***TRANSFORMATION NUMÉRIQUE : D’ABORD UNE CULTURE D’ENTREPRISE***

La réussite de la transformation numérique ne s’aborde pas uniquement sous un angle technologique. Elle suppose une évolution organisationnelle et culturelle. Elle implique l’instauration d’un état d’esprit transversal touchant aux diverses facettes de l’entreprise et de ses parties prenantes. Autrement dit, il convient de développer une culture d’entreprise qui met en exergue les traits de la culture nationale et l’évolution de ses systèmes d’information. L’absence d’une culture numérique peut être perçue comme le principal frein de cette transformation.

Tous les acteurs de l’entreprise, salariés, dirigeants ou management intermédiaire sont concernés par la transformation numérique, et sont appelés à faciliter l’émergence d’une organisation pluridisciplinaire et transversale. Cette facilitation passe d’abord par l’acceptation de cette transition. Une acceptation ne se limite pas à une simple sensibilisation des acteurs sur les nouveaux outils ou sur les nouveaux modes de travail, mais doit intégrer aussi bien les volets psychologique, organisationnel et culturel.

***BIG DATA : UN PILIER DE TRANSFORMATION NUMÉRIQUE***

L’arrivée des objets connectés et intelligents, l’usage massif d’Internet et la prolifération des smartphones et des applications mobiles ont donné naissance à l’un des piliers de la transformation numérique. Ce pilier est derrière une avalanche de données souvent non structurées en vue d’extraire une masse considérable d’informations stratégiques pour les entreprises. Il s’agit du néologisme : Big Data

Le Big Data est perçu comme une évolution de la *business intelligence* (BI). Cette dernière se limitait aux données structurées en reposant sur les entrepôts de données (*Datawarehouses*). Alors que le Big Data fait référence à une gigantesque masse de données de l’écosystème de l’entreprise. Ces données, structurées et non structurées, concernent les avis des consommateurs sur des réseaux sociaux, les données extraites des services en ligne, les données internes de l’entreprise, voire même les données personnelles des clients.

1817

*http://economia.ma*