

CATALOGUE 2019

FORMATIONS
SI & NUMERIQUE



www.acadys.com
Mail : formations@acadys.com

LES FORMATIONS ACADYS POUR REUSSIR VOTRE TRANSFORMATION NUMERIQUE

Acadys propose un éventail de formations spécifiquement conçues pour sensibiliser les managers et les décideurs aux **enjeux de la transformation numérique**, tout en leur donnant des **clés concrètes** de compréhension et des éléments de maîtrise des technologies.

Depuis les « relations DG – DSI – Métiers » jusqu'à la « gouvernance des données » en passant par les « tableaux de bord DSI », ces formations vous enseignent à **Imaginer, Planifier, Piloter, Gouverner** la transformation numérique.

POURQUOI CHOISIR ACADYS ?

- Une expertise reconnue dans le **conseil en gouvernance stratégique**
- **15% du budget annuel consacrés à la R&D sur les business models** et méthodes de management innovants
- **15 ans d'expérience** en partage de connaissances et savoir-faire
- Un réseau international d'**experts-formateurs de haut niveau**.
- **Des méthodes d'apprentissage actif**. Un mix de **théorie, d'exemples, d'études de cas et d'exercices concrets**.
- Des partenariats avec des **organismes de référence** (Capgemini Institut, Orsys, Comundi)

Vous pouvez également constituer votre **programme à la carte** dispensé en **intra-entreprise** ou **extra-entreprise**.

DECOUVREZ NOS 2 TYPES DE FORMATIONS :

- [Nos formations non certifiantes](#)
- [Nos formations certifiantes](#)



Christophe **LEGRENZI**

Christophe Legrenzi président d'ACADYS France, société de conseil et d'audit spécialisée dans les nouvelles méthodes et techniques de stratégie, innovation, management, organisation et performance numériques.

Ingénieur en informatique de gestion, Ingénieur en informatique industrielle, Docteur ès sciences de gestion, auditeur certifié en analyse de la valeur (AV), informatique (CISA), en Gouvernance d'entreprise et informatique (CGEIT) et en gestion des risques (CRISC), il est spécialisé dans les domaines de la stratégie et de la performance des organisations numériques.



Laure **GAILLARD**

Senior Manager – It Strategie & Organisation. Diplômée de The Anderson Graduate School of Business at UCLA, Los Angeles elle anime de nombreuses formations pour Capgemini Institute. Certifiée BRMP et experte en pilotage de grands projets complexes IT/Métier à dimension stratégique elle dispose de 20 ans d'expérience en conseil et DSI en construction, engagement et pilotage de plans de transformation d'entreprise intégrant la dimension SI : Réorganisation, fusion de marques, transformation digitale...



Philippe **NIEUWBOURG**

Spécialisé dans la science des données, également appelée Intelligence d'Affaires ou Business Intelligence, puis Data Warehouse, Big Data et aujourd'hui Intelligence Artificielle et Apprentissage Machine. Analyste, rédacteur, et consultant-formateur, sa connaissance de ces marchés lui permet de nous guider vers une meilleure compréhension de ce domaine, le choix des bons outils, les bonnes méthodes de mise en œuvre. Créateur et dirigeant de Decideo, le site francophone de référence sur l'informatique décisionnelle il publie régulièrement des documents de différents formats, livres ou études, sur les sujets liés à l'analyse de données, à l'informatique décisionnelle en entreprise.

**Jean-Pierre GRANDHAYE**

Consultant en organisations, certifié Trainer in Value Management par Value for Europe, Administrateur de l'AFAV Paris, également certifié Lean Six Sigma par CentraleSupélec où il est formateur Black Belt. Il est expert en projets de développement de valeur pour les secteurs industriels et des services plus particulièrement hospitaliers, il mène des travaux de recherche universitaires et est l'auteur de nombreuses publications internationales. Ingénieur de formation il a soutenu un doctorat et un DEA en Génie des Systèmes Industriels à l'Institut Polytechnique de Lorraine.

**Olivier ABECASSIS**

Conseiller stratégique avec plus de 25 ans d'expérience éprouvée en technologie de l'information. Il est membre de l'Ordre des ingénieurs du Québec (OIQ), Forum sur la gestion des services de TI Canada (itSMF Canada), Institut de gestion des relations d'affaires (Institut BRM), Institut de gestion de projets (PMI). Son domaine d'expertise couvre : la gestion des services informatiques, informatique en nuage, résilience informatique, gestion des actifs informatiques, conception et intégration de processus informatiques, gestion de projets informatiques et la gestion des relations commerciales.

**Elisabeth BUCCI**

Directeur de projet bilingue avec trente années d'expérience dans la livraison des projets et programmes complexes, TI et affaires, dans de nombreuses industries, pour les grandes et petites entreprises, avec des clients internes et externes. Passionnée par l'enseignement, l'encadrement et le mentorat des gestionnaires de projet, elle est experte dans les programmes de transformation, avec l'intégration de la gestion et la réalisation des bénéfices et le changement organisationnel, définition des stratégies d'exécution modulaire et itératives et l'application des méthodologies et meilleures pratiques (PRINCE2, Agile, SAFe, iterative, DSDM, ITIL, IT Service Management).

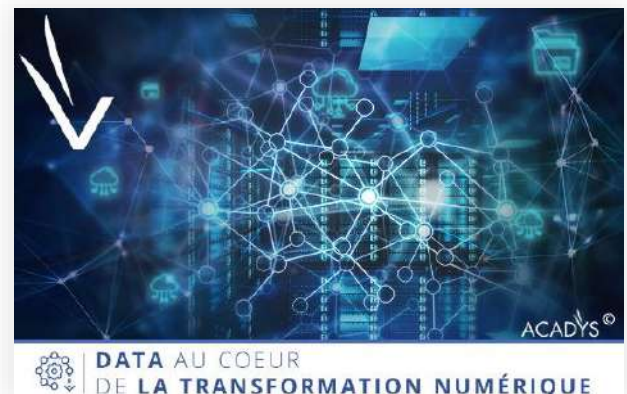
FORMATIONS NON CERTIFIANTES

P. 7



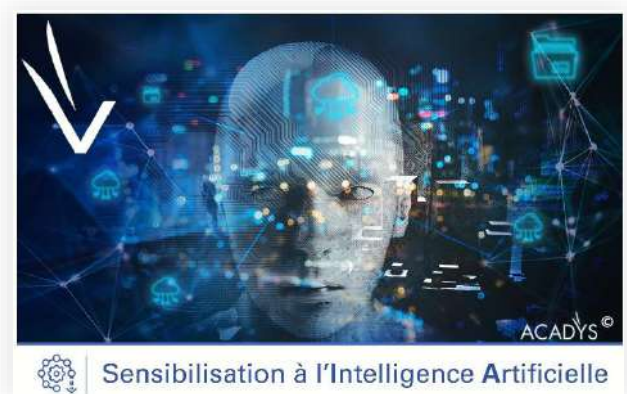
P. 10

P. 13



P. 16

P. 19



P. 21

FORMATIONS CERTIFIANTES

P. 24



P. 26



P. 28



Réussir sa transformation numérique : du schéma directeur informatique au schéma directeur numérique, nouvelles méthodes, outils et démarches pratiques.

ACADYS



Christophe Legrenzi

LE MOT DE L'INTERVENANT

Cette formation vous donnera toutes les cartes pour sensibiliser votre Direction Générale aux enjeux du numérique tout en repositionnant la DSI au cœur de la stratégie d'entreprise. Elle s'appuie sur plus d'une centaine de schémas directeurs mis en œuvre par Acadys et sur l'ouvrage « Les nouveaux Schémas Directeurs ». Car, contrairement à ce que prônent les approches privilégiées par le marché, la réflexion autour d'une stratégie numérique doit devancer celle sur la stratégie d'entreprise !

Contenus :

1. Planification stratégique et bonne gouvernance
2. Le schéma directeur vecteur de performance d'entreprise
3. Les principales méthodes d'élaboration du schéma directeur
4. Les différents types de schémas directeurs informatique, numérique et SI
5. Élaboration du schéma directeur numérique universel
6. La gestion du portefeuille de projets
7. La mise en œuvre de sa stratégie numérique : un changement fondamental de posture

Objectifs :

La stratégie numérique est l'exercice le plus fondamental pour préparer l'avenir de l'entreprise et de sa fonction informatique. La conduite d'un "schéma directeur" est un moment clé qui permet de faire le bilan des actions passées, identifier les nouveaux projets, préparer les budgets et repositionner la DSI en lui donnant une nouvelle ambition. Aujourd'hui, l'enjeu n'est plus uniquement de planifier les infrastructures, les applications et les services, mais bel et bien d'identifier les véritables leviers de performance et de modernisation de son organisation afin de créer l'entreprise numérique de demain.

Pré-requis :

Connaissances de base en Systèmes d'Information.

Évaluation validation :

Formation non-certifiante.



Durée :
2 jours - 14 heures

Dates : 23-24 Avril 2019



CONTACT :

Mail : formations@acadys.com

1 Planification stratégique et bonne gouvernance

- L'alignement stratégique, premier pilier de la gouvernance informatique
- L'évolution des préoccupations informatiques au cours du temps
 - Automatisation des fonctions administratives
 - Amélioration de la productivité individuelle et réponse aux besoins des métiers
 - Reconception des processus et création de nouveaux modèles économiques
- Le schéma directeur source d'innovation et de performance accrue pour l'entreprise
- Les approches agiles remettent-elles en question la planification stratégique ?
- Pourquoi un bon schéma directeur peut améliorer grandement la gouvernance des SI

2 Le schéma directeur vecteur de performance d'entreprise

- Le niveau d'informatisation des entreprises selon le modèle de la chaîne de valeur de Porter
 - Identification des domaines prioritaires d'informatisation
 - Les activités au cœur du métier et les activités de support ; que faut-il privilégier ?
 - Le taux actuel d'informatisation de la chaîne de valeur.
- Le modèle de modernisation, de management et de maîtrise : une approche universelle de la performance et de la compétitivité d'entreprise
 - L'état actuel des connaissances en matière de performance des organisations.
 - Le processus de management ou comment rendre l'organisation plus performante ?
 - Le processus de modernisation ou comment rendre l'organisation plus innovante ?
 - Le processus de maîtrise ou comment mieux piloter l'organisation ?
- Les trois étapes fondamentales du cycle de modernisation et d'informatisation des entreprises.
 - Le processus de planification et d'innovation : identification des « idées » et des « projets candidats »
 - Le processus de développement des projets
 - Le processus de mise en œuvre des « solutions »

3 Les principales méthodes d'élaboration du schéma directeur

- L'origine des méthodes et leurs implications.
- Leurs forces et faiblesses respectives, leurs domaines d'application privilégiés et, a contrario, leurs principales contre-indications
- Les principales méthodes d'élaboration d'un schéma directeur
 - Racine, une approche structurée et rationnelle
 - Méthode Nolan Norton, une méthode opportuniste orientée retour sur investissement
 - Information System Planning, une nouvelle ingénierie de l'information
- Les déclinaisons des cabinets de conseil et de service
- Synthèse des principales démarches conciliant les avantages de chaque méthode

4 Les différents types de schémas directeurs informatique, numérique et SI

- Les différents niveaux d'alignement stratégique
- Les limites de l'alignement stratégique. Pourquoi il faut aller plus loin aujourd'hui ?
- Différences entre schéma directeur et plan informatique
- Quel type de schéma directeur faut-il lancer ?
- Les différents types de schéma directeur
 - Le schéma directeur informatique
 - Le schéma directeur du système d'information
 - Le schéma directeur stratégique du système d'information
 - Le schéma directeur numérique
- Comment passer d'un discours orienté « technologie » à une approche orientée « métier » puis « marché » ?
- Pourquoi l'approche traditionnelle focalisée collecte et analyse des besoins métier est dépassée

5 Élaboration du schéma directeur numérique universel

- Stratégie métier et stratégie des systèmes d'information
 - Quelles sont les questions les plus importantes à poser à sa direction générale et aux principaux métiers ?
 - Évolution des métiers : pourquoi on ne peut plus se contenter de questionner uniquement les utilisateurs alors qu'il faut réinventer les modèles ?
- Les étapes du processus de construction
 - L'étape de diagnostic : les points forts et les points faibles. Les différentes techniques pour analyser l'existant
 - L'approche « verticale » par métier
 - L'approche « horizontale » par processus
 - Synthèse et plan d'action

- Les outils «standards» à utiliser pour les différentes phases
- Les différentes grilles d'analyse de la maturité des pratiques en matière de gouvernance, professionnalisation, d'organisation, de ressources, etc.
- L'élaboration de la cible par rapport à la cartographie applicative existante
- La définition de la trajectoire pour passer de la situation existante à la cible
- Le cas particulier de l'analyse des processus actuels et futurs
- Choisir les processus à forte composante informationnelle
- Faire le lien entre performance du processus, organisation et informatisation ; vers une nouvelle «ingénierie informationnelle»
- Quelle organisation faut-il mettre en place pour mener un tel projet ? Sur quelle instance peut-on s'appuyer ?
- Rôles et responsabilités du comité de pilotage, constitution, fréquence de réunions
- Le chef de projet et les équipes. Description des missions
- Implication des cellules d'architecture/urbanisation, d'organisation et de la qualité
- Quel planning type ? Faut-il privilégier une approche rapide mais incomplète, ou longue et exhaustive ?
- Le plan de communication et ses différents outils
- Plan type du schéma directeur stratégique des systèmes d'information (SDSSI)

6 La gestion du portefeuille de projets

- La prolongation naturelle et la pérennisation de la réflexion stratégique
- Comment intégrer les demandes et besoins à cycle court ?
- Les bases de la gestion de portefeuille
- L'ambiguïté entre projet informatique et projet d'entreprise
- Les leurres de la démarche maîtrise d'ouvrage-maîtrise d'œuvre.
- L'évaluation économique des projets
- Coût de projet versus coût de fonctionnement : que faut-il suivre et pourquoi ?
- Les différentes sources d'alimentation du portefeuille de projets.
- Le schéma directeur
- La planification budgétaire et le plan informatique
- Les demandes «ad hoc»
- Un PMO (Project Management Office) ou Bureau de Projets, pour gérer le portefeuille
- Un véritable outil de gestion et d'aide à la décision ; le cas des matrices de portefeuille
- La méthode OSER MISER

7 La mise en œuvre de sa stratégie numérique : un changement fondamental de posture

- Les scénarios de mise en œuvre
- Innovation et agilité dans les schémas directeurs
- La principale pathologie dont souffrent nos entreprises : le syndrome de l'homéostasie
- La gestion du changement : les causes principales d'échecs selon Kotter
- Les principes et démarches à suivre pour réussir la gestion du changement
- La DSI aussi doit changer

Nouvelles méthodes d'innovation et de transformation issues des plus belles réussites pour réinventer son entreprise à partir de son SI et des nouvelles technologies du numérique.



Christophe Legrenzi

LE MOT DE L'INTERVENANT

La transformation numérique est devenue une nécessité vitale pour la totalité de nos entreprises menacées d'ubérisation. Pour autant, les démarches d'innovation sont rarement enseignées et encore moins pratiquées. DSI, DG ou responsable métier, avec cette formation, vous maîtriserez les méthodes et techniques d'innovation des grands du numérique et des entreprises qui ont réussi leur transition. Vous serez en mesure d'introduire dans votre organisation une culture de veille et d'innovation pour alimenter en continu la transformation numérique.

Contenus :

1. L'innovation par la DSI
2. Les méthodes et techniques de l'innovation SI
3. Les enjeux du numérique en chiffres
4. Le rôle du numérique dans l'entreprise performante
5. Les technologies qui changent le monde
6. La transformation numérique
7. Nouveaux usages et modèles d'entreprise
8. Nouveaux modèles économiques
9. Nouveaux débouchés de l'innovation pour les métiers
10. Nouveaux modèles de management de l'entreprise numérique

Objectifs :

Connaître et maîtriser toutes les méthodes d'innovation. Comprendre les caractéristiques singulières de l'entreprise et comment les DSI peuvent-elles s'accaparer le leadership en matière d'innovation numérique, comment et avec qui jouer ce nouveau rôle, quelles innovations vont révolutionner le business : objets connectés, big data, impression 3D, réseaux sociaux, IA, machine learning etc. Comment appréhender la valeur ajoutée de ces innovations numériques, quelles sont les nouvelles attentes des clients et business models associés. Comment évaluer les bénéfices et les impacts de l'innovation numérique.

Pré-requis :

Connaissances de base en Systèmes d'Information.

Évaluation validation :

Formation non-certifiante.



Durée :
2 jours - 14 heures

Dates : 17-18 Juin 2019



CONTACT :

Mail : formations@acadys.com

1 L'innovation par la DSI

- Pourquoi l'innovation est clé pour une DSI ?
- Relation entre innovation et performance d'entreprise
- Les différentes déclinaisons de la productivité, performance, compétitivité et innovation
- L'innovation n'est pas forcément technologique
- Pourquoi la veille et l'innovation sont aujourd'hui vitales pour nos entreprises ?
- L'innovation est l'affaire de tous
- Exemples de secteurs entiers révolutionnés par le numérique
- Pourquoi la DSI doit prendre le « lead » en matière d'innovation ?

2 Les méthodes et techniques de l'innovation

- Pourquoi l'innovation ne vient-elle pas toute seule ?
- De l'idée à la méthode
- La différence entre invention et innovation
- Les grands inventeurs versus les grands innovateurs
- Les méthodes d'innovation
 - Le brainstorming
 - Le challenge-storming, le brainwriting
 - La méthode des six chapeaux
 - La pensée latérale
 - L'innovation par les clients
 - Le bootlegging
 - L'open innovation
 - Le Jugaad, Triz, ODI, etc.
- Mesurer le niveau de maturité de son organisation en matière d'innovation
- Quelques exemples

3 Les enjeux du numérique en chiffres

- L'économie de l'informatique et télécoms : les producteurs
- L'économie du numérique : les consommateurs et les nouveaux usages/services
- Pourquoi la valeur économique est d'abord chez le producteur : l'industrie informatique
- Le plus grand challenge de la transformation numérique : faire mentir le Paradoxe de Solow !
- L'évolution de nos économies, organisations et mentalités
- Les nouveaux enjeux de l'information, de la connaissance, du savoir et de la propriété intellectuelle

4 Le rôle du numérique dans l'entreprise performante

- L'entreprise numérique performante privilégie la gouvernance avant les technologies
- Comment sensibiliser la direction générale, les responsables métier et les informaticiens à l'importance du numérique ?
 - Les véritables enjeux
 - Maturité numérique et performance financière
 - Où et comment positionner la DSI ?
 - Comment évaluer sa maturité numérique ?
 - Faut-il une fonction dédiée au numérique ?

5 Les technologies qui changent le monde

- Cloud, BYOD, Big Data
- Objets connectés
- Impression 3D
- Réseaux sociaux
- Blockchain
- Bots
- Machine learning
- Intelligence artificielle etc.

6 La transformation numérique

- Créer l'entreprise numérique ne se fait pas par hasard
- L'importance de la stratégie numérique, cadre de l'innovation numérique
 - L'importance de la sensibilisation et de l'implication de la direction générale, des métiers et de la DSI
 - L'analyse de la maturité et de la criticité des processus
 - La veille technologique et métier
 - Le positionnement et les comités du numérique
- Illustrations

7 Nouveaux usages et modèles d'entreprise

- Gold Farming
- Mondes virtuels
- Nouveaux usages
- Nouveaux marchés, marchés traditionnels réinventés par le numérique
- Illustrations dans le commerce, l'hôtellerie, l'industrie, l'administration, les services, etc.

8 Nouveaux modèles économiques

- Quels sont les nouveaux modèles économiques qui émergent ?
 - Crowdsourcing
 - Crowdfunding
 - Freemium
 - Économie collaborative
 - Les monnaies virtuelles
- Pourquoi l'entreprise traditionnelle doit se repenser ?

9 Nouveaux débouchés de l'innovation pour les métiers

- Robotique
- Intelligence artificielle
- Internet des objets, etc.
- Comment impliquer les métiers par rapport à la veille technologique ?
- Pourquoi les métiers ne sont pas toujours les plus innovants ?
- Démarche analytique versus systémique
- Des modèles simples de réflexion et d'application...

10 Nouveaux modèles de management de l'entreprise numérique

- En quoi l'organisation taylorienne du travail est aujourd'hui dépassée
- Les hypothèses fondatrices sont remises en question
- La nouvelle génération aspire à plus d'autonomie et de liberté
- Le piège du « super utilisateur omnipotent »
 - Le SI et les métiers
 - Du hiérarchique au collaboratif
 - L'innovation participative
- L'entreprise sans manager existe-t-elle ?
- Quels sont les nouveaux modèles d'organisation émergents ?
- Comment concilier la stratégie et l'innovation numériques ?
- L'ADN des nouveaux managers comme Elon Musk, Jeff Bezos ou Mark Zuckerberg
- Quels dispositifs mettre en marche : Pitch, Roadmap, MVP, PMO, GPP, GP agile, etc.
- Le bi-modal : une obligation ?
- le niveau de maturité numérique de son entreprise
- Les clés de la gestion du changement
- La mutation de la DSI : de la marginalisation à la gestion de la transformation numérique de l'entreprise

Comprendre les enjeux de gestion des données à l'ère du numérique. Identifier les clés pour réussir la mise en place d'une politique de la donnée dans votre entreprise au bon niveau d'ambition en évitant les erreurs. Apprendre les méthodes et démarches pour mettre en œuvre et animer la gouvernance des données.



Philippe Nieuwbourg

LE MOT DE L'INTERVENANT

Comprendre les enjeux de gestion des données à l'ère du numérique. Identifier les clés pour réussir la mise en place d'une politique de la donnée dans votre entreprise au bon niveau d'ambition en évitant les erreurs. Apprendre les méthodes et démarches pour mettre en œuvre et animer la gouvernance des données.

Contenus :

1. De la donnée à la ... sagesse
2. Le business de la donnée
3. Pourquoi gouverner la donnée ?
4. Cycle de vie de la donnée
5. Comment gouverner la donnée
6. La gouvernance des données par rapport à la gouvernance globale
7. Mettre en place une gouvernance de données

Objectifs :

En deux journées denses, cette formation présente un point complet sur les enjeux métiers et technologiques des données de l'entreprise et sur les meilleures pratiques à employer : revue des cadres réglementaires applicables, des principaux référentiels de gouvernance, de management et qualité des données, des architectures et des usages, des bonnes pratiques de gestion et d'ingénierie, des bénéfices pour l'entreprise, le tout illustré par une étude de cas détaillée.

Pré-requis :

Connaissances de base en Systèmes d'Information.

Évaluation validation :

Formation non-certifiante.



Durée :
2 jours - 14 heures

Dates : 15-16 Avril 2019



CONTACT :

Mail : formations@acadys.com

1 De la donnée à la ... sagesse

Le modèle d'Ackoff (DIKW) :

- La donnée
- L'information
- La connaissance
- La sagesse

Les caractéristiques singulières de l'information

2 Le business de la donnée

Pourquoi et comment les données portent la transformation de secteurs clefs de l'économie

- Dans la finance
- Dans l'industrie ou la santé
- Dans l'administration
- Dans la distribution et l'e-commerce

Rôle des données dans la transformation numérique

- Les données au cœur des nouveaux business models
- La valeur des données dans la nouvelle économie

Rôle des données dans l'innovation

- Les Datas : source d'innovation ?
- La Data au cœur des nouveaux usages

L'économie de la donnée

- Valorisation des patrimoines informationnels
- Monétisation des données....

Exemples : les parcours clients

3 Les enjeux du numérique en chiffres

Intérêts business : la qualité pour la performance

- Efficacité et efficience
- Performance économique
- Disponibilité et continuité de service.

Nécessité business : donner confiance

- Confidentialité, anonymisation
- Indice de confiance : pourquoi il est majeur.
- Sécurité / confiance : Blockchain

Sécurité business : limiter les risques

- Sécurisation, vol, ...
- Utilisation abusive : quels sont les risques ?
- Recherche de responsabilités

Nécessité légale : respecter les lois

- Etat des lieux des cadres réglementaires : Données personnelles, données financières, solvabilité
- Réglementations régionales

Exemples : la maîtrise des risques

- BALE
- SOLVENCY etc.

4 Cycle de vie de la donnée

Acquisition

- L'évolution des capacités d'entrée
- De la saisie à l'acquisition automatique (dont IOT)
- La consommation

Qualification

- Contrôle et gestion de la qualité des données
- Gestion des non conformités (rejets / recyclage)
- Redressement

Sécurisation

- Notion de données personnelles, sensibles
- Décisions de cryptage, anonymisation, pseudonymisation

Transformation / enrichissement / fabrication

- Données calculées, générées
- Données et processus métiers...

Transmission / échange

- Batch
- API
- Services

Utilisation

- Exploitation dans les systèmes opérants
- Exploitation décisionnelle : de la Business intelligence au Business Analytics ?
- Conservation : journal, historique, archivage, archivage probant
- Etc.

Inutilisation

- Données non exploitables
- Données parasites
- Données non ou partiellement exploitées : quid des datalake ?

Représentation / visualisation

- Business Intelligence
- Data visualisation
- Business Analytics

Traçabilité

- Les contextes de traçabilité : les applications, les flux, la traçabilité de bout en bout
- Cas de la Blockchain : une nouvelle référence ?

5 Comment gouverner la donnée ?

Définir & documenter

- Les types de données : référentielles / transactionnelles / décisionnelles
- Données structurées / non structurées / transtructurées

Modéliser

- Les métadonnées
- Les objets métiers
- Les données dans les processus
- Les données des applications : la représentation des données, les flux
- Les nouveaux modèles de données : étoile écrasée ou Big Table, Hub-link-satellite.

S'organiser pour gérer : rôles et responsabilités des acteurs

- Le rôle de propriétaire des données
- Le rôle du responsable des traitements
- Le rôle de pilote de la qualité et de la sécurité des données
- Les rôles de gestion opérationnelle des données
- Les nouveaux rôles de Chief Data Officer / Data Steward
- Le RSSI / le DPO (Délégué à la Protection des données)
- Les datascientist
- La comitologie

Outiller : Les solutions de gouvernance des données

- Les composantes : Master Data Management, Data Quality Management
- Les pure players
- Les solutions intégrées.

Partager : Les solutions de partage des données

6 La gouvernance des données par rapport à la gouvernance globale

Les données au sein de la gouvernance du SI

- Les données et COBIT5
- Les données et TOGAF 9.1
- Les données, BISL et le BABOK

Démarches existantes et limites

- Data Management Body Of Knowledge
- Data Governance Institute
- IBM Governance Council
- Enterprise Information Management
- Le data management maturity model
- Non Invasive Data Governance
- Une approche des solutions de management des données : MIKE-2

Organiser la gouvernance des données

- De la gouvernance des données à la gouvernance des projets.
- Supervision des opérations sur les données.
- Les organisations de gouvernance des données

Etablir la fonction de gouvernance des données

- Etablir la politique des données
- Etablir une charte : objectifs, organisation, comités, rôles et responsabilités
- Définir les indicateurs et le reporting

7 Mettre en place une gouvernance de données

Faire un état des lieux

- Identifier la maturité de l'entreprise ou de l'organisation
- Recenser les actions réalisées / identifiées / pas faites
- Cartographier les risques et opportunités
- Recenser l'outillage existant et les acteurs

Identifier le prétexte à la prise de conscience (pourquoi ?)

- Identifier les enjeux métier opérationnels et stratégiques
- Identifier les freins métiers et IT
- Evaluer les coûts d'une absence de gouvernance de données

Identifier les rôles et responsabiliser des acteurs (qui ?)

- Les fonctions obligatoires
- Les qualités requises pour les acteurs
- Le rôle de chacun

Outiller

- Harmoniser et rationaliser l'existant
- S'outiller progressivement

Mettre en œuvre sur l'existant

- Cibler des quick win en fonction des problèmes
- Prioriser les constituants du pilotage opérationnel
- Etablir une roadmap fonction des gains opérationnels
- Déployer progressivement et accompagner le changement
- Intégrer le sujet des données dans les comités de gouvernance des processus

Mettre en œuvre sur les nouveaux périmètres

- Inscrire la qualité des données dans la charte de l'architecture d'entreprise
- Intégrer la cartographie des données dans les processus métier et dans le système d'information
- Définir et déployer les cadres d'exigences des données
- Lancer / compléter le dictionnaire d'objet métier

Partager et valoriser

- Produire et expliquer les indicateurs
- Mesurer le retour sur investissement de la gouvernance de données
- Rendre compte de la progression
- Animer la communauté des parties prenantes et des acteurs
- Valoriser l'action

Evolution des usages, des architectures consommatrices et productrices de données, révolution sociétale, révision des business models, contraintes réglementaires... Comment tirer davantage parti de son patrimoine informationnel ?



Philippe Nieuwbourg

LE MOT DE L'INTERVENANT

Avec cette formation, nous vous accompagnons dans la compréhension du rôle des données comme carburant de l'innovation et de la transformation numérique. Nous vous aidons à appréhender toutes les révolutions (technologiques, d'usages, sociétales, réglementaires...) pour porter cette transition sans la subir tout en faisant la part des choses sur la maturité des différentes possibilités qui se présentent à vous. Nous vous donnerons également une vision large des tendances et orientations à 2-5 ans tant au niveau de l'individu (consommateur, client, collaborateur), qu'au niveau des organisations et de la société pour vous donner toutes les clefs et vous positionner dans ce vaste objectif.

Contenus :

1. La transformation numérique portée par les données
2. Quel est le poids des données dans les nouveaux business models ?
3. Analyse et évolution des sources de données
4. Analyse et évolution des modes et architectures de traitement
5. Analyse et évolution des impacts sur les usages et le business
6. Analyse et évolution de l'impact des contraintes réglementaires et politiques des pays
7. Evolution induite de l'entreprise et de sa gouvernance

Objectifs :

La question n'est plus : « faut-il valoriser son patrimoine de données ? », mais : « comment tirer davantage parti des révolutions technologiques et sociétales autour de la donnée dans un contexte tiraillé par les contraintes réglementaires d'une part et l'uberisation des métiers traditionnels d'autre part ? ».

Ce séminaire, à la fois opérationnel et stratégique, vous aidera à trouver des réponses à vos questions sur la Data et met en évidence les mutations majeures induites par la révolution du Big Data, de l'Intelligence artificielle et de toutes leurs déclinaisons. Il vous aidera à faire un tour d'horizon large sur les mouvements en cours depuis quelques années et à en tirer profit en identifiant des chantiers concrets à mener dans vos organisations.

Pré-requis :

Connaissances de base en Systèmes d'Information.

Évaluation validation :

Formation non-certifiante.



Durée :
2 jours - 14 heures

Dates : 19-20 Juin 2019



CONTACT :

Mail : formations@acadys.com

1 La transformation numérique portée par les données

- Place des données dans la transformation numérique
- Donnée, information et connaissance
- Transformation numérique et impact sur les données
- Les données au cœur des enjeux métiers
- Tous les métiers et tous les services sont concernés
- De l'informatique au système d'information
- Analyse et évolution des générateurs et consommateurs de la Data
- Que seront les générations Y, Z suivantes et quel rapport entretiendront-elles avec les données.
- Pourquoi et comment les données portent-elles la transformation de secteurs clefs de l'économie

Dans la banque, l'assurance, l'industrie, la santé, l'administration, la distribution et le e-commerce

2 Quel est le poids des données dans les nouveaux business models ?

- Rôle des données dans la transformation numérique
- Les données au cœur des nouveaux business models
- La valeur des données dans la nouvelle économie
- Monétisation de l'information
- Ethique des usages et différences culturelles
- Rôle des données dans l'innovation
- La place de la Data comme source d'innovation
- La Data au cœur des nouveaux usages
- L'économie de la donnée
- Valorisation des patrimoines informationnels
- Monétisation des données

3 Analyse et évolution des sources de données

Les différents réceptacles de données pour l'analyse dans l'entreprise

- Bases de production
- Datawarehouse
- Data-lakes
- DMP (Data Management Platform) et CDP (Customer Data Platform) externes

Le patrimoine informationnel de l'entreprise

- Que couvre-t-il ?
- Gestion d'un patrimoine d'informations
- Cohabitation entre les différentes générations de systèmes informationnels

Réseaux sociaux

- Quels enjeux et risques à ouvrir son système d'informations
- Les données mises à disposition par les grands acteurs (Facebook, Twitter, Amazon)
- La culture du consommateur

Objets connectés et internet des objets

- Les enjeux de l'IoT et l'impact sur le patrimoine informationnel
- Vers un « data deluge » ?
- Les impacts secteur par secteur

4 Analyse des coûts

Big Data

- De quoi parle-t-on ?
- Un peu d'histoire
- Explosion des volumes et des usages
- Les concepts techniques clef en grande synthèse
- Les grandes briques applicatives au service du Big Data
- Mode d'emploi pour lancer une initiative Big Data

Cloud

- Positionnement vis à vis de la gestion des données
- Enjeux, opportunités et tendances

Intelligence artificielle

- Du reporting au monitoring et au prédictif
- La génération de données par les données
- Machine Learning et Deep Learning
- Data Science
- Analyse prédictive
- Chatbots, Cobots, Sobots...
- Une évolution logique : connaissance, intelligence

Business Analytics, Self-service & Dataviz

- Enjeux, opportunités et tendances.
- Impacts organisationnels

La révolution du temps réel

- Le temps réel s'invite dans de nombreux usages
- Quel impact sur les architectures SI et la gestion des services ?

Blockchain

- Positionnement vis à vis de la gestion des données
- Vers un système universel de « notarisation » de la donnée ?
- Enjeux et opportunités

Quantique

- Quelles possibilités complémentaires liées à une explosion de la puissance de traitement ?

Quels impacts sur la Data et que pourra-t-on en tirer de plus à l'avenir ?

- Self-service, Smart Data, vers une reprise en main par les utilisateurs métier des données de l'entreprise
- Qui profitera demain de l'explosion des données ?

5 Analyse et évolution des impacts sur les usages et le business

Pour l'individu (travail, vie quotidienne, ...)

- Vous avez dit « Big Brother » ?
- Enjeux pour nos sociétés de l'avènement de l'Intelligence Artificielle

La place du social

- Les données fournies par les partenaires (réseaux sociaux, ...)
- Leur rôle dans l'identification et la confidentialité des données.
- Quels impacts sur la relation aux consommateurs ?

Ubérisation et intermédiation

- Toutes les entreprises seront-elles touchées ?
- Comment (éventuellement) s'en protéger ?

Personnalisation et individualisation

- Quelles opportunités marketing ?
- Quels risques réglementaires et réputationnels ?

Pour les entreprises et leurs business models traditionnels

- Les enjeux pour l'entreprise (risques de disruption, maîtrise de la relation clients, valeur additionnelle, ...)
- Les nouveaux métiers, l'automatisation, les modèles collaboratifs
- L'impact sur le Web Marketing, le Programmatique
- Les échanges entre organisations et entreprises
- Intégration de données externes à l'entreprise
- Les modèles ouverts d'API et l'ouverture vers l'extérieur
- Les échanges internationaux

Les rapports à la concurrence

- S'ouvrir pour ne pas disparaître
- Partager pour créer de la valeur

6 Analyse et évolution de l'impact des contraintes réglementaires et politiques des pays

Vers un coup d'arrêt de l'utilisation et du partage de l'information ?

- Les enjeux de l'expérience client augmentée
- En quoi les Data Management Platform peuvent être remises en cause par ces contraintes réglementaires ?
- La gestion des données personnelles va-t-elle mettre un frein à tout ça ou n'y aurait-il pas une opportunité marketing rare ?

RGPD, ePrivacy, et autres : quelles conséquences ? Quels risques

- Le Règlement Général sur la Protection des Données : que faut-il retenir ? Quelle stratégie adopter ?
- Rôle du DPO (Data Protection Officer) et évolution de l'action de la CNIL
- Les spécificités sectorielles (Banque, Assurance, Santé...) : enjeux et opportunités

Sur les environnements sociologiques et politiques

- Ethique, confiance et culture
- Le rôle de l'open data et de la Datadministration

7 Evolution induite de l'entreprise et de sa gouvernance

Gouvernance des données

- Les grandes fonctions de la gouvernance des données
- Les principaux frameworks de gouvernance
- La gestion de la qualité des données

Les grands enjeux de la gestion du patrimoine informationnel

- Les impacts de la non qualité
- La mise en place d'une culture Data
- Comment se prémunir du risque d'infobésité
- Comment estimer la valeur de son patrimoine informationnel et le gérer en conséquence

Impact sur le Système d'information

- Vers une transition accélérée vers l'externalisation
- Vers des architectures de sécurité renforcées

Organisation et métiers

- Organisations adaptées aux enjeux de la gestion des données
- Les métiers de la donnée et de ses usages
- Culture de l'entreprise « data-driven »
- Le drame des silos organisationnels

Profils et compétences

- Profils à rechercher ou construire
- Compétences clé

Architectures, modélisation, outils, mise en œuvre pratique, évolution.



Philippe Nieuwbourg

En trois journées denses et illustrées de nombreux exemples pratiques, ce séminaire dresse un état de l'art pragmatique du Décisionnel. Pour chacune des phases de construction du Système d'Information décisionnel, sont mis en évidence les options possibles, les difficultés de mise en œuvre et les enseignements en termes de bonnes pratiques.

Contenus :

1. L'architecture du Système d'Information décisionnel
2. Le portail décisionnel
3. En route vers le Big Data...
4. La modélisation des informations d'aide à la décision
5. La mise en œuvre du projet décisionnel
6. La plateforme Data Warehouse

Objectifs : Savoir quelle architecture retenir pour le système décisionnel, pour quel type d'organisation et de projet.

- Connaître la place du Data Warehouse au cœur du système d'information décisionnel.
- Étudier la modélisation des données « en étoile » selon une approche vectorielle (Business Process Intelligence) et MDM (Master Data Management), ainsi que la maîtrise de l'ordonnancement des flux de collecte et de normalisation des données, d'intégration et de restitution des informations.
- Décider quel niveau de décisionnel choisir : pilotage, analytique ou temps réel BAM (Business Activity Monitoring).
- Connaître les points clés de la mise en œuvre d'un système décisionnel ajusté au métier.
- Savoir décider quelle organisation de projet mettre en place.
- Distinguer les rôles des différents acteurs de la maîtrise d'ouvrage et de la maîtrise d'œuvre dans un projet de Business Intelligence.
- Améliorer concrètement le suivi, la prévision et l'optimisation de l'activité des organisations commerciales ou publiques.

Pré-requis :

Connaissances de base de la systémique des organisations.

Évaluation validation : Cette formation ne donne pas lieu à une évaluation formalisée des acquis de la formation



Durée :
3 jours - 21 heures

Dates : 12-14 Novembre 2019



CONTACT :

Mail : formations@acadys.com

1 L'architecture du Système d'Information décisionnel

Du reporting à la Business Process Intelligence

L'évolution des exigences des utilisateurs en termes d'aide à la décision.
 Les complémentarités entre pilotage opérationnel et Business Intelligence.
 Comment valoriser les données pour optimiser les processus métier.
 Comment concrètement intégrer les objectifs stratégiques dans le projet décisionnel.
 Comment faire évoluer les Data Marts existants vers un Système Décisionnel centralisé.

Les modèles de mise en œuvre

Data Marts indépendants ou dépendants, Système Décisionnel unifié ?
 Peut-on construire une architecture couvrant l'ensemble des besoins : reporting, analyse, pilotage, Big Data ?
 Les facteurs clés pour garantir la capacité d'évolution : volume, utilisateurs, périmètre fonctionnel.
 Rôles et fonctions des modules d'alimentation : réplication, extraction, normalisation, intégration et visualisation.
 Le projet décisionnel : quel impact sur les systèmes informatiques de gestion et sur les référentiels métiers ?

La gestion des flux de données

Le système de collecte des données opérationnelles.
 Les flux de normalisation des informations référentielles.
 Les flux d'intégration des informations décisionnelles.
 Les flux d'interface avec les systèmes consommateurs.
 Comment assurer la cohérence des données du Data Warehouse.
 Changed Data Capture : besoins fonctionnels et solutions réalistes.
 Comment éviter les pièges de la restitution ad hoc et préserver l'autonomie des utilisateurs.

L'information référentielle, mode d'emploi

Quelles sont les conditions pour qu'une information devienne référentielle, et reste intègre ?
 Comment éviter les pièges sémantiques : acronymie, synonymie, polysémie.
 Dictionnaire dédié ou intégration des métadonnées dans le portail décisionnel ?
 Le Data Quality Management (DQM) et le Master Data Management (MDM) en prolongement du projet décisionnel.

2 Le portail décisionnel

Le Décisionnel et le Web

Quelles « interfaces » aujourd'hui pour exposer l'information décisionnelle ?
 Comment profiter de l'ergonomie Web 2.0 : pour quels types de besoins et d'utilisateurs ?
 La Data Visualization : réalité des nouvelles interfaces pour le portail décisionnel.
 Comment choisir le bon compromis entre richesse fonctionnelle et simplicité d'utilisation (Affordance).

Les composants du portail décisionnel

Quelles sont les solutions aujourd'hui opérationnelles ?
 Quelles sont les contraintes liées à leur mise en œuvre ?
 Quels sont les apports réels de la Data Visualization pour le Décisionnel ?

L'intégration du portail décisionnel

Les cibles Intranet, Extranet et Externet.
 Portail décisionnel et portail d'entreprise.
 Comment faire du Décisionnel une source de nouveaux services.

3 En route vers le Big Data...

Les axes d'évolution du Décisionnel vers le Big Data

Faut-il faire évoluer l'architecture du Système d'Information Décisionnel pour intégrer les fonctions Big Data ?
 Data Warehouse, Data Lake et Big Data : objectifs et rôles respectifs au sein du SID.
 Les complémentarités entre SI Opérationnel, Décisionnel et Big Data.
 Données « non structurées », Prédictif, Prescriptif : quels besoins et quelles solutions ?
 De la BI à la Data Science : données In-Memory, temps réel, Embedded BI, NoSQL, Hadoop ...
 Big Data : évolution ou révolution ?

4 La modélisation des informations d'aide à la décision

Les objectifs de la modélisation

Comment décrypter l'expression des besoins décisionnels.
Comment définir et cadrer le périmètre du projet décisionnel.
Agile Data Warehouse Design et « Model Storming ».
La démarche de modélisation agile (BEAM).

La modélisation en étoile

Faut-il re-modéliser les données des processus métier (BPR) ?
Les composants de l'étoile : faits, indicateurs et référentiels.
Comment éviter le foisonnement des agrégats et des indicateurs.
Pourquoi faut-il éviter la modélisation des données « en flocon » ?

Les processus de pilotage

Comment réconcilier MOA et MOE (BPI).
Comment garantir la fiabilité des consolidations (DQM).
Les référentiels et la stabilité historique du périmètre (MDM).

La performance et l'évolutivité

Quelles sont les réponses de la modélisation vectorielle ?
La modélisation des évolutions dans les référentiels métiers.
Comment garantir la cohérence des analyses transversales ou rétroactives.

5 La mise en œuvre du projet décisionnel

L'étude préalable

Les facteurs clés du succès d'un Système d'Information Décisionnel.
Comment mieux impliquer directions générales et utilisateurs.
Quels sont les critères pour le lotissement du projet décisionnel ?
Périmètre fonctionnel pilote : quelle définition optimum ?

Le groupe de projet

Acteurs, rôles et livrables.
Sous-traitance : quoi, quand, comment ?
Les responsabilités MOA et MOE.

De l'expression des besoins à la modélisation

Jusqu'où aller dans l'expression des besoins ? Comment formaliser les besoins fonctionnels.
Comment répartir les rôles entre maîtrises d'ouvrage et d'œuvre.
Les livrables : objectifs et contenu.
Modélisation vectorielle : quels vrais avantages ? Où sont les difficultés ?

L'approche spécifique de la recette

Recette du Système Décisionnel : qui invoquer et comment ?
Comment valider le retour sur investissement.
Comment évaluer la qualité des données : que faire des données « invalides » ?
Comment établir un cycle vertueux d'amélioration de la qualité des informations.
Quels liens entre Système Décisionnel, Système Référentiel et Système informatique de Gestion ?

Le déploiement au-delà du projet pilote

Extensions du projet décisionnel : domaine fonctionnel, historique, usages, données non structurées.
Comment garantir la cohérence et la fiabilité des informations décisionnelles dans le temps.
Quand et comment faire évoluer le cercle des utilisateurs du Système Décisionnel ?
Comment passer d'une culture du Data Mart à un Système Décisionnel partagé.
Comment gérer les impacts inévitables sur les Systèmes informatiques de Gestion.

6 La plateforme Data Warehouse

Le Système de Gestion de Base de Données

Fonctionnalités et positionnement du système de gestion de Base de Données dans l'architecture décisionnelle.
Comment choisir et faire évoluer la machine et la Base de Données dédiées au Data Warehouse.
Pourquoi et comment faire cohabiter bases relationnelles (SGBDR) et multidimensionnelles (SGBDM) ?
SGBD In-Memory : comment faire profiter les utilisateurs de cette rupture technologique ?
Panorama des offres : Oracle, IBM, Teradata, SAP, Microsoft et les nouveaux entrants.

Les outils d'intégration de données

Fonctionnalités attendues d'un logiciel ETL
Comment modéliser les flux des données et leur ordonnancement.
Positionnement des offres ETL : Informatica, ODI, BODS, SSIS, Talend, etc.

Les outils de restitution

Query et Reporting, Ad Hoc Analysis, Cubes MOLAP, etc. : quels domaines d'application privilégiés ?
Quels outils et quelles fonctionnalités pour quelles catégories d'utilisateurs ?
Comment éviter le foisonnement des rapports et des traitements de restitution.
Positionnement des offres : SAP, IBM, MicroStrategy, Microsoft BI, Qlik, Tableau...
Ergonomie et autonomie de l'utilisateur : comment éviter le rejet de la solution de restitution.

Origines et concepts, applications et acteurs, impacts humains et perspectives



Sensibilisation à l'Intelligence Artificielle



Philippe Nieuwbourg

Le Mot de l'intervenant

L'intelligence artificielle forte n'existe pas ! Les plus grands spécialistes mondiaux du sujet le reconnaissent eux-mêmes. Mais les méthodes et techniques développées aujourd'hui n'en représentent pas moins un progrès considérable en matière d'automatisation de certaines fonctions. Plus que d'IA, il me semble plus juste de parler d'intelligence augmentée. Et au travers de nombreux cas pratiques, je vous expliquerai comment l'apprentissage machine, l'apprentissage profond, et d'autres méthodes permettent aujourd'hui aux entreprises de mieux valoriser leurs données.

Contenus :

7. Les origines de l'IA, ce qu'elle est, ce qu'elle n'est pas !
8. Grands concepts et courants
9. Les applications génériques de l'IA
10. Les applications métiers, pratiques et visibles
11. Impacts humains et juridiques
12. La mise en œuvre du projet IA

Objectifs : Comprendre ce que recouvre le terme d'intelligence artificielle, les usages, les techniques et les cas d'applications

- Comprendre la signification de termes tels que Machine Learning, Deep Learning, Réseaux de neurones...
- Les principales méthodes d'apprentissage automatique, supervisé, non-supervisé, par renforcement ; quand et comment les choisir ;
- Panorama des premiers retours d'expériences de mise en place de solutions d'intelligence augmentée : études de cas
- Panorama des solutions disponibles sur le marché
- Méthodes et conduite de projet : comment expérimenter à moindre risque et à moindre coût
- Impacts humains de l'automatisation et de la robotisation (matérielle et logicielle) : les fonctions impactées
- Les métiers de demain : comment s'y préparer
- Les tendances, le futur : de l'IA à l'Informatique Quantique

Pré-requis :

Connaissances de base de la systémique des organisations.

Évaluation validation : Cette formation ne donne pas lieu à une évaluation formalisée des acquis de la formation



Durée :
1 jours - 7 heures

Dates : 17 Avril 2019

21 Juin 2019



CONTACT :

Mail : formations@acadys.com

1 L'intelligence artificielle n'existe pas !

Définitions pour comprendre ce dont on parle

L'intelligence artificielle forte vs faible
 Qu'est-ce que : l'apprentissage machine, l'informatique cognitive, l'apprentissage profond, les réseaux de neurones, etc.
 Comprendre pour démystifier
 Le concept d'intelligence augmentée

Histoire de l'intelligence artificielle

Les recherches qui ont amené à penser qu'un jour, l'ordinateur pourrait être intelligent
 Les principaux chercheurs et leurs contributions
 Histoire et sémantique de l'IA
 Les hauts et les bas dans l'histoire de l'IA
 Les étapes marquantes
 Comprendre le fonctionnement du cerveau humain pour comprendre la machine
 Pourquoi connaître et comprendre cette histoire, est fondamental pour imaginer des applications réalistes en entreprise

2 Les grands concepts de l'IA

Impacts relatifs du Machine Learning, Deep Learning, AI, Réseaux de neurones, systèmes experts sur les différents métiers de l'entreprise
 Connexionnisme et symbolisme
 Segmentation de l'IA
 Etat des lieux en 2018
 Algorithmes et logiciels
 Principales approches
 La logique floue
 Le Machine Learning
 Les réseaux de neurones
 Le Deep Learning
 Les GAFA et l'IA
 Artificial General Intelligence
 Google DeepMind

3 Algorithmes et logiciels : principales briques

Vue générale

Techniques et applications
 Les langages utilisés
 Les bibliothèques disponibles
 Le rôle de l'open source
 IA et Big Data : le choix des architectures

4 Etudes de cas

Secteurs d'activités

Banques et Assurances
 Distribution
 Télécommunications
 Comptabilité et finance
 Secteur public
 Organisations non gouvernementales
 Les autres cas pratiques

Les applications génériques de l'IA

Pour chacun de ces secteurs d'activité, nous détaillerons plusieurs cas pratiques de mises en place de solutions d'intelligence augmentée, les objectifs, les méthodes, les résultats

Etude de cas

Comprendre comment fonctionne l'apprentissage machine
 Conception d'une matrice d'apprentissage
 Modélisation
 Choix des méthodes
 Boucle d'apprentissage

5 Impacts humains et juridiques

Les conséquences humaines de la mise en place de l'IA
 Robotisation des métiers du service et de gestion de l'information

Encadrement juridique de l'IA

Etat de l'art
 Le cas des algorithmes : cartographie, explicabilité, auditabilité, labellisation

6 La mise en œuvre du projet

L'étude préalable

Les facteurs clés du succès d'un projet d'IA
 Comment mieux impliquer directions générales et utilisateurs.
 Comment déterminer les critères et mesures de succès
 Périmètre fonctionnel pilote : quelle définition optimum ?
 Intégration de l'IA au sein du système d'information décisionnel

Le groupe de projet

Acteurs, rôles et livrables.
 Sous-traitance : quoi, quand, comment ?
 Les responsabilités MOA et MOE.
 La collaboration avec les startups
 La collaboration avec le monde universitaire

De l'expression des besoins à la modélisation

Jusqu'où aller dans l'expression des besoins ? Comment formaliser les besoins fonctionnels.
 Comment répartir les rôles entre maîtrises d'ouvrage et d'œuvre.
 Les livrables : objectifs et contenu.

L'Analyse de la Valeur, une démarche efficace pour identifier des opportunités d'innovation, avec leurs enjeux et les résultats pour le client. Une façon, de poser et résoudre les problèmes avec les outils et méthodes qui dynamisent un groupe projet en abordant le « pourquoi » avant de construire le « comment ».



Jean-Pierre Grandhayé

LE MOT DE L'INTERVENANT

Cette formation vous apportera les clés pour comprendre les enjeux de la mise en place d'un projet innovant avec une approche valeur. Après avoir clarifié l'objet d'étude, nous introduirons les trois dimensions de la valeur : d'abord la valeur d'estime qui donne du sens, avec une réflexion sur la place de l'objet d'étude dans son contexte, ensuite nous réaliserons une intégration de la voix du client en clarifiant la valeur d'usage, enfin nous identifierons la valeur d'échange en hiérarchisant les ressources à engager relativement aux gisements de performance attendus.

Vous souhaitez créer de la valeur en innovant avec les ressorts d'un groupe pluridisciplinaire, nous vous proposons une démarche agile pour des projets robustes.

Contenus :

1. Introduction aux fondamentaux de la valeur
2. Analyse préliminaire : méthodes et outils
3. Approche fonctionnelle du projet et son écosystème
4. Définition d'une cible avec ses objectifs fonctionnels
5. Analyse de la valeur et identification de gisements.
6. Design to Cost et Conception pour un Objectif Désigné
7. Cas groupe : conception d'un projet innovant

Avec l'attestation VM1, plusieurs suites, et approfondissements seront proposées en Management par la Valeur et en Lean.



Objectifs :

Notre objectif principal est de vous apprendre à aborder, de manière pragmatique et structurée, la complexité d'un projet innovant. Nous vous donnerons les clés pour élaborer vos projets innovants en monopolisant les expertises et la pertinence d'un groupe projet.

L'animation réalisée par un Trainer en Value Management (TVM) garantit le suivi d'un référentiel qui s'appuie sur un corpus de normes européennes (NF EN 12973...) et vous conduira à une certification nationale et européenne.

Pré-requis :

Des connaissances de base de la systémique des organisations.

Évaluation validation :

Le module est validé sur la base de la présentation du cas initié pendant la formation.

Vous recevrez : une attestation de formation, **VM1** (Value Management 1) **de votre formateur (TVM Value for Europe)** et un certificat de **Participant en Analyse de la Valeur de l'AFAV**.



Durée :
3 jours - 21 heures

Dates : 22-24 Mai 2019
12-14 Novembre 2019



CONTACT :

Mail : formations@acadys.com

1 Les fondamentaux de l'Analyse de la Valeur et du Lean.

- Les différentes approches de la valeur dans les organisations. Quelques cas emblématiques
- Des cas pour introduire les trois dimensions de la valeur dans les organisations
- La Valeur d'estime pour donner du sens à un projet, un processus, une organisation
- La valeur d'usage et la performance actuelle et future souhaitée par ou pour le client
- La valeur d'échange et la dimension économique du projet pour l'organisation et pour le client
- De l'analyse du besoin à la voix du client
- Les coûts, enjeux et faisabilité d'un projet Analyse de la Valeur Innovation

2 La démarche Lean Service Management (LSM).

- De l'intérêt d'une problématique, pour éviter les pièges de la solution à un problème pas encore posé
- De la problématique à l'objet d'étude, exemples et démarche avec l'analyse préliminaire
- Des méthodes pour l'analyse préliminaire,
 - L'idée de départ « Q, Q, O, Q, C, P »
 - L'analyse PESTEL pour aborder le contexte
 - Le SWOT analyse interne et externe, nouvelle approche.
 - L'analyse de processus
 - Le diagnostic et l'audit
 - L'analyse stratégique des acteurs
- Mise en œuvre sur une étude de cas
- La constitution d'un groupe de travail AV pertinent, sa vie, son fonctionnement
- L'animation et les aides informatiques (logiciel VAFOP)

3 Approche fonctionnelle du projet et de son écosystème.

- De l'objet d'étude à son écosystème à T0 (date actuelle) mais aussi à la date T du résultat attendu
- Les expertises du groupe interne et externe pour une caractérisation pertinente de l'écosystème
- Le management par la vision et l'approche fonctionnelle d'un objet d'étude « cible à la date T »
- Les objectifs fonctionnels pour un fonctionnement souhaité de l'objet d'étude
- La fonction, un premier support de la valeur avec ses bases normatives
- L'intérêt et les pièges de l'analyse fonctionnelle avec les milieux extérieurs et l'écosystème
- L'animation et les aides informatiques (logiciel VAFOP)

4 Définition de la cible hiérarchisation des objectifs fonctionnels.

- Identification et validation des fonctions de service
- La valeur d'estime et l'arbre fonctionnel pour donner du sens, reformuler le projet et des sous-projets avec une approche innovante
- La valeur d'usage, une étape clé d'identification de la performance actuelle mais surtout celle recherchée avec des niveaux souhaités. Méthode CriNiFlex. La flexibilité sur le niveau d'un critère, un outil d'innovation et de maîtrise des coûts
- La valeur d'échange pour une maîtrise des coûts. Le Tri croisé et les autres méthodes multicritères
- Mise en œuvre de l'identification des trois valeurs sur l'étude de cas. Recherche de familles de critères

5 Analyse de la valeur et identification de gisements d'innovation.

- Analyse de la Valeur d'un produit ou d'un service existant. Définition de sous-ensembles techniques ou organisationnels relatifs à l'existant
- Tableau des coûts des sous-ensembles par fonction de service (le TAF). Identification des écarts de coût entre les fonctions qui existent et celles souhaitées
- Recherche de solutions innovantes relatives aux écarts dans les limites de l'usage et relativement au sens défini
- Exemples et aides informatiques (logiciel VAFOP)

6 Design to Cost, Conception pour un Objectif Désigné.

- DTC, CCO, COD les concepts, l'évolution normative et la réalité des projets, des exemples pour illustrer
- Définition de sous-ensembles correspondant à la cible (l'objet d'étude souhaité). Affectation des coûts aux fonctions souhaitées
- Tableau des contributions des sous-ensembles aux fonctions de service. Identification des coûts objectifs par sous-ensembles
- Etude de sous-ensembles innovants dans le respect de l'usage relativement au sens défini
- Exemples et aides informatiques (logiciel VAFOP)

7 Cas groupe : conception d'un projet de réingénierie de processus.

- Les éléments méthodologiques abordés en formation seront mis en œuvre sur un cas groupe, produit ou service qui permettra d'identifier les points clés d'une animation réussie
- Le cas groupe sera aussi un élément principal du dispositif d'évaluation

Le BRM est une nouvelle pratique managériale visant à favoriser l'émergence d'une relation créatrice de valeur entre la DSI et ses partenaires métiers. Elle s'appuie sur un ensemble de savoirs, de compétences et de comportements spécifiques. La formation et la certification Business Relationship Management Professional (BRMP®) ont pour objectif de transmettre les fondamentaux nécessaires à l'exercice du BRM, quel que soit le niveau d'expérience du praticien...



Olivier Abecassis

LE MOT DE L'INTERVENANT

Pendant le cours, nous passons au travers des rôles organisationnels, de la pratique de BRM, de la capacité organisationnelle nécessaire pour une gestion des relations Business de niveau stratégique. La discipline BRM repose sur des fondations solides basées sur la recherche, vérifiée et bonifiée pendant plus d'une dizaine d'années de mises en œuvre réussies dans des entreprises réputées à travers le monde. Elle s'est révélée efficace pour les services partagés, dont les ressources humaines, les finances, les services juridiques, les fournisseurs externes et autres, et s'adapte maintenant à grande échelle aux DSI.

Contenus :

1. Vue d'ensemble du Business Relationship Management
2. Le partenariat stratégique
3. La connaissance Métier
4. La gestion de portefeuille
5. La gestion de transition
6. Le domaine de la DSI
7. La communication efficace

Objectifs :

La formation BRMP® s'appuie sur le corpus de connaissance formalisé par le Business Relationship Management Institute. L'objectif pour les participants est de se familiariser avec le vocabulaire et les enjeux du BRM, tout en préparant activement la certification BRMP®. La formation est dispensée en français par un formateur certifié et accrédité, à partir du support de cours anglophone.

Pré-requis :

Anglais

Évaluation validation :

La formation est dispensée en français à partir du support de cours anglophone.

L'examen de certification BRMP® a lieu à la fin du troisième jour de formation. Il se déroule en anglais sous forme d'un QCM de 50 questions à compléter en 40 minutes.

Un examen blanc est proposé dans le cadre de la formation.



Durée :
3 jours - 21 heures

Dates : 15-17 Avril 2019
12-14 Novembre 2019



CONTACT :

Mail : formations@acadys.com

1 Vue d'ensemble du Business Relationship Management

- Être capable d'expliquer les objectifs et le rôle du BRM
- Comprendre pourquoi le BRM prend actuellement de l'importance et comment il permet de répondre aux enjeux des Métiers et de la DSI
- Expliquer la courbe d'évolution entre la maturité de la demande des Métiers et celle de l'offre de la DSI et comment elle impacte le rôle du BRM
- Comprendre les leviers qui permettent de mettre en place une relation mature, être capable de faire la différence entre les rôles tactiques et stratégiques du BRM, et d'expliquer le lien avec les niveaux de maturité Preneur d'Ordre, Partenaire de Confiance et Partenaire Stratégique
- Être capable d'expliquer les structures organisationnelles classiques pour le BRM

2 Le partenariat stratégique

- Comprendre et utiliser la gestion de la demande pour générer de la valeur à partir des investissements, des services et des actifs de la DSI
- Être capable d'utiliser les outils et processus du BRMI pour renforcer les relations entre le Métier et la DSI
- Comprendre comment et à quel moment la DSI doit intervenir dans le cycle de décision des Métiers
- Formaliser, conjointement avec le Métier, un contrat de partenariat stratégique

3 La connaissance Métier

- Comprendre le rôle du BRM pour limiter les pertes de valeur
- Comprendre comment établir des feuilles de route à partir de la stratégie Métier
- Comprendre comment le processus de gestion de la valeur permet, en reliant la stratégie Métier, la stratégie SI, le Portefeuille Projet et le Business Case, de définir les priorités, de communiquer et d'augmenter la valeur créée pour le Métier
- Être capable de clarifier les initiatives stratégiques et d'identifier des indicateurs de résultats Métiers

4 La gestion de portefeuille

- Comprendre pourquoi la gestion de portefeuille est le mécanisme au centre du processus de gestion de la valeur

- Comprendre comment appliquer les techniques de gestion de portefeuille au cycle de vie complet des investissements, qu'ils soient récents, anciens ou nouveaux
- Comprendre les relations entre gestion de projet, gestion de programme et gestion de portefeuille, et comment l'ensemble permet d'optimiser la valeur générée pour le Métier
- Connaître les deux systèmes classiques de classification du portefeuille et comment les utiliser

5 La gestion de transition

- Comprendre ce qu'est la gestion de transition et pourquoi c'est important pour le BRM
- Comprendre comment créer le sentiment d'urgence au sein des parties prenantes
- Comprendre les rôles clés nécessaires pour réussir une transition Métier
- Comprendre les concepts clés de leadership du changement
- Comprendre pourquoi il est important de bien clarifier les détails du changement et connaître les méthodes classiques pour parvenir à cette clarification
- Comprendre comment « l'analogie de la falaise » permet d'illustrer tous les facteurs clés de la gestion de transition

6 Le domaine de la DSI

- Comprendre la définition « orientée valeur » d'un service
- Comprendre la distinction entre un produit et un service, et les implications pour le BRM
- Comprendre les différentes composantes de la valeur d'un service et comment les contraintes de la DSI impactent le rôle du BRM

7 La communication efficace

- Comprendre les composantes d'une communication efficace
- Comprendre comment influencer les personnes sur lesquelles on n'exerce pas de contrôle direct
- Être capable de s'exprimer à travers une proposition de valeur unique

La pratique de l'Organisational Change Management (OCM) - ou gestion du changement organisationnel - permet de comprendre le côté humain du changement et savoir comment aider les gens à vivre le changement de façon plus efficace, en maintenant leur engagement et en les menant de façon réussie à travers le processus de changement. Appliqué à l'entreprise, elle permet de bâtir l'aptitude et la capacité de l'organisation à faire face au changement avec succès, et améliorer son agilité.



Elisabeth Bucci

LE MOT DE L'INTERVENANT

Au travers de ce cours certifiant en gestion du changement organisationnel, je vous accompagnerai dans votre apprentissage de comment augmenter la probabilité de succès du changement ou de la transformation organisationnelle, tout en soutenant la direction stratégique. Vous verrez comment minimiser les risques, aligner les initiatives de changement avec des méthodes établies de l'organisation et développer une approche unifiée face au changement. Au terme de cette formation, vous serez en mesure de comprendre et appréhender le changement et l'individu ; le changement et l'entreprise ; l'engagement et la communication avec les parties prenantes ; et les bonnes pratiques du changement.

Contenus :

1. Introduction et objectifs
2. L'individu et le changement
3. L'organisation et le changement
4. La stratégie des parties-prenantes
5. La communication et l'engagement
6. L'impact du changement
7. La préparation au changement



Objectifs :

Obtenir l'ensemble de connaissances en gestion du changement, notamment pour le changement et l'individu, le changement et le Business, l'engagement et la communication avec les parties-prenantes et les pratiques du changement.

Pré-requis :

Anglais

Évaluation validation :

La formation est dispensée en français à partir du support de cours anglophone.

L'examen de certification Change Management® a lieu à la fin du troisième jour de formation. Il se déroule en anglais sous forme d'un QCM de 50 questions à compléter en 40 minutes.

Un examen blanc est proposé dans le cadre de la formation.



Durée :
3 jours - 21 heures

Dates : 19-21 Juin 2019
12-14 Novembre 2019



CONTACT :

Mail : formations@acadys.com

1

Introduction et objectifs

- Passer en revue l'engagement et la communication avec les parties prenantes et découvrir les pratiques du changement.

2

L'individu et le changement

- Comprendre ce que sont les préférences d'apprentissage des individus dans l'entreprise.
- Comment peut-on apprendre de nouvelles compétences
- Quels sont les modèles de changement individuel
- La motivation : qu'est-ce qui motive et motive les gens ?
- Enfin quelles sont les différences systématiques entre les personnes et comment les appréhender.

3

L'organisation et le changement

- Les métaphores organisationnelles
- La culture organisationnelle
- Les modèles de processus de changement
- Qu'est-ce que le changement émergent
- Les rôles clés du changement organisationnel
- Les Drivers du changement et le développement d'une vision
- Le management des bénéfices

4

La stratégie des parties-prenantes

- L'engagement des parties prenantes
- Les principes
- Identifier et segmenter les acteurs du changement
- Les cartes du personas et de l'empathie
- Cartographie des parties prenantes
- Stratégies d'influence

5

La communication et l'engagement

- Les biais de la communication
- Communiquer le changement : facteurs, barrières et approche
- Canaux de communication (Push-Pull et Lean-Rich)
- Planification des communications

6

L'impact du changement

- Identifier et évaluer l'impact du changement
- Évaluation de l'impact sur les parties-prenantes
- Modifier l'évaluation de la sévérité

7

La préparation au changement

- Motivation pour changer et motiver les individus
- Réseau d'agents du changement
- Construire l'équipe de changement
- Plan de gestion du changement
- Préparation à la résistance au changement

Acadys International

World Trade Center Lausanne

Avenue de Gratta-Paille 1-2,

1018 Lausanne



Tarifs 2019

Formation non certifiante 2 jours :
1 965 € HT / 2 228 CHF

Formation non certifiante 1 jour :
991 € HT / 1 130 CHF

Formation Certifiante (BRMP ; Analyse de la Valeur, Conduite du Changement) :
3 370 € HT / 3 820 CHF (frais de certification inclus et déjeuners 3 jours)

Dates 2019

15-16 Avril



17 Avril ; 21 Avril



15-17 Avril ; 12-14 Novembre



22-24 Mai ; 12-14 Novembre



23-24 Avril



17-18 Juin



19-21 Juin ; 12-14 Novembre



19-20 Juin



12-14 Novembre



Formations certifiantes

Inscriptions et Renseignements

Mail. formations@acadys.com