

Table des matières

Intro / 8

12

PARTIE I

L'arbre et la forêt

Définir, évaluer et doser ses ambitions numériques

Chapitre 1 Définir et partager son ambition numérique / 17

Qu'est-ce qui motive votre parcours numérique ? / 19

Identifiez les chemins vers vos ambitions / 30

De quels types d'investissements parle-t-on ? / 38

Discussions animées, choix évidents et communication transparente / 47

Interview : Bertrand Schrevens de Kulapro / 54

Chapitre 2 Évaluer et planifier son ambition numérique / 57

Élaborez votre feuille de route numérique étape par étape / 59

Le court terme vs le long terme, le concret vs le rêve / 69

Interview : Guy Spillebeen de SEE Telecom / 78

Chapitre 3 Doser ses ambitions numériques / 81

Le portefeuille de projets numériques et la charge de travail qu'il représente pour l'organisation / 83

Les investissements numériques et leur alignement / 94

Les projets précis et porteurs de sens font les équipes motivées / 96

Interview : Geert Palmers de 3E / 104

Resumé partie I / 106

108

PARTIE II

Le brouillard qui voile l'horizon

Augmentez la probabilité de votre succès

Chapitre 4 Délimiter le terrain de jeu / 115

Concevez dans un souci d'appréciation et de confiance / 117

Définissez les règles du jeu – Établissez des contraintes explicites / 121

Les « *Love Killers* » et les « *Trust Killers* » : ce qu'il faut éviter dans les campagnes numériques / 123

Interview : Bart Donné de Computerland / 144

Chapitre 5 Une adoption étape par étape / 147

Utilisez des histoires pour communiquer et organiser le travail / 149

Calculez le retour sur investissement de chaque histoire / 153

Commencez par l'histoire au Rol le plus élevé / 162

Une vision commune sur l'avancement du projet / 170

Interview : Bregt Ysebaert de Derbigum / 176

Chapitre 6 Un leadership équilibré / 179

Les quatre types de leadership et la quête de l'impact / 182

L'appréciation et la confiance comme principes directeurs pour l'ensemble de l'organisation / 193

Les coûts de transformation, partie II / 197

Interview : Aline Muylaert de Go Vocal / 200

Resumé partie II / 202

204

PARTIE III

L'humain, notre seul repère

S'organiser entre réalité et ambition

Chapitre 7 Le marathon de la communication / 209

Le projet numérique : un marathon de traduction / 211

La méthode agile, ou adopter en équipe une approche progressive pour répondre aux attentes des utilisateurs / 214

Communiquer à travers l'ensemble de l'organisation / 225

Interview : Robin Keunen de Coop IT Easy / 232

Chapitre 8 Les compétences de l'équipe / 235

L'importance des compétences partagées / 237

Les huit compétences de l'équipe ou le jargon commun / 245

Un état d'esprit numérique, c'est un état d'esprit d'apprentissage continu / 266

Interview : Valérie Zapico de Valkuren / 270

Chapitre 9 L'organisation en mouvement / 273

Une collaboration ciblée avec des partenaires externes / 275

Les équipes en action / 283

Les leviers organisationnels / 289

Happy End ou drame numérique pour AB Machines Laitières et YZ Technologies ? / 301

Interview : René Branders de FIB Belgium / 304

Résumé partie III / 306

Outro /	308
Remerciements /	312
Références /	314
Lexique /	316