

CERTIFICAT DIGITAL NATIVE – réussir sa transformation numérique
MINES PARIS

INTITULE DE LA CERTIFICATION

CERTIFICAT DIGITAL NATIVE – réussir sa transformation numérique

Description du métier, de l'activité ou de la situation professionnelle à partir duquel le dispositif de formation visant la certification est initié :

Dans un contexte, où le numérique est au cœur de tous les secteurs d'activités publics ou privés, il est indispensable pour les porteurs de projet (décideurs, managers ou chefs de projet) quel que soit leur environnement professionnel, d'être véritablement bilingue en numérique (Digital Native) afin de diffuser l'excellence en data et numérique, assurer le renforcement de la sécurité et participer ainsi aux transformations numériques et au respect des réglementations inhérentes.

REFERENTIEL DE COMPETENCES

REFERENTIEL D'ÉVALUATION

définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis

MODALITÉS D'ÉVALUATION

CRITÈRES D'ÉVALUATION

<p>C.1 Construire et formuler une stratégie numérique de l'organisation en utilisant la matrice de transformation numérique (Digital Transformation Canvas) et en évaluant la maturité de son entreprise pour lui permettre de prioriser ses projets/initiatives numériques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quizz : au début et à la fin de chacune des séances, les candidats sont soumis à des Quizz : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Des quizz de rétention courts et non notés à la fin de chaque séance ✓ Des quizz de rappel courts et non notés en début de chaque séance • Réalisation de 2 études de cas (30% de la note finale chacune) : le candidat est immergé au sein d'un groupe de 3-4 personnes et est amené à réaliser un cas pratique sur un sujet donné par le formateur. <p>Le cas pratique consiste en 30 minutes d'exposition du sujet et de rappel des outils à utiliser, 2h30 de travail en groupe et 60 minutes de</p>	<p>Le candidat est évalué sur son Digital Transformation Canvas qui a permis :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'identification des enjeux prioritaires de l'organisation : expérience client, expérience collaborateur, excellence opérationnelle, innovation de son modèle d'affaires (Business Model) - la formulation d'une initiative numérique distinguant les aspects stratégiques, tactiques et opérationnels de la transformation numérique - sa capacité à analyser de manière structurée des cas de transformation numérique d'entreprises tierces ou de concurrents et d'en tirer des recommandations opérationnelles - sa capacité à analyser les causes des succès et des échecs des projets numériques dans son organisation <p>Le Mémoire final (en fonction de sa problématique) peut comprendre :</p> <p>l'utilisation d'un outil de « Digital Maturity Assessment » permettant de positionner</p>
--	--	---

	<p>restitution collective (10 minutes par groupe) sur la base d'un modèle de restitution fourni aux candidats (Business Model Canvas).</p>	<p>son organisation au sein de son industrie et de déterminer les stratégies à suivre en fonction de l'intensité concurrentielle du secteur et de la probabilité de disruption technologique majeure dans les 10 ans à venir</p>
<p>C.2 Associer la bonne option technologique en identifiant au préalable la problématique business, en décryptant l'utilisation des technologies les plus usitées, en phase avec le contexte stratégique du business.</p>	<p>Les cas sont corrigés en séance par les formateurs et donnent lieu à une note communiquée la semaine suivante après évaluation comparative de la qualité des travaux de chaque groupe.</p> <p>Exemple de cas donnés : imaginer un nouveau service de mobilité urbaine gratuit permettant des déplacements de point à point (contraintes : gratuité du business model, utilisation de big data, usage d'algorithmes, mécanismes de recommandation et de recrutement viral des usagers, ...)</p>	<p>Le candidat est évalué sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - sa capacité à analyser la valeur ajoutée liée à l'usage des technologies les plus usitées et leurs impacts opérationnels sur son organisation (Intelligence Artificielle, Cloud Computing, Edge Computing, blockchain) - sa capacité à distinguer innovation, itération et invention technologique et d'identifier les risques business associés - sa maîtrise des outils d'investissements technologiques (ex : Hype Cycle du cabinet Gartner) utilisés par les directions informatiques des entreprises - sa maîtrise des outils de choix des fournisseurs technologiques (eg. Magic Quadrant de Gartner, Wave de Forrester)

	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Réalisation d'une mini-thèse professionnelle individuelle (40% de la note finale)</u> dont l'objectif est, pour chaque candidat, de mettre en perspective les enseignements du programme par rapport à un cas pratique appliqué au contexte professionnel et à l'organisation à laquelle il appartient. 	
<p>C.3 Analyser de façon systématique les nouveaux comportements numériques des utilisateurs (usages) en utilisant une classification anthropologique des nouvelles tendances afin de développer la vision des équipes de Design et de Product Management.</p>	<p>Sur la base d'une méthodologie présentée lors de la séance inaugurale, le candidat va choisir une problématique numérique d'actualité au sein de son organisation, et y apportera une réponse élaborée et concrète en s'appuyant sur une sélection d'outils présentés lors de la formation.</p>	<p>Le candidat est évalué sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - son utilisation de la cartographie des tendances numériques permettant d'anticiper de manière structurée les nouveaux usages et comportements des consommateurs et citoyens et de réduire le risque lié à la conception de produits innovants - sa maîtrise des différentes phases de Product Management (design, build, run) - sa capacité à imaginer de nouveaux scénarios d'usages et des produits innovants (Design Thinking)

<p>C.4 Utiliser les différents types de business model en identifiant celui qui est le plus adapté à la situation afin de concevoir et tester de nouveaux projets /produits (Business Model).</p>	<p>Méthodologie :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Phase de diagnostic : analyse de la situation de départ dans l'organisation du candidat et des enjeux numériques associés (ex. un usage insuffisant et erroné des opportunités liées au big data dans la direction financière) 2) Phase d'analyse : utilisation de tout ou partie des outils découverts en formation pour analyser la problématique, identifier les pistes de travail et les opportunités / risques associés (ex. opportunité d'automatiser l'analyse de risque de crédit chez les clients en utilisant les métadonnées et du machine learning) 3) Phase de recommandation : élaboration d'une recommandation stratégique et opérationnelle pour l'organisation (ex. définition 	<p>Le candidat est évalué sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une utilisation correcte et précise du Business Model Canvas (format standardisé modélisant l'activité d'une entreprise) - son utilisation adéquate de l'un des 5 Business models propres aux modèles numériques (Platform, Open, Long Tail, Freemium, Unbundling) - l'utilisation des fonctions de monétisation appropriées au contexte business et leurs impacts sur l'usage des données (Premium, Freemium & Free)
<p>C.5 Identifier, sélectionner et mettre en œuvre les méthodes et outils analytiques liés à l'usage de la data et des algorithmes afin d'optimiser le business model de l'entreprise et d'automatiser les processus et les prises de décisions.</p>		<p>Le candidat est évalué sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - sa capacité à classifier les types de données : données primaires, données métadonnées et données dérivées - sa capacité à définir le « Data Pipeline » de son entreprise (le cycle de vie de production de la donnée numérique : data sourcing, stockage et transformation de la

	<p>d'un référentiel de données communs à l'entreprise et création d'une structure consacrée à l'analyse de données dans la direction financière avec le recrutement d'un data scientist)</p> <p>(15 pages maximum hors annexes)</p> <p><u>Soutenance de sa mini-thèse professionnelle</u> : le candidat soutiendra sa mini-thèse professionnelle devant un Jury composé des formateurs, de représentants du monde académique et de dirigeants d'entreprise acteurs de la transformation numérique de leur propre organisation.</p>	<p>donnée, nettoyage de la donnée etc...)</p> <ul style="list-style-type: none"> - sa capacité à maîtriser les étapes clés de gestion d'un projet Data (dans la problématique présente dans son mémoire) - sa capacité à maîtriser les composantes spécifiques nécessaires à la construction d'un modèle d'abonnement (ex : Netflix) et d'« As a service » (ex : Uber) - sa capacité à définir la stratégie de données associée à l'utilisation des techniques de bases de l'intelligence artificielle (machine learning supervisé – non supervisé et de renforcement)
<p>C.6 Assurer une direction structurée et réussie d'un projet numérique en maîtrisant les compétences projets clés de gestion de produits, d'écosystème et de fournisseurs technologiques pour maximiser les chances de succès de sa transformation numérique.</p>	<p>A l'issue de cette chaque séquence de formation, il sera remis au candidat une fiche de synthèse récapitulative pour chaque</p>	<p>Le candidat est évalué sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - sa capacité à utiliser dans le bon contexte les méthodes suivantes et à identifier leurs avantages et inconvénients : Design Thinking, MVP, méthode agile, Growth Hacking - sa capacité à superviser une équipe de product management et à définir les rôles et

	<p>compétence acquise lors de la formation, résumant les outils et méthodologies clés, les avantages et inconvénients de chaque outil ainsi qu'une bibliographie complémentaire relative à la compétence traitée.</p>	<p>responsabilités des fonctions clés (product management, product marketing et product engineering)</p> <ul style="list-style-type: none"> - sa capacité à construire et recruter un écosystème de partenaires efficace (types de partenaires, outils d'animation, processus de certification) - sa capacité à négocier avec les principaux fournisseurs de technologie et à comprendre leurs points faibles et leurs points forts (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft, Oracle, IBM, Salesforce)
<p>C.7 Conduire une gestion du changement responsable et pérenne en adaptant son type de management aux différentes générations de l'entreprise, afin de mobiliser les collaborateurs dans la durée et en limitant l'exposition aux risques réputationnels, éthiques et réglementaires.</p>		<p>Le candidat est évalué sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - sa maîtrise des 8 étapes clés de gestion du changement - sa capacité à différencier les attentes managériales des différentes générations dans l'entreprise (génération X, Millenials, Génération Z ...) - sa capacité à identifier et mettre en place les briques culturelles nécessaires à la transformation de la culture d'entreprise (ex. feedbacks continus, modalités d'évaluation, flexibilité, ...)

		<ul style="list-style-type: none">- sa capacité à mener à bien un audit d'éthique numérique sur la base de la méthodologie enseignée (analyse des risques éthiques avant le lancement d'un produit par exemple)- sa maîtrise des impacts opérationnels du RGPD et du droit européen de la propriété intellectuelle (droit d'auteur, brevet ...) sur son organisation et ses pratiques numériques (ex. collecte de données, campagnes marketing, ...)
--	--	---