Chapitre 6 - Quel est le rôle des technologies numérique dans la production

**Source** : stmg-MSGN-2021-metropole-sujet-fromagerie-reo

**En une quinzaine de lignes, expliquer en quoi le numérique peut contribuer à l’amélioration de la performance dans les entreprises.**

**Transformation numérique : l’entreprise augmentée, c’est pour demain !**

[…] « Si vous voulez survivre, il faut une stratégie de transformation numérique. Regardez le top 500 des plus grosses entreprises mondiales il y a vingt ans : ce n’est pas la même liste qu’aujourd’hui ; ceux qui n’y sont plus ont oublié d’innover ». Pour Reiner Van Grieken, vice-président de la filiale Europe-Moyen-Orient-Afrique d’Oracle, leader mondial des solutions de stockage et de gestion des données, la transformation numérique n’est pas une option pour les entreprises. Définie par l’Association française des utilisateurs du net (AFneT) comme « le processus de transformation de toutes leurs composantes sous l’influence des technologies de l’information et de la communication », cette stratégie vise à organiser la numérisation et l’automatisation progressive de leurs processus, de leurs métiers et de leurs organisations. Avec, à l’issue, la promesse de donner naissance à « l’entreprise augmentée » – celle qui aura amélioré sa productivité et son efficacité tout en ayant diminué ses coûts opérationnels. Grâce à l’intelligence artificielle (IA), ce scénario ne relève plus de la fiction. […]

*Source :* [*www.lopinion.fr*](http://www.lopinion.fr/)

Correction :

Le candidat peut être amené à mobiliser les arguments suivants :

* + - Le numérique est omniprésent dans les secteurs d’activité, notamment dans le secteur secondaire. En effet, les entreprises industrielles, telles que les fromageries, les constructeurs automobiles, l’ont intégré dans leur stratégie afin d’atteindre leur finalité ;
		- Le numérique permet d’améliorer la production des organisations en rationalisant les processus de production (notion de productivité et/ou d’agilité organisationnelle et d’automatisation), comme le montre l’exemple du PGI pour le processus de gestion des commandes de Réo ;
		- Le numérique participe à l’amélioration de la gestion de la relation client par la digitalisation (suivi des clients, automatisation des réponses au client, bot, IA, etc.) ;
		- La notoriété et la e-réputation permettent d’améliorer la performance commerciale car la fidélité des e-consommateurs participe à l’augmentation du chiffre d’affaires et celle de la part de marché. Ensuite, la performance financière favorise les investissements ;
		- Le numérique oblige les organisations à former leurs ressources humaines pour leur permettre de monter en compétence et rester concurrentiels sur des marchés parfois peu stables.

Par conséquent, le numérique peut contribuer à la recherche de la performance globale des organisations.

Mais cela impose des investissements, une réorganisation du fonctionnement de l’organisation, une adhésion des salariés et des compétences nouvelles.

Car si le numérique est utilisé à mauvais escient ou peu optimisé, la performance sera alors remise en question :

* litige avec les consommateurs ;
* non-respect des délais ;
* mauvaise e-réputation de la part des salariés mais aussi des e-consommateurs ;
* investissement peu efficace ;
* salariés démotivés, réfractaires au changement ;
* utilisation détournée du numérique (surveillance des salariés).