

Vous êtes ici



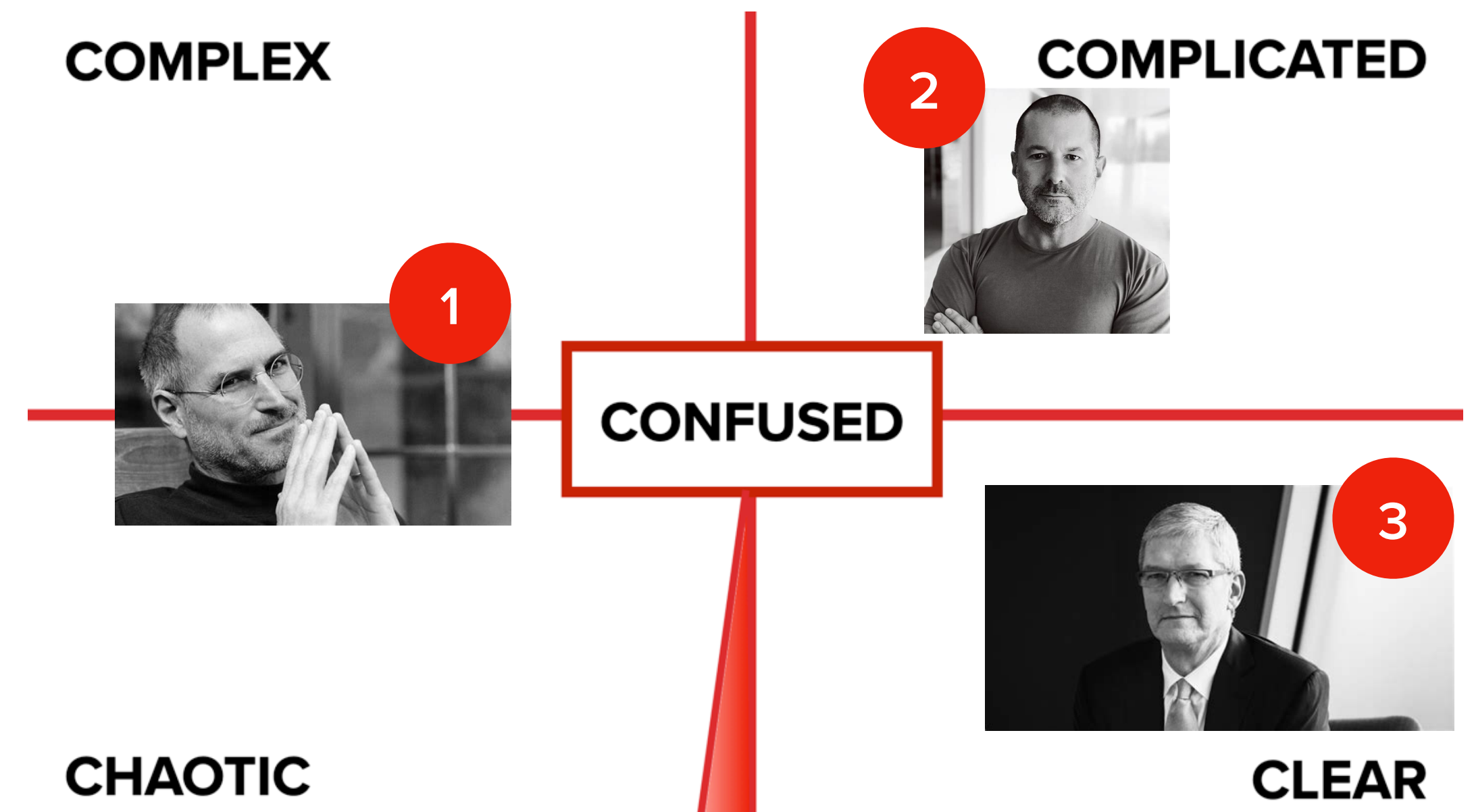
# RÉUSSIR APRÈS LE CHAOS

En 1997 Apple avait de l'argent pour survivre uniquement pendant 90 jours. Ils ont alors créé une équipe pour adresser les problèmes suivants:

- Les problèmes imminents pour sortir du **Chaos**
- Les problèmes **Complexes** de changement de direction et des besoins de découverte des nouveaux marchés.
- Les problèmes **Difficiles** liés à la production physique des produits nécessaires aux besoins des nouveaux marchés.
- Les problèmes **Évidents** liés à l'accroissement de la rentabilité des produits.

En 2018 Apple était évalué à \$1 billion de dollars.

Cet exercice vous permet de reproduire l'analyse et la créativité des meilleurs professionnels de la résolution de problèmes au monde.



1. **Steve Jobs** l'explorateur d'arc qui a donné la direction
2. **Jonny Ive** l'expert en design qui a transformé la vision en produits
3. **Tim Cook** le constructeur du succès continu d'Apple après les emplois

# COMPLEX SITUATIONS

Cause-and-effect clear only in hindsight.

**“Unknown-knowns”**

Right answers emerge as you act.

**EXPLORE — ANALYSE — RESPOND**

# COMPLICATED SITUATIONS

Cause-and-effect relationships clear to experts.

**“Known-unknowns”**

Multiple right answers exist — requires analysis.

**SENSE — ANALYSE — RESPOND**

**CONFUSED**

No cause-and-effect relationships.

**“Unknown-unknowns”**

Do whatever it takes to get out of danger asap.

**ACT — SENSE — RESPOND**

# CHAOTIC SITUATIONS

Cause-and-effect relationships clear to everyone.

**“Known-knowns”**

Right answers self-evident and undisputed.

**SENSE — CLASSIFY — RESPOND**

# CLEAR SITUATIONS

# CE QUE VOUS RETIREREZ DE CET EXERCICE

1. Identifiez les défis critiques auxquels votre organisation est confrontée aujourd'hui
2. Apprenez à y répondre de la manière la plus appropriée
3. Décidez de ce à quoi vous devez prêter le plus d'attention par la suite
4. Alignez les gens autour de votre approche pour prospérer dès lendemain du chaos.

# INSTRUCTIONS

1. Rassemblez une petite équipe de décideurs et imprimez les trois diapositives suivantes (6-9)
2. Chaque participant énumère les 3 à 5 plus grands défis auxquels il pense que l'organisation sera confrontée au cours des 12 prochains mois (diapositive 6)
3. Chaque participant place les défis dans le domaine du cadre Cynefin approprié (sur la diapositive 7, en utilisant le tableau de la diapositive 8 pour les guider)
4. Les participants partagent leur cadre Cynefin complété afin que vous puissiez discuter et convenir quels sont les principaux défis ET quels sont leurs types.
5. Une fois que vous avez accepté ce qui précède, utilisez la diapositive 9 pour vous guider dans la réponse la plus appropriée à chaque défi.

**ÉNUMÉRER LES 3-5 DÉFIS LES PLUS CRITIQUES AUXQUELS VOTRE ORGANISATION SERA CONFRONTÉE AU COURS DES 12 PROCHAINS MOIS**

1. —

2. —

3. —

4. —

5. —

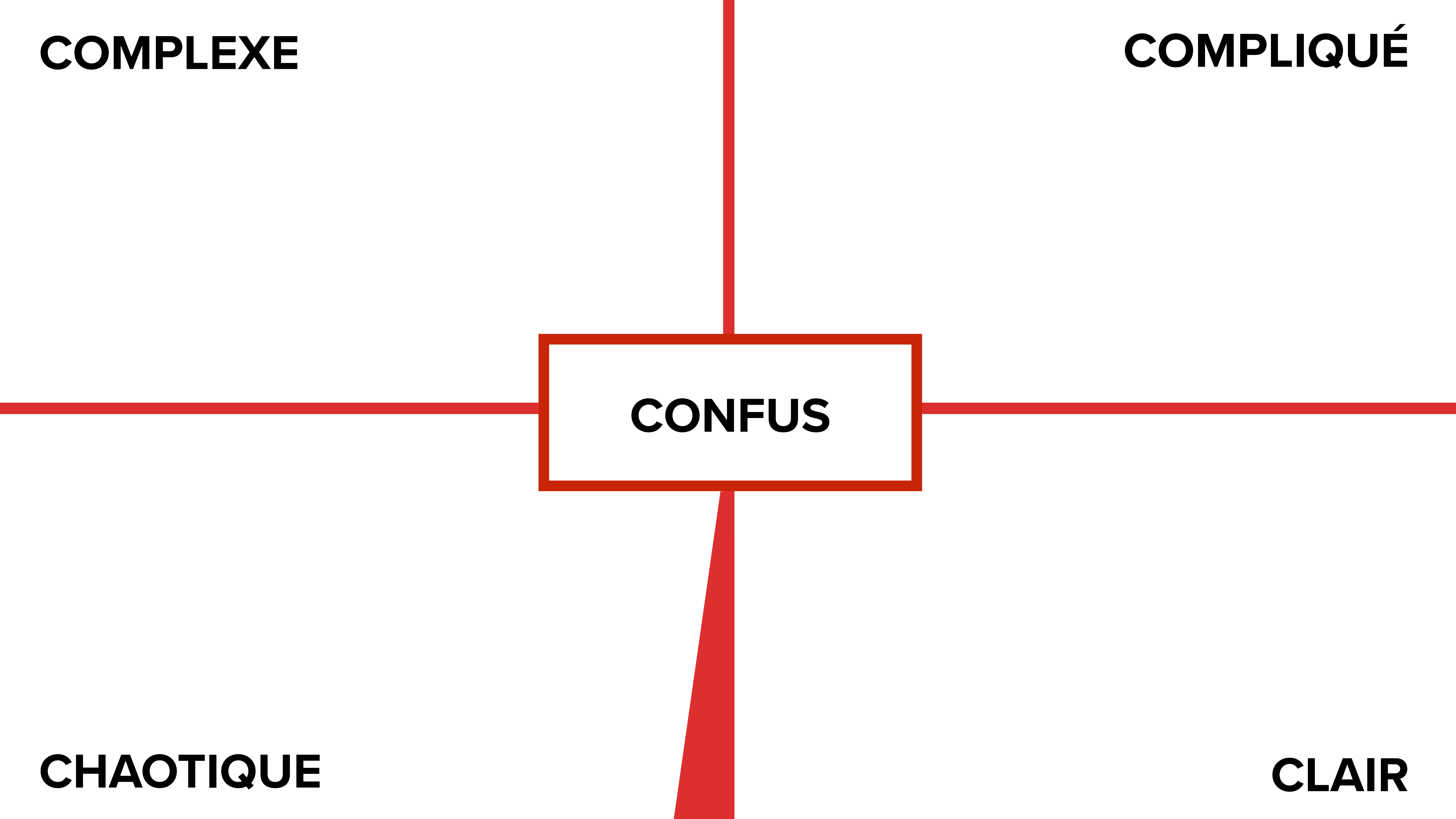
**COMPLEXE**

**COMPLIQUÉ**

**CONFUS**

**CHAOTIQUE**

**CLAIR**



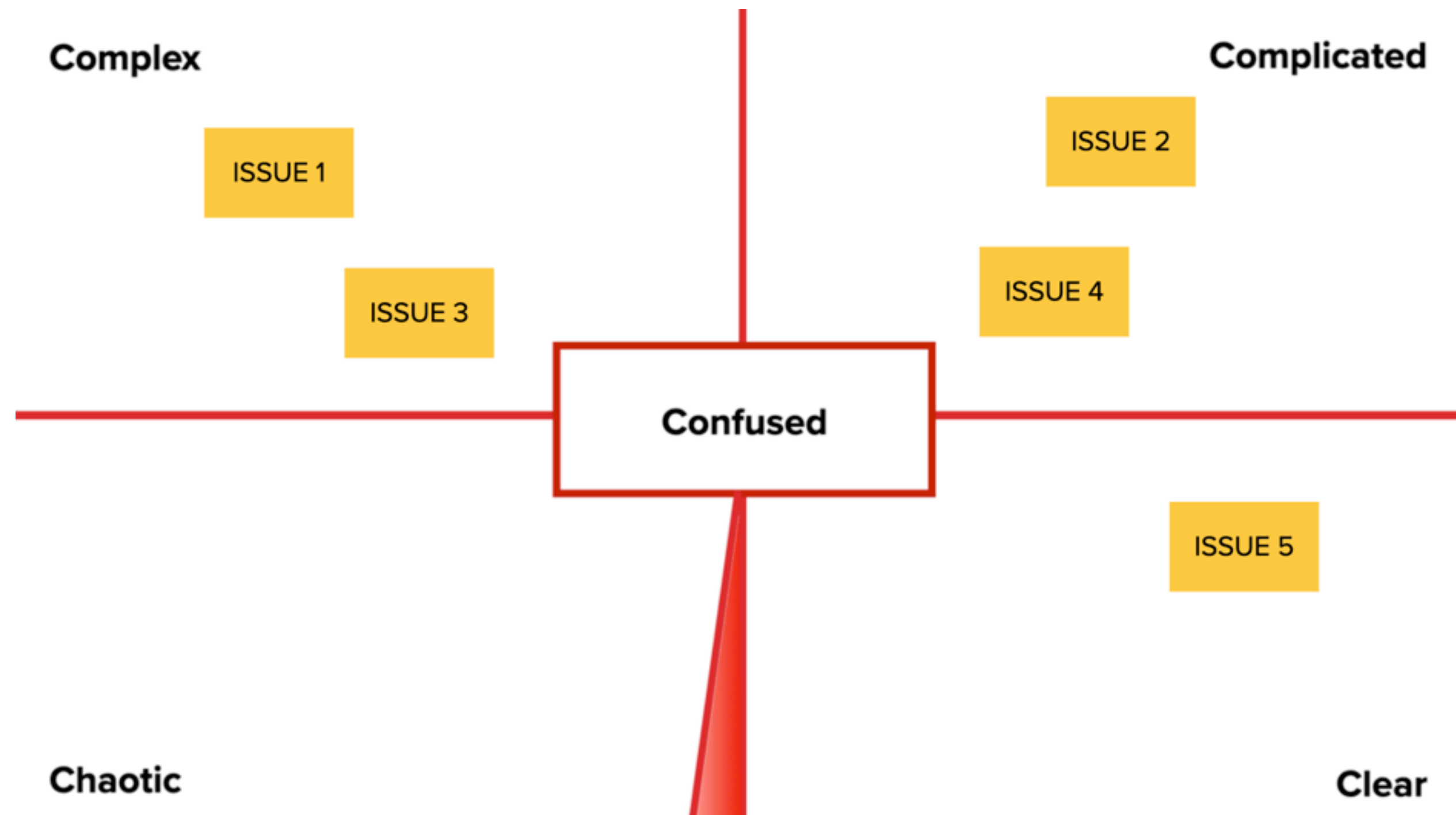
# SENTIR

LA SITUATION	LA CARACTÉRISTIQUE GÉNÉRALE	LA DESCRIPTION	LES BESOINS
<b>CLAIR</b>	Il est évident pour tout le monde ce qu'il faut faire et comment le faire	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Relations de cause à effet claires</li> <li>● Événements répétitifs et réguliers</li> <li>● Les bonnes réponses vont de soi pour tous</li> </ul>	<b>LE CONSTRUCTEUR</b>
<b>COMPLIQUÉ</b>	Nous avons besoin d'experts pour décider ce qu'il faut faire ensuite	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Relations de cause à effet à découvrir</li> <li>● Des événements sans surprise pour les experts</li> <li>● Plus qu'une bonne réponse possible</li> </ul>	<b>L'EXPERT</b>
<b>COMPLEXE</b>	Personne ne convient de ce qu'il faut faire ou de comment le faire, mais nous avons le temps d'essayer des choses	<ul style="list-style-type: none"> <li>● La relation de cause à effet n'est claire que rétrospectivement</li> <li>● Des événements imprévisibles pour tous</li> <li>● De nombreuses idées concurrentes sont également valables</li> </ul>	<b>L'EXPLORATEUR</b>
<b>CHAOTIQUE</b>	Quelque chose doit être fait de toute urgence sinon ça va empirer très rapidement	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aucune relation de cause à effet claire</li> <li>● Événements volatiles et turbulents</li> <li>● Beaucoup de décisions à prendre et pas de temps pour réfléchir</li> </ul>	<b>LE PREMIER RÉPONDANT ÉCONOMIQUE</b>



# RÉPONDRE

LA SITUATION	OBLIGATIONS DES DIRIGEANTS	GUIDANCE	APPEL D'ACTION
<b>CLAIR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Communiquez clairement et directement</li> <li>● S'assurer que les processus appropriés sont en place</li> </ul>	<p><b>SENTIR</b> - Évaluer la situation</p> <p><b>CLASSIFIER</b> - De quel type de problème s'agit-il</p> <p><b>RÉPONDRE</b> - Mettre en œuvre la solution acceptée</p>	<b>DÉLÉGUER</b>
<b>COMPLIQUÉ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Créer des équipes d'experts</li> <li>● Écoutez des conseils contradictoires</li> </ul>	<p><b>SENTIR</b> - Évaluer la situation</p> <p><b>ANALYSER</b> - Choisissez l'expert pour accompagner</p> <p><b>RÉPONDRE</b> - Surveiller le succès par rapport aux KPI convenus</p>	<b>ANALYSER</b>
<b>COMPLEXE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Testez une variété d'étapes suivantes</li> <li>● Soyez prêt à "ne pas être d'accord et vous engager"</li> </ul>	<p><b>EXPLORER</b> - Nouveaux besoins du marché</p> <p><b>SENTIR</b> - Évaluer la situation</p> <p><b>RÉPONDRE</b> - Remodeler votre marché est une mission</p>	<b>EXPLORER</b>
<b>CHAOTIQUE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Faites ce qui fonctionne, pas ce qui est juste</li> <li>● Communiquer clairement pour établir le contrôle</li> </ul>	<p><b>AGIR</b> - Rétablir le contrôle</p> <p><b>SENTIR</b> - Évaluer la situation</p> <p><b>RÉPONDRE</b> - Fournir une orientation claire</p>	<b>AGIR</b>



Pour une facilitation en ligne  
GRATUITE de 40 minutes,  
prenez rendez-vous ici

## FACILITATEURS



Dr. Iwan Jenkins



Marcus Guest MBA

# BATTLEFIELD GUIDE TO STRATEGY

Focus	Gameplays						
	LG	N	LE	CE			
Basic Operations	Focus on user needs	Situational awareness (communication & alignment)	Effective & efficient	Structure & culture (PST)	Optimising flow (financial, risk, operations etc)	Channel conflicts & disintermediation	
User Perception	Consumer education	Bundling	Creating artificial needs	Creating a confusion of choice	FUD	Artificial competition	Lobbying / counter
Accelerators	Market enablement	Open approaches	Exploiting network effects	Co-operation	Industrial policy		
De-accelerators	Exploitation of constraints	Patents & IPR	Creating constraints	Limitation of competition			
Dealing with toxicity	Disposal of liability	Sweat & dump	Pig in a poke				
Market	Differentiation	Pricing policy	Exploiting supplier / buyer power	Harvesting	Standards game	Signal distortion	
Defensive	Threat acquisition	Raising barriers to entry	Procrastination & timing	Defensive regulation			
Attacking	Directed investment	Experimentation	Creating a centre of gravity	Undermining barriers to entry	Fool's mate (lower orders)		
Ecosystem	Alliances	Co-creation	ILC (sensing engine)	Tower & moat	2 factor	Co-opting & intercession	Embrace & extend
Competitor	Ambush (tech drops)	Fragmentation play	Reinforcing competitor inertia	Sapping (multiple fronts)	Misdirection	Restriction of movement (circling)	Talent raid
Positional	Land grab	First mover (industrialisation)	Fast follower (innovation)	Weak signal / horizon scanning			
Poison	Licensing play	Insertion	Designed to fail (community)				

Incluant 10 mouvements que vous pouvez utiliser pour prospérer dès le lendemain du chaos

Nous avons demandé à nos clients «quelle est la stratégie?»  
Voilà leur réponse.

“Je me fiche des définitions. Dites-moi simplement quelles mesures dois-je prendre pour assurer la bonne marche de mon entreprise:

- survivre
- gagner des nouveaux clients
- garder les clients existants plus longtemps.

Et:

- dites-moi comment obtenir la réponse rapidement
- sans avoir besoin de compter sur un génie autoproclamé
- et je veux m'assurer d'obtenir l'adhésion. Je ne veux pas perdre 3 mois à convaincre l'organisation.."

C'est ce que nous avons fait avec le Guide de Stratégie de Plan de Bataille.

Nous savons que vous souhaitez effectuer des **MOUVEMENTS** le plus rapidement possible.

Parce que **LES MOUVEMENTS FONT DE L'ARGENT.**

[Inscrivez-vous ici pour la livraison dans votre boîte de réception.](#)