

**Investir pour
préparer le futur**

Manager à l'ère de l'IA

**4 VOIES POUR
DEVANCER LE FUTUR AVEC L'IA**

**Construire l'expérience
client de demain**

**Collecter et exploiter
les données**

LA SOCIÉTÉ DE DEMAIN S'IMAGINE DÈS AUJOURD'HUI

Le présent Think-Tank se donne pour vocation d'**accompagner les grandes entreprises françaises, pour dessiner et mettre en oeuvre dans la société les transformations nécessaires permettant de surmonter les obstacles actuels et de rester dans la course de la compétitivité mondiale, tout en y apportant un esprit humaniste par une revalorisation de l'humain dans l'entreprise.** Le but est de ne pas manquer le rendez-vous le plus important des années actuelles et à venir ; celui de la quatrième révolution industrielle.

De nouvelles manières de manager sont en train d'émerger en bénéficiant du développement de l'intelligence collective et de l'intelligence artificielle. Pour sa première année, le Think Tank se concentrera sur quatre piliers fondamentaux de cette révolution, autour de l'Intelligence Artificielle et de ses conséquences sur l'humain :

- *Investir pour préparer le futur*
- *Manager à l'ère de l'I.A.*
- *Construire l'expérience client de demain*
- *Collecter et exploiter les données*

Sur ces quatre domaines, nous ferons travailler ensemble dirigeants d'entreprises, scientifiques, start-uppers et penseurs sur les solutions de demain.

Différents ateliers seront ainsi organisés dans le but d'explorer les grandes problématiques de chacun de ces quatre thèmes, et aboutiront à différentes actions et productions telles que des rapports prospectifs, des conférences et des témoignages de diverses personnalités ayant mis en place des systèmes innovants ou encore à des expérimentations effectuées en partenariat entre les secteurs public et privé sur les dernières technologies de pointe.

Nous instaurerons aussi un dialogue direct entre experts, managers, et entrepreneurs pour partager les connaissances.

INVESTIR POUR PREPARER LE FUTUR

Contexte

La révolution de l'IA rebat les cartes dans le positionnement concurrentiel des entreprises et leur rapport à l'environnement sociétal. De nouveaux géants technologiques émergent et challengent les entreprises traditionnelles pour créer de la valeur avec leurs données. Le but de ce thème est de débattre des tendances émergentes induites par l'IA et qui représentent des opportunités et des menaces pour les entreprises : Où et comment doivent-elles investir ?

Problématiques et thèmes d'ateliers

1. *Détecter les futures sources de disruption liées changements technologiques.*
2. *(Re)construire le leadership technologique et rester compétitifs .*

Thèmes d'ateliers

1. Détecter les sources de disruption et inducteurs de changement technologique
 - *Quelles méthodes de veille et d'anticipation mettre en œuvre ?*
 - *Comment identifier et explorer les signaux faibles des technologies émergentes et prometteuses ?*
2. (Re)construire le leadership technologique et rester compétitifs
 - *Comment ne pas prendre du retard dans la compétition technologique ?*
 - *Où et comment investir ?*
 - *Quelles coopérations Public - Privé mettre en œuvre (financières, éducation) ?*
 - *Comment favoriser les relations entre les entreprises et les start-ups ?*

MANAGER À L'ÈRE DE L'IA.

Contexte

L'Intelligence Artificielle induit plusieurs changements majeurs dans le domaine du management avec en premier lieu la disparition ou la transformation de certains emplois et l'apparition de nouvelles fonctions. Les méthodes managériales vont également être transformées grâce à des approches agiles, collaboratives et transversales. L'IA permettra également une meilleure gestion des effectifs sous l'aspect administratif avec une analyse plus profonde du travail des salariés et une plus grande efficacité dans les recrutements et les promotions internes. Une gestion personnalisée des collaborateurs associée à un gain de temps pour les gestionnaires permettra de mieux répondre aux besoins de chacun.

Problématiques

1. *Anticiper avec le développement de l'IA la nouvelle gestion et la transformation des emplois à venir.*
2. *Faire évoluer le management.*
3. *Préserver l'humain avec l'IA.*

Thèmes d'ateliers

1. Avec le développement de l'IA, dans quelle mesure devons-nous anticiper la nouvelle gestion et la transformation des emplois à venir ?

Comment convertir les salariés des postes supprimés ? Comment recruter et former sur les nouveaux métiers ? Comment former les collaborateurs à des métiers qui se transforment énormément ? Problématiques externes à l'entreprise : Sociétale du volume des licenciements à traiter et de la formation à mettre en œuvre ainsi que la formation des talents pour répondre à la demande.

2. Quelles évolutions pour le management ?

Comment manager ces nouvelles formes d'organisation ? (Degré d'autonomie, manière d'apprécier les résultats, comment gérer l'individuel dans le collectif ?). Comment éviter les conflits entre les différents types d'organisations au sein d'une même entreprise et préserver l'unité ? Quel est le nouveau rôle du manager ? Quels sont les nouveaux rapports entre le management et les équipes ? Qu'est-ce que l'IA peut apporter à ces nouveaux modes de management ?

3. Comment préserver l'humain avec l'IA ?

Quel est le nouveau rôle du manager et des RH si l'IA les libère des tâches administratives et de pilotage ? Comment mieux prendre en compte les besoins des collaborateurs exprimés notamment dans les entretiens d'évaluation ? Comment, à partir des analyses permises par l'IA, mieux exploiter les compétences des collaborateurs ? Comment mieux recruter grâce à l'IA ? Comment mieux analyser les promotions et changements de poste ? Comment faire en sorte que le management ne soit pas déshumanisé ? Comment éviter que l'IA rende le management « malsain » ?

CONSTRUIRE L'EXPERIENCE CLIENT DE DEMAIN

Contexte

L'IA et le Big Data nous font entrer dans une nouvelle forme de Marketing : le marketing de l'attractivité, permettant de prévoir, sans intervention humaine, les comportements et les goûts des clients. Il permet ainsi de proposer des offres personnalisées à chacun, et de réagir directement aux actions du client sur les sites internet. Ceci correspond à une ultra-personnalisation de la relation client. Mais cela pose également la question de la protection des données personnelles, de l'identité des clients et consommateurs, et donc des limites de ces atteintes à la vie personnelle. L'intelligence artificielle appliquée à la relation avec l'utilisateur pose aussi de nombreux défis tant sur le plan des usages, de la technologie que celui du design d'expériences pertinentes. Pour s'imposer et réussir, les entreprises vont devoir tirer parti de ces nouvelles possibilités de design d'expériences grâce à l'IA.

Problématiques

1. *La connaissance du client.*
2. *L'expérience du client.*
3. *La protection du citoyen.*

Thèmes d'ateliers

1. La connaissance du client
 - *Comment mieux connaître les clients avec l'IA ?*
 - *Quels sont les domaines que permettent d'explorer ces nouvelles technologies ?*
 - *Quelles conséquences sur les métiers du Marketing ?*
2. L'expérience du client
 - *Comment concevoir et designer une expérience influente grâce à l'intelligence artificielle ?*
 - *Quels partenariats dans quel écosystème : universitaires, entrepreneurs, dirigeants, informaticiens ?*
3. Quelles règles éthiques pour protéger le citoyen ?
 - *Quelles seront les limites, liées à la protection des citoyens, et quelles règles d'éthique vont adopter les entreprises ?*
 - *Quel est le rôle de l'Etat et de la régulation / règles d'autocontrôle des entreprises et du marché ?*

COLLECTER ET EXPLOITER LES DONNEES

Contexte

La révolution économique et industrielle actuelle est directement liée à la « mise en données » du monde actuel ; en effet, plus un acteur économique possède de données diversifiées et de qualité, plus il sera en mesure de développer des solutions innovantes et efficaces. C'est pourquoi, il est nécessaire de penser dès aujourd'hui et ensemble, chercheurs, start-uppers et dirigeants, aux manières qui permettront de collecter et d'exploiter au mieux ce qui fait office de nouveau pétrole : la donnée.

Problématiques

1. Récolter et créer des données.
2. Partager et exploiter des données.
3. Penser les opportunités pour les modèles économiques futurs.

Thèmes d'ateliers

1. Comment récolter et créer des données ?
 - Comment systématiser et fiabiliser la récolte de données ?
 - Comment structurer les données ?
 - Comment augmenter virtuellement la quantité de données dont nous disposons ?
2. Comment partager et exploiter des données ?
 - Comment exploiter efficacement les données en effectuant des partenariats entre les secteurs public et privé et aboutir à des solutions innovantes ?
 - Comment valoriser les données jugées inutiles, à l'aide des dernières avancées de l'intelligence artificielle ?
3. Penser les opportunités pour les modèles économiques futurs.
 - Quel est l'impact de ces nouvelles possibilités pour construire les entreprises du futur ?