

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	3
PRÉFACE	9
INTRODUCTION	
REPENSER LA STRATÉGIE À L'ÈRE DIGITALE.....	11
1. LE RENOUVELLEMENT DE LA STRATÉGIE PAR LE BUSINESS MODEL.....	13
2. APPROCHE MULTIFACE DE LA STRATÉGIE.....	17
3. APPROCHE OUVERTE DE LA STRATÉGIE.....	19
4. RENOUVELER LA STRATÉGIE À L'ÈRE DIGITALE.....	21
CHAPITRE 1	
BUSINESS MODEL ET LOGIQUE DE VALEUR.....	25
1. LE DÉVELOPPEMENT HISTORIQUE DU BUSINESS MODEL.....	26
2. LA VALEUR ET LA LOGIQUE DE VALEUR AU SEIN DU BUSINESS MODEL.....	35
CHAPITRE 2	
BUSINESS MODEL ET MANAGEMENT STRATÉGIQUE	49
1. LE BUSINESS MODEL COMME CONCEPT PASSERELLE	49
2. LES APPORTS DU BUSINESS MODEL POUR LE MANAGEMENT STRATÉGIQUE	51
3. LE BUSINESS MODEL DANS LA FABRIQUE DE LA STRATÉGIE À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE	56
4. SYNTHÈSE ET LIMITES DES APPROCHES ACTUELLES	63

CHAPITRE 3**ARCHITECTURES ET TYPES DE BUSINESS MODELS**

NUMÉRIQUES	67
1. ARCHITECTURE DE BUSINESS MODEL.....	68
2. TYPES DE BUSINESS MODEL.....	76
3. MODÈLES DE REVENUS	83
4. PORTEFEUILLE DE BUSINESS MODELS	86
5. L'ARCHITECTURE DE PORTEFEUILLE DE BUSINESS MODELS.....	89

CHAPITRE 4**TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES ET TRANSFORMATION**

STRATÉGIQUE.....	93
1. LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE ET STRATÉGIQUE.....	94
2. LES TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES	95
3. LES TRANSFORMATIONS INTERNES IMPLIQUÉES PAR LES TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES.....	98

CHAPITRE 5**MÉCANIQUE D'OUVERTURE ET BUSINESS MODEL**

109	
1. LES TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES, INSTRUMENTS D'OUVERTURE DE LA STRATÉGIE.....	109
2. LES IMPLICATIONS STRATÉGIQUES DE L'OUVERTURE POUR LE BUSINESS MODEL.....	114
3. LES LEVIERS D'OUVERTURE AU SEIN DES BUSINESS MODELS NUMÉRIQUES.....	120

CHAPITRE 6**NOUVELLES STRATÉGIES GÉNÉRIQUES DU NUMÉRIQUE.....**

129	
1. LA STRATÉGIE DE CRÉATION (OCÉAN BLEU).....	49
2. LA STRATÉGIE D'ORCHESTRATION.....	132
3. LA STRATÉGIE D'ÉCOSYSTÈME.....	136
4. LA STRATÉGIE DE COLONISATION.....	141
5. LES ENJEUX DES NOUVELLES STRATÉGIES GÉNÉRIQUES DU NUMÉRIQUE....	145

CHAPITRE 7

CONCEPTION DE BUSINESS MODELS NUMÉRIQUES	149
1. LE PROCESSUS DE CONCEPTION DE BUSINESS MODEL.....	68
2. LA PHASE DE CLARIFICATION	151
3. LA PHASE D'IDÉATION.....	161
4. LA PHASE D'EXPÉRIMENTATION	176
5. LA PHASE DE MISE EN ŒUVRE	182

CHAPITRE 8

L'INNOVATION DE BUSINESS MODEL	187
1. LES ANTÉCÉDENTS DE L'INNOVATION DE BUSINESS MODEL.....	94
2. DÉFIS STRATÉGIQUES ET INNOVATION DE BUSINESS MODEL	191
3. INNOVATION TECHNOLOGIQUE ET INNOVATION DE BUSINESS MODEL.....	194
4. L'INNOVATION CONTINUE DE BUSINESS MODEL.....	196
5. LES CAPACITÉS ORGANISATIONNELLES DE L'INNOVATION DE BUSINESS MODEL.....	200

CHAPITRE 9

GESTION DES BUSINESS MODELS	205
1. LA PERFORMANCE D'UN BUSINESS MODEL NUMÉRIQUE.....	109
2. LA GESTION DES RISQUES	213
3. GESTION D'UN PORTEFEUILLE DE BUSINESS MODELS	219

CHAPITRE 10

NOUVEAUX DÉFIS STRATÉGIQUES DE L'ÈRE DU NUMÉRIQUE.....	225
1. GRANDS CHALLENGES ET NOUVEAUX ENJEUX STRATÉGIQUES.....	226
2. LES NOUVEAUX RISQUES DE L'ÈRE DU NUMÉRIQUE.....	229
3. LE RÔLE DU BUSINESS MODEL NUMÉRIQUE FACE AUX GRANDS CHALLENGES	235

CONCLUSION

LA STRATÉGIE PLEINE CONSCIENCE.....	243
-------------------------------------	-----

GLOSSAIRE	247
-----------------	-----

INDEX

TERMES IMPORTANTS ET DES CAS PRATIQUES.....	250
---	-----

TABLEAUX.....	253
---------------	-----

FIGURES.....	254
--------------	-----

ENCADRÉS.....	253
---------------	-----