

# **Séance 5 - GSI**

## ***Gestion des systèmes d'information***

***carine.khalil@parisdescartes.fr***

# ***VERS QUELS TYPES DE SYSTEMES D'INFORMATION S'ORIENTER?***

# **Plan**

## **1. SI et avantage compétitif**

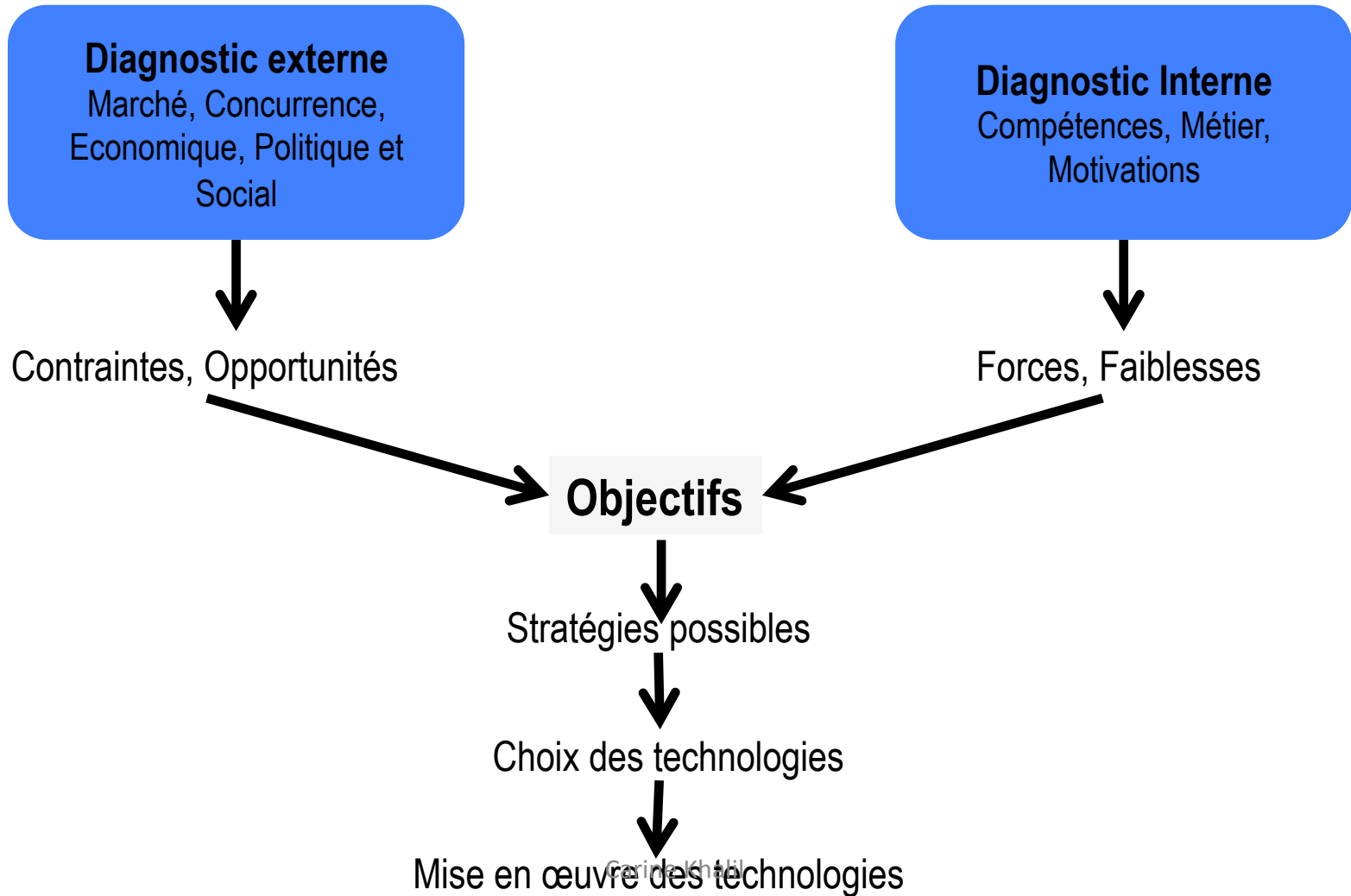
- Diagnostic interne et externe de l'environnement de l'entreprise
- Impact des SI sur la stratégie de l'entreprise

## **2. Internet et Transformation des entreprises**

- Qu'est-ce qu'un modèle d'affaire ?
  - Composants d'un modèle d'affaire
  - Penser et représenter un modèle d'affaire d'une entreprise
  - Cas du modèle d'affaire Skype
- Le commerce électronique
  - B2B, B2C, C2C
  - Construction et hébergement d'un site e-commerce : quelle stratégie adopter ?

# ***VERS QUELS TYPES DE SYSTEMES D'INFORMATION S'ORIENTER?***

# Le diagnostic stratégique



# ***Le diagnostic stratégique interne***

**Diagnostic Interne**  
Compétences, Métier,  
Motivations



- Quels sont nos besoins métiers ? Processus métiers ?
- Quels sont nos objectifs sur le moyen et long terme ?
- De quel budget dispose-t-on ?
- Qui sont les salariés concernés par la technologie ?
- Quels sont les SI existants dans l'entreprise ?
- Quel est les liens d'interopérabilité entre les SI existants ?
- Comment la structure/culture de l'entreprise peut-elle faciliter l'intégration de la technologie sélectionnée ?
- Quel est l'effort de l'entreprise à fournir en matière de développement de compétences et de sensibilisation (formations à mettre en place, support aux salariés)
- Quelle est la motivation des salariés vis-à-vis de la technologie?

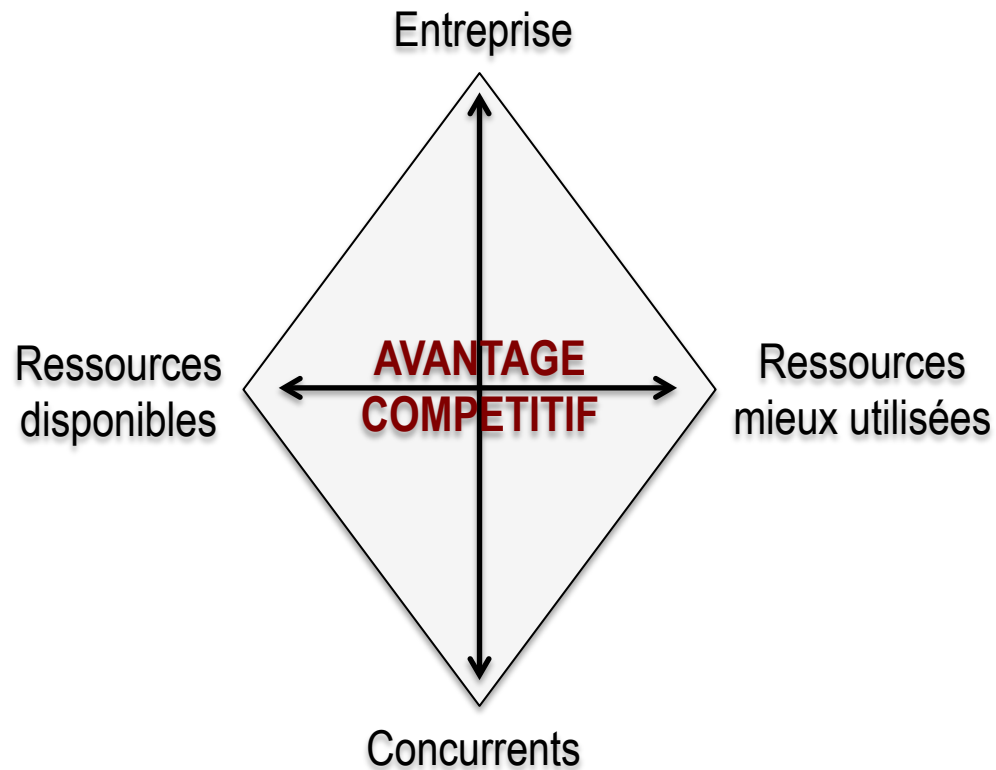
# ***Le diagnostic stratégique externe***

**Diagnostic externe**  
Marché, Concurrence,  
technologique, Légal,  
etc.



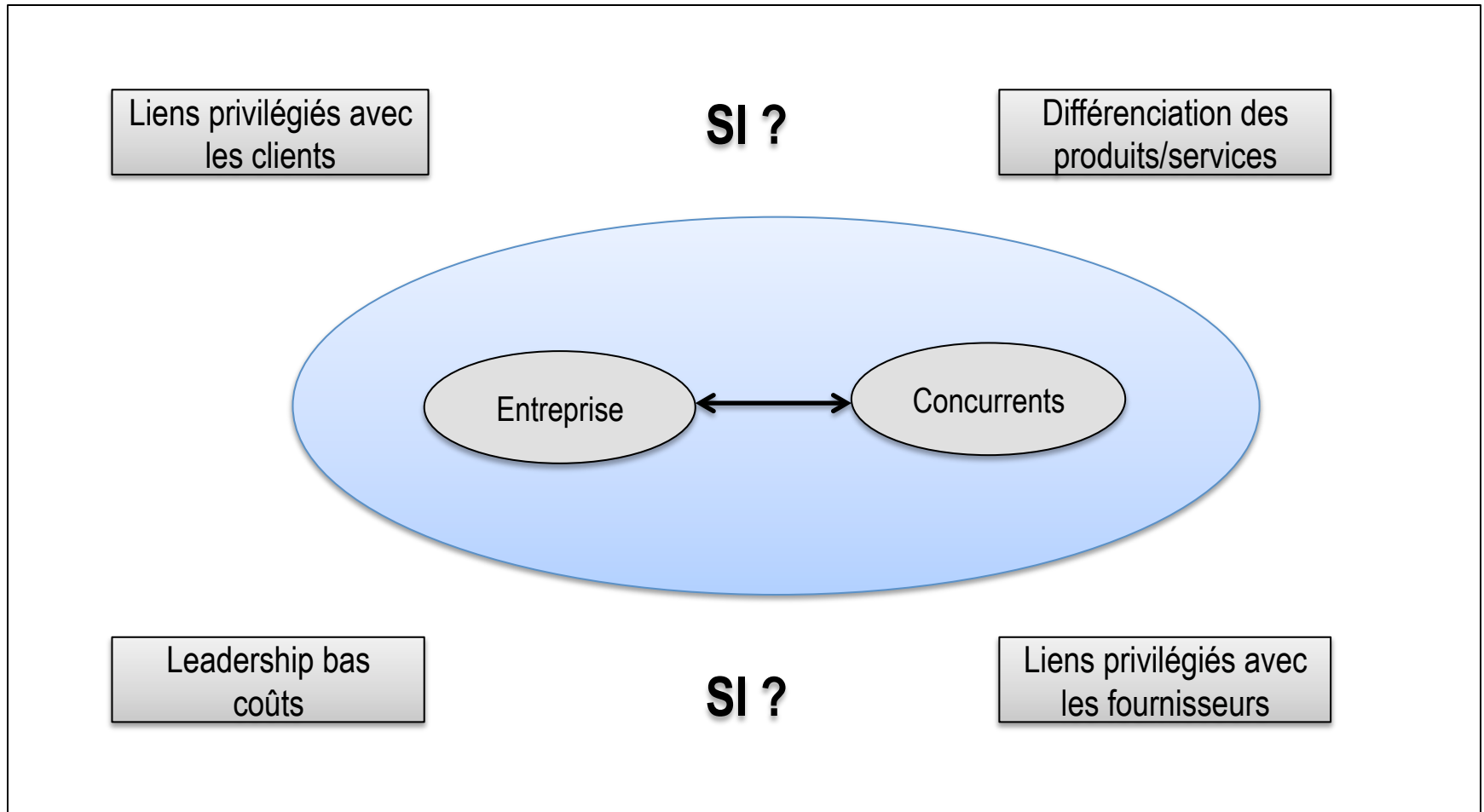
- Quelles sont les technologies présentes sur le marché ?
- Quelles sont les technologies adoptées par les entreprises travaillant dans un même secteur d'activité ?
- Comment la technologie sélectionnée va-t-elle permettre de se lancer sur de nouveaux marchés ? cibler de nouveaux produits?
- Comment la technologie va-t-elle permettre de développer des compétences distinctives par rapport aux concurrents?
- Quelles vont être les conséquences de l'adoption de cette technologie?
- Quel est l'impact de l'adoption de cette technologie sur l'image de marque de l'entreprise?
- Quels sont les principes légaux et règles de sécurité à prendre en compte ?

# ***Pourquoi certaines entreprises sont meilleures que d'autres ?***

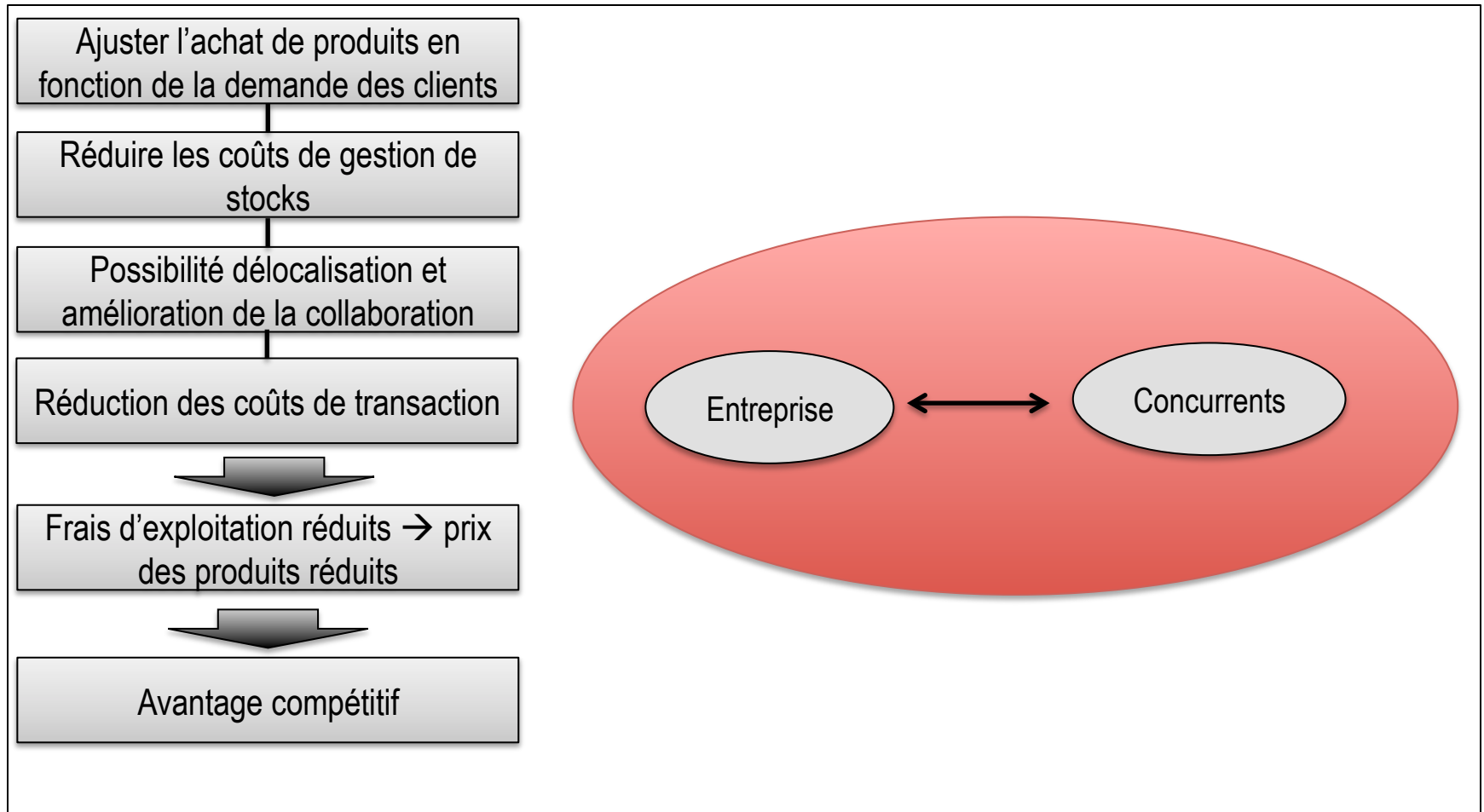


# ***LES SI ET LEUR IMPACT SUR LES RESULTATS DES ENTREPRISES***

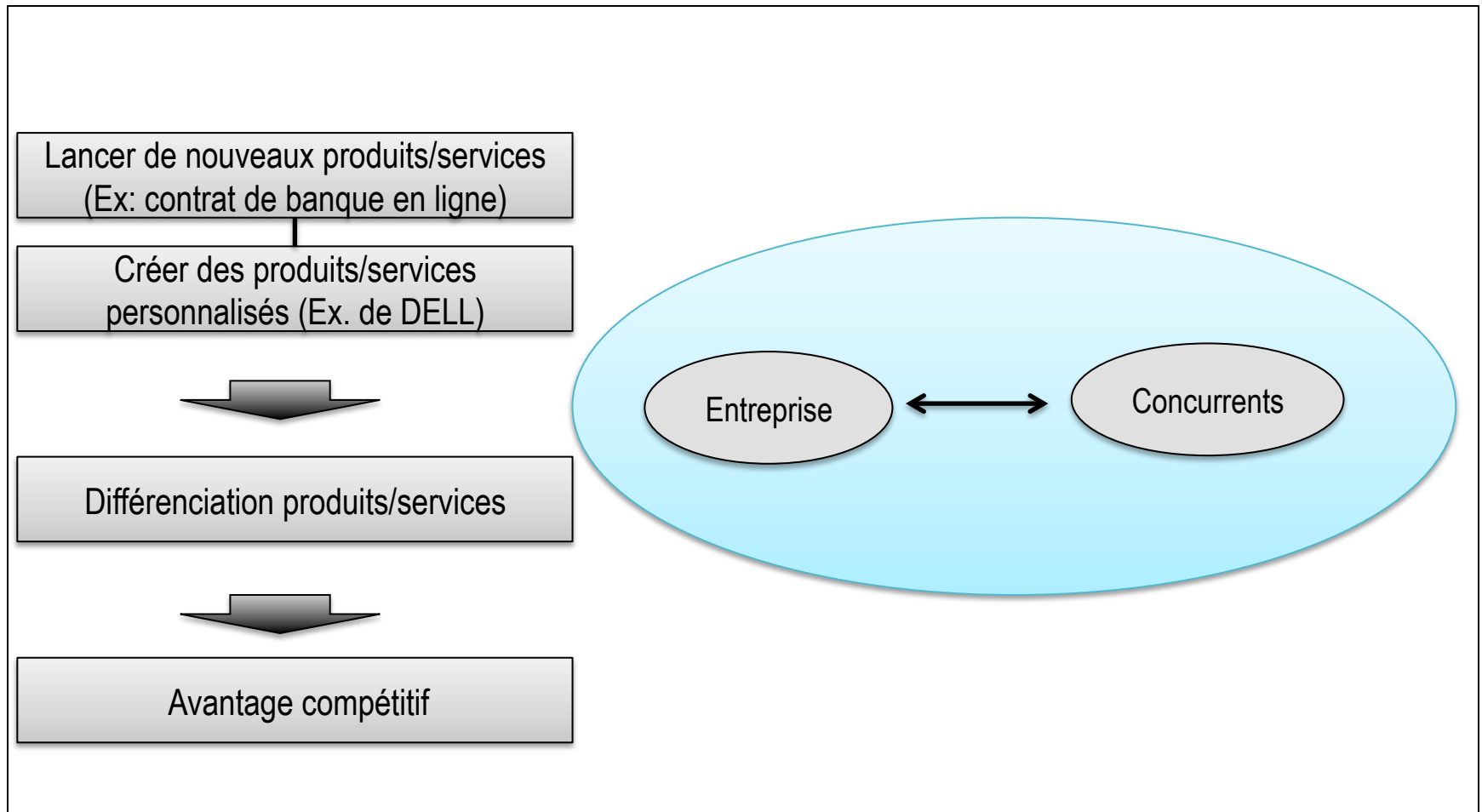
# SI comme avantage compétitif



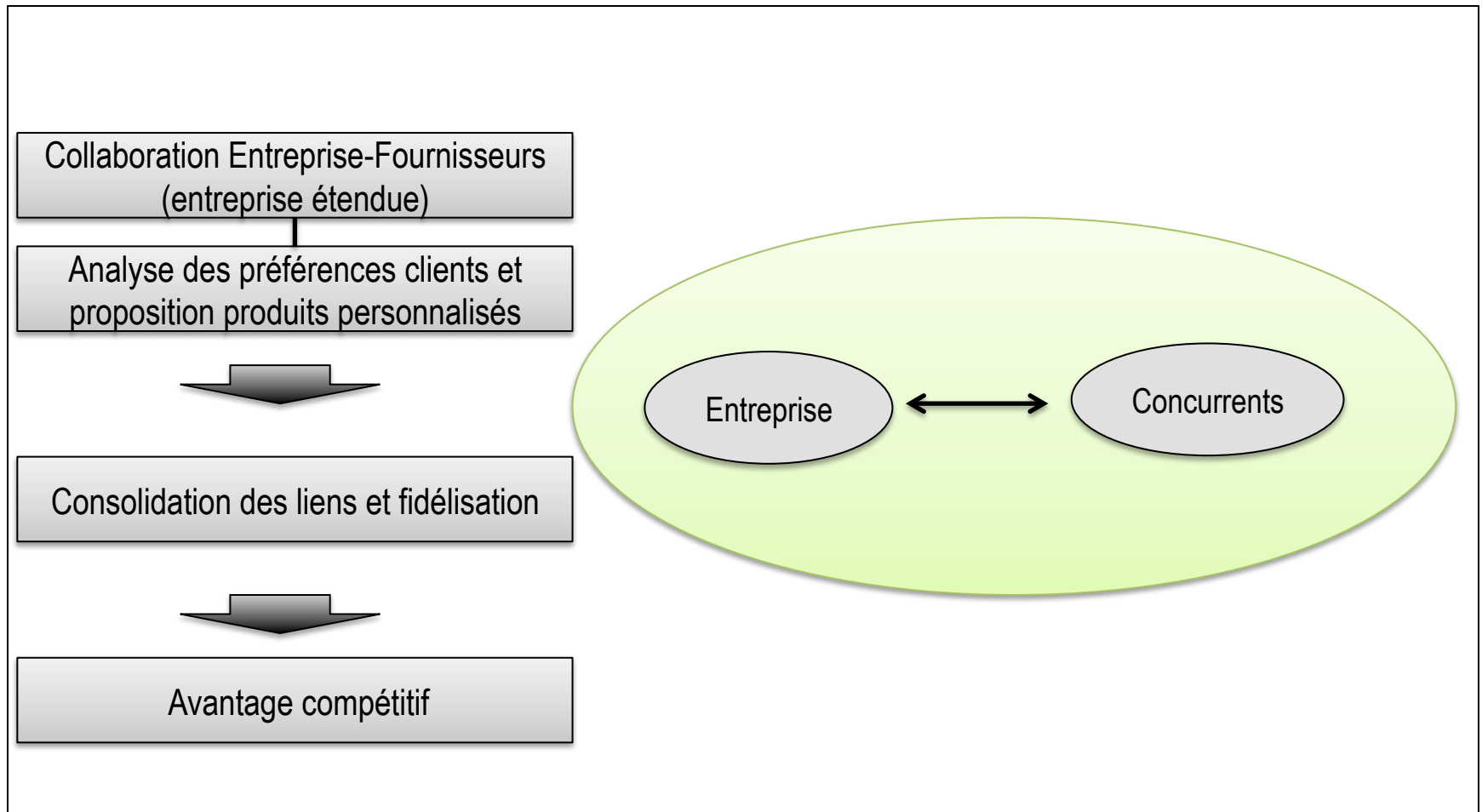
# SI et leadership par les coûts



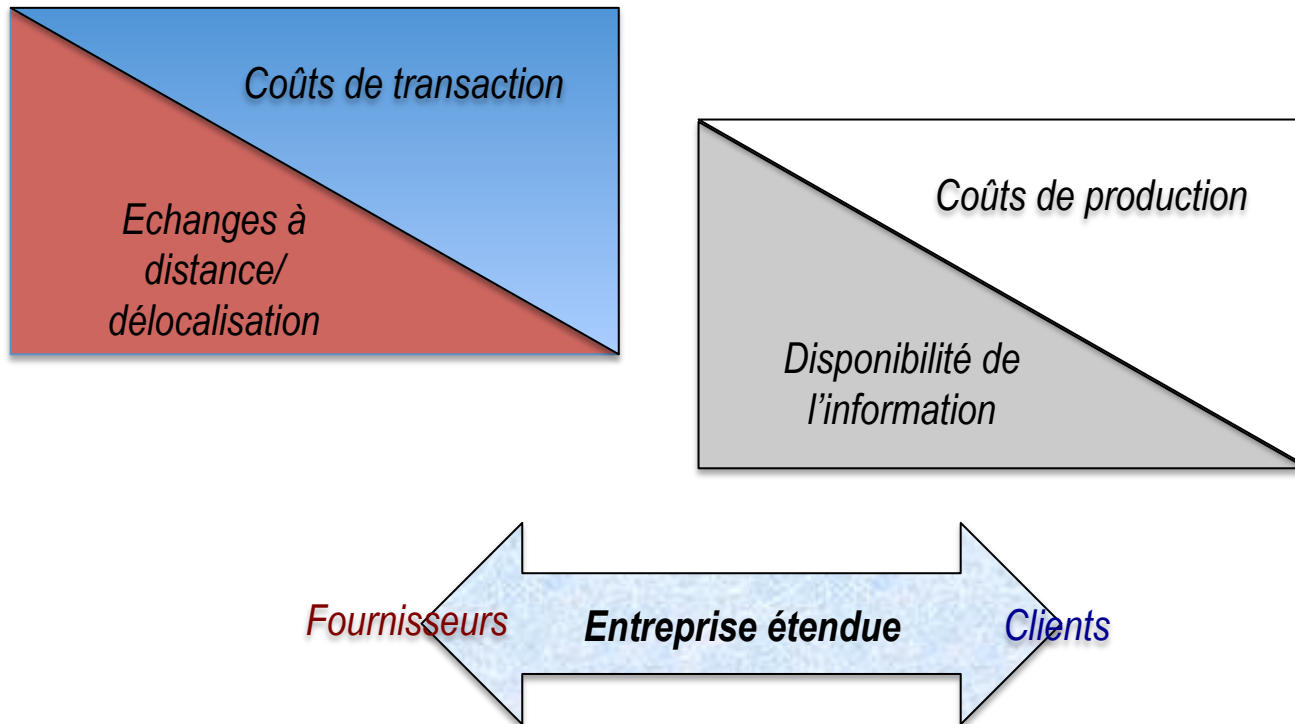
# SI et différenciation produits/services



# ***SI et liens privilégiés avec clients et fournisseurs***



# Effets induits des TIC



# Internet et Transformation des entreprises

amazon.com

ebay



DELIVEROO  
PROPER FOOD. PROPER DELIVERY



TRANSFORMATION  
DES INDUSTRIES AVEC  
INTERNET

Booking.com

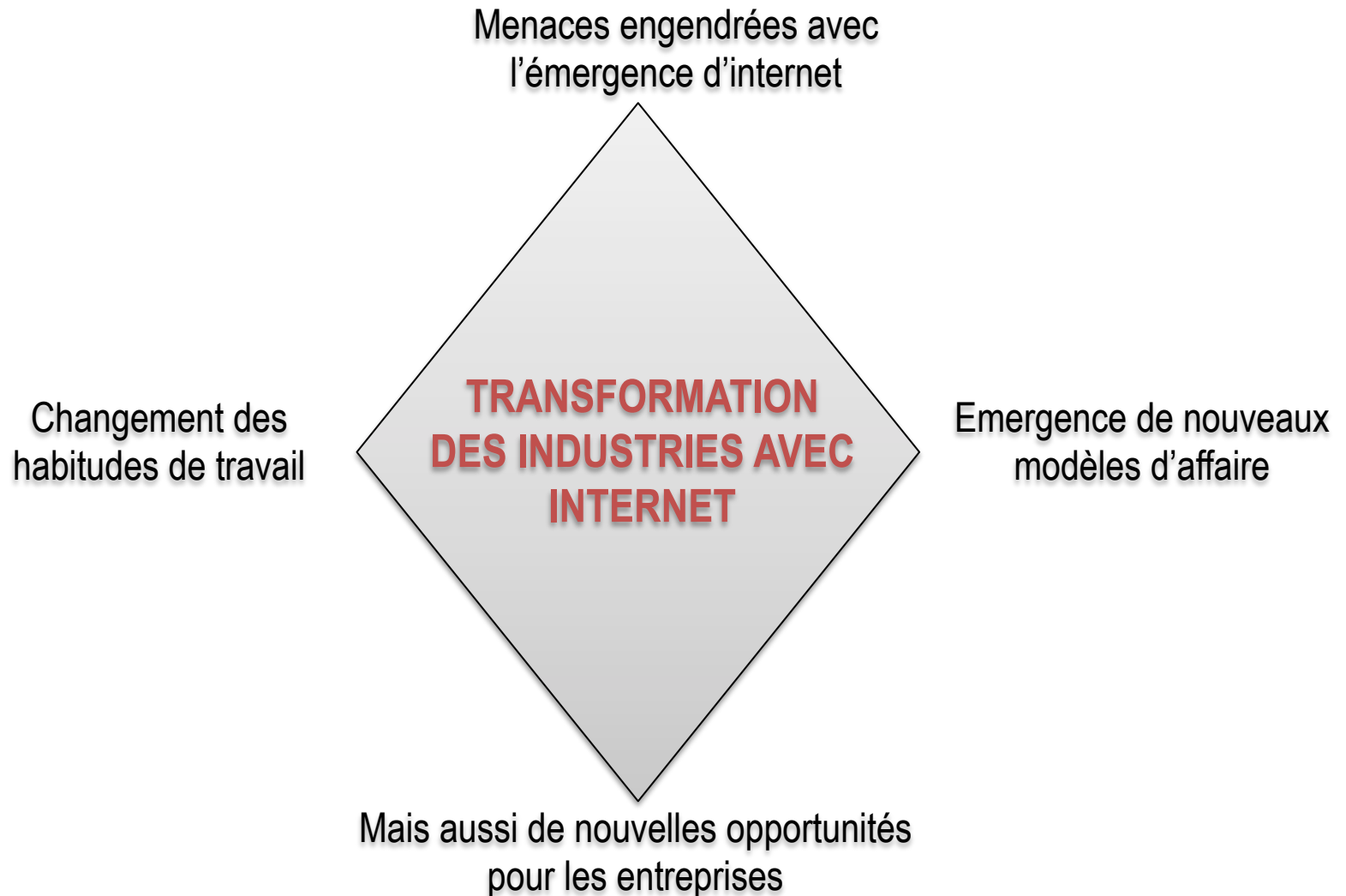
Spotify

airbnb

NETFLIX



# ***Internet et transformation des entreprises***



# ***Transformation des modèles d'affaire des entreprises***

***Qu'est-ce qu'un modèle d'affaire ou Business Model ?***

→ Représentation de la manière dont l'entreprise souhaite générer ses revenus.

Ex : Apple et la transformation de l'industrie de la musique.

# Composants du modèle d'affaire

**Business model**

/

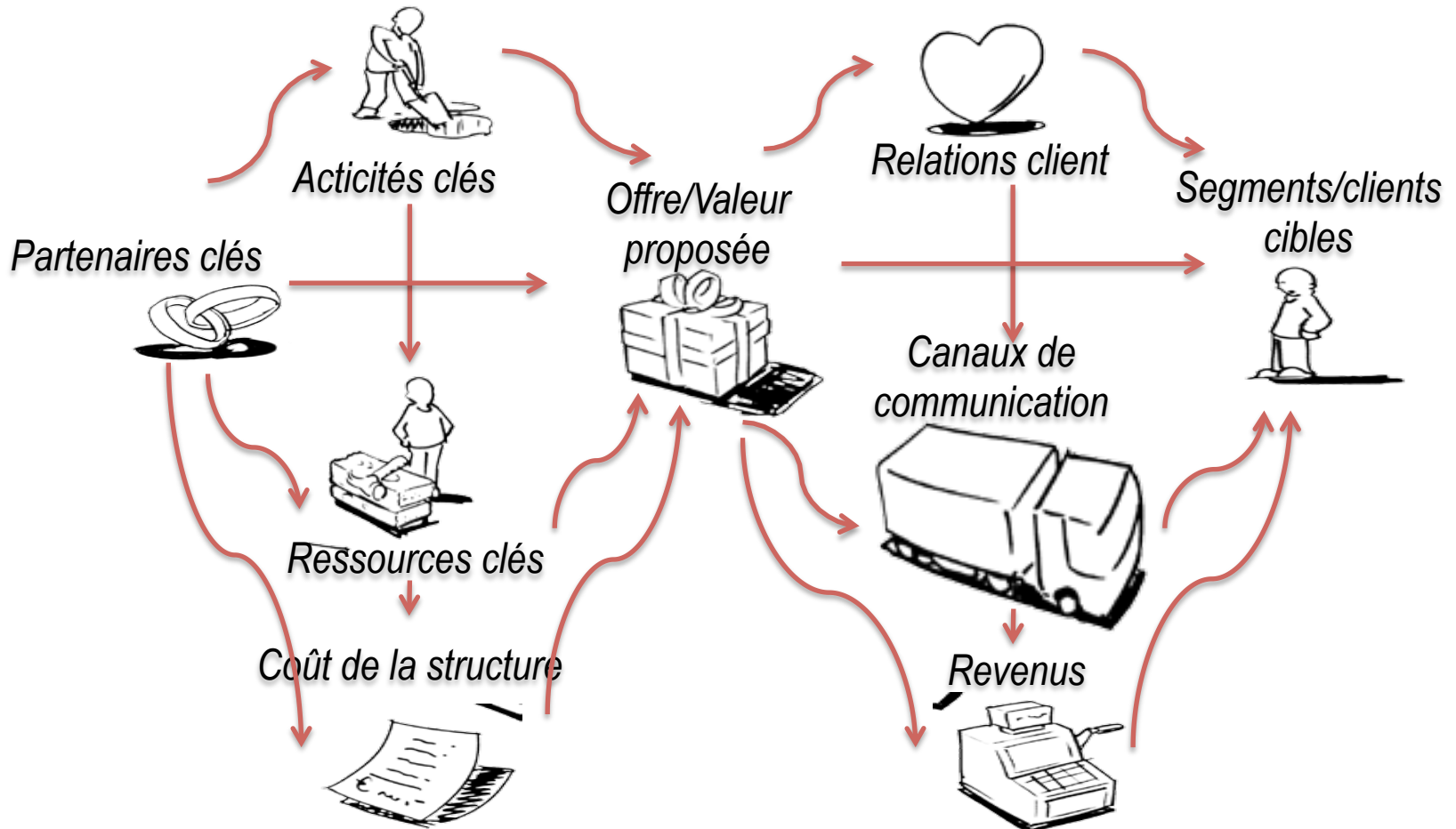
**Modèle d'affaire**

- *Quel(s) segment(s) de marché cibler ?*
- *Quel(s) type(s) d'offre(s) proposer ?*
- *A travers quel(s) canaux de communication et distribution ?*
- *Quel(s) type(s) de relations entretenir avec les clients?*
- *Quelles ressources mobiliser?*
- *Avec quels partenaires collaborer ?*
- *Quels sont les coûts inhérents à notre MA ?*

# Composants du modèle d'affaire

- **Segment** : *Marché de masse, de niche, diversifié, ...*
- **Offre** : *Performance, design, délais, prix, personnalisé, ...*
- **Canaux** : *Sites web, boutiques, sites partenaires, ...*
- **Relations client** : *Personnalisée, automatisée, self-service*
- **Ressources/Activités** : *Physiques, humaines, intellectuelles, financières, ...*
- **Partenaires clés** : *Fournisseurs, prestataires de service, consultants, ...*
- **Coûts de l'infrastructure** : *Infrastructure dématérialisée ou pas*
- **Flux des revenus** : *Prix variable en fonction du volume? Caractéristiques des clients/segment du marché ?*

# Représentation du modèle d'affaire



# Exemple de l'ancien modèle d'affaire de Skype

<b>Partenaires clés :</b> <i>fournisseur de paiement; partenaires de promotion</i>	<b>Activités clés :</b> <i>développement de logiciels</i>	<b>Proposition d'offre :</b> <i>appels gratuits via internet, appel vidéo, appels pas chers (skypout) Appels payants.</i>	<b>Relations clients :</b> <i>relation non personnalisée</i>	<b>Segments clients :</b> <i>utilisateurs du web, travailleurs à distance, voyageurs</i>
	<b>Ressources clés :</b> <i>développeurs, logiciels</i>		<b>Canaux de communication :</b> <i>skype.com</i>	
<b>Coûts de la structure :</b> <i>développement de logiciels, gestion des plaintes, maintenance du logiciel, ...</i>			<b>Flux du revenu :</b> <i>prépaiement skypout, vente de matériaux.</i>	

# ***Le e-commerce (commerce électronique)***

- **B2B** : Business to Business : nouvelles forme de transactions commerciales inter-entreprises (5.1 trillion \$ aux US) ;
- **B2C** : Business to Client : implique la vente d'un produit/service à des particuliers (consommateurs) ;
- **C2C** : Client to Client : implique la vente d'un produit/service entre particuliers : kelbillet, Airbnb, priceminister, .....

# B2C e-commerce en Europe

●  
-En 2012 64% des européens semblent utiliser internet de façon régulière, (environ 529 millions d'européens).  
-75% prévus en 2014

## USAGE INTERNET



## ACHATS EN LIGNE



Dépense moyenne



1.243 € / eshopper

1 Md d'e-shoppers soit 40% des utilisateurs d'internet

# B2C e-commerce en Europe

En 2012

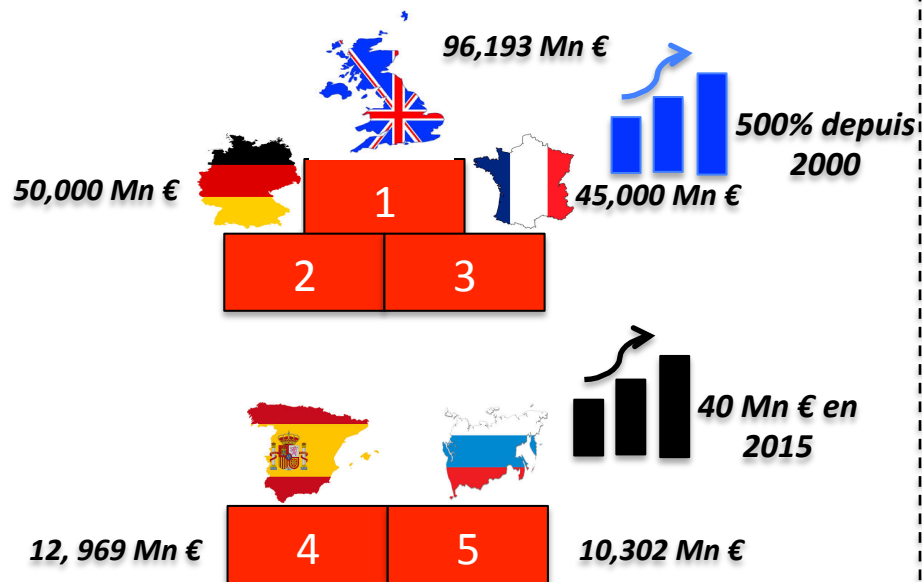


L'Angleterre,  
l'Allemagne et la  
France occupent  
61% du e-commerce

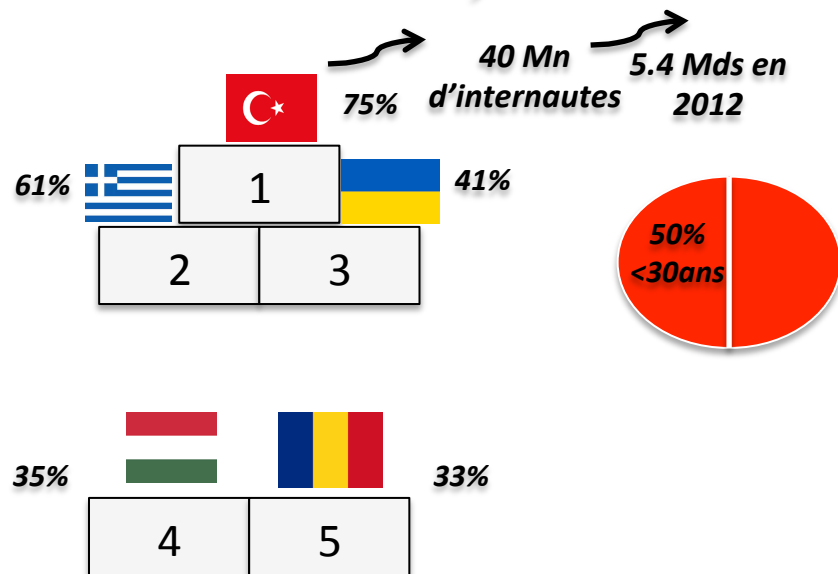
Ouest	160.8 Mds €	+15.8%
Centrale	76.3 Mds €	+20.5%
Nord	28.5 Mds €	+17.0%
Sud	32.4 Mds €	+29.3%
Est	32.4 Mds €	+33.0%

# B2C e-commerce en Europe

## Top 5 E-commerce (Mn €)



## Top 5 des pays émergents (taux de croissance)



# B2C : M-commerce en Europe

## *Le commerce Mobile*



## *Top 5 M-commerce / e-shopper*

