before »

Exemples: Apple, Danone, Virgin...

Les dirigeants d'entreprise ont prévu de faire évoluer leur business model et optent en majorité pour trois modèles d'innovation, avec une préférence pour le modèle d'entreprise.

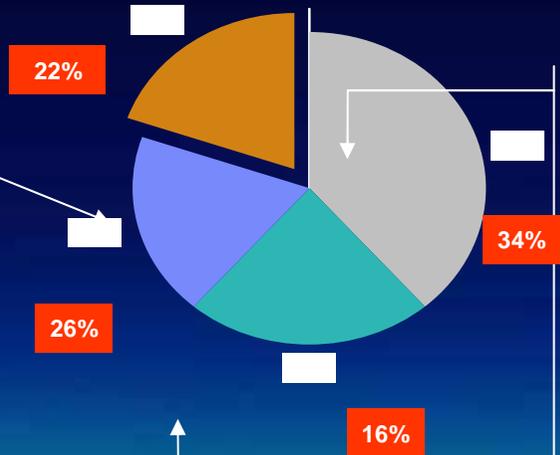
Préférences en terme d'innovation de business model Global



Modèle d'innovation Sectoriel

Se redéployer vers d'autres nouveaux Secteurs ou *Redéfinir les enjeux métiers d'un secteur*

CEO : « When the enterprise model innovation (modèle d'entreprise) is innovative, operations and the product will follow automatically. »



Modèle d'entreprise

Spécialiser et reconfigurer l'entreprise pour créer encore plus de valeur.

Définir les activités à traiter en interne ou au travers de partenaires

U.S. CEO : « ... there are fewer things that will be cost effective to do on our own. We will continue to do less inside the organization and more with partners and even competitors »

Modèle de génération de CA

Changer les modèles de génération de chiffres d'affaires

Définir de nouvelles offres et de nouveaux modèles de prix

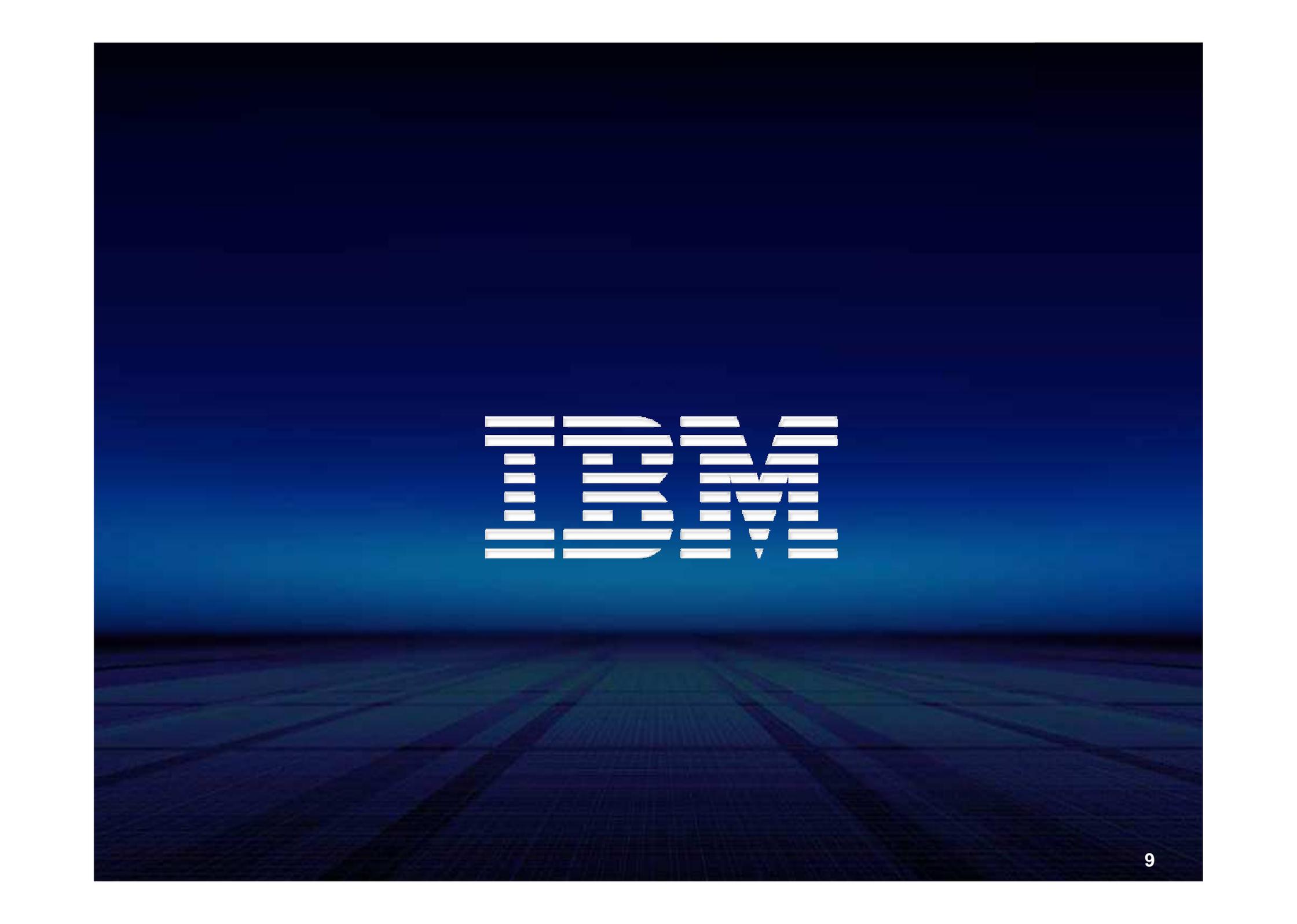
CEO : « We have become much smarter in how we do our pricing. Our pricing model is now based on customer segmentation and value created for those customers »



Source: IBM Global CEO Study 2008; n (Global) =757; n (France) = 85 ;Focus important sur les types de modèles d'entreprise incluant les résultats de 6 à 7 sur une échelle de 1 à 7



L'entreprise de
demain est ...
orientée
services

The image features the IBM logo, consisting of eight horizontal white stripes, centered in the upper half of the frame. The background is a dark blue gradient that transitions into a perspective view of a grid of lines on a flat surface, receding towards a horizon line. The overall aesthetic is clean and modern, typical of corporate branding.

IBM