

Sommaire

| | |
|---|------|
| Remerciements | VII |
| Préface | XIII |
| Avant-propos | XIX |
| L'être : acquérir de nouvelles compétences managériales | XX |
| Les lieux : s'approprier de nouveaux espaces | XX |
| Les autres : apprendre à travailler collaborativement | XXI |

Partie I

L'être : acquérir de nouvelles compétences managériales

| | |
|---|----|
| 1. Décoder la civilisation numérique | 3 |
| I. De nouveaux acteurs entrent en jeu... | 3 |
| II. ... et s'accaparent de nouveaux pouvoirs grâce à la maîtrise de l'hybridation et de la pensée systémique | 5 |
| III. De nouvelles valeurs apparaissent... | 6 |
| IV. ... et font émerger de nouvelles formes de reconnaissance | 9 |
| V. Des langages propres à la civilisation numérique apparaissent... | 10 |
| VI. ... ainsi que de nouvelles gestuelles | 11 |
| VII. Tous les secteurs d'activité sont affectés par le numérique... | 11 |
| VIII. ... avec des modèles économiques fondés sur trois évolutions | 13 |
| IX. De nouvelles règles légales s'imposent... | 18 |
| X. ... afin d'accompagner de nouvelles formes de travail | 20 |
| 2. Le « manager numérique » : quelles sont les nouvelles compétences à acquérir pour maîtriser l'alphabet de la civilisation numérique ? | 29 |
| I. Les compétences numériques en quelques mots... | 30 |
| II. Les compétences numériques du manager | 32 |
| 3. Le « manager agile » : comment les méthodes agiles permettent-elles au manager de travailler différemment ? | 41 |
| I. Les méthodes agiles en quelques mots... | 42 |
| II. Les compétences du manager agile | 46 |
| 4. Le « manager designer » : comment le Design Thinking permet-il au manager d'innover au quotidien ? | 55 |
| I. Le Design Thinking en quelques mots... | 56 |
| II. Les compétences du manager designer | 66 |

Partie II

Les lieux : s'approprier de nouveaux espaces

| | |
|--|-----|
| 5. Espaces de travail : repenser la performance | 71 |
| I. À chaque fonctionnalité, son espace de travail | 72 |
| II. À chaque époque, son espace de travail | 79 |
| 6. Open space(s) : oser la transformation | 85 |
| I. L'open space, le lieu de toutes les critiques | 86 |
| II. À la recherche de l'intimité perdue | 89 |
| III. (Re)penser l'appropriation des espaces de travail | 94 |
| IV. Vers un open space stratégique ? | 97 |
| 7. Télétravail : distinguer mythes et réalité | 101 |
| I. Un contexte favorable, un essor mitigé | 102 |
| II. Une évolution positive de la législation | 104 |
| III. Le paradoxe des avantages/inconvénients du télétravail | 108 |
| IV. L'épineuse question de la productivité | 111 |
| V. Une approche multidimensionnelle du télétravail ? | 112 |
| 8. Coworking : valoriser le partage | 119 |
| I. L'essor du coworking | 120 |
| II. Un marché en pleine structuration | 123 |
| III. Le coworking : à la recherche d'un nouveau lien social | 125 |
| IV. Le coworking : un espace adapté au fonctionnement en mode projet | 127 |
| V. Le coworking : trois clés de succès | 129 |
| 9. Fab Labs : hacker pour innover | 133 |
| I. Parti du MIT... essaimant dans le monde entier | 134 |
| II. L'esprit des Fab Labs : du hacker au maker | 136 |
| III. Des espaces de collaboration et d'innovation | 138 |
| IV. Vers des Fab Labs internes ? | 139 |

Partie III

Les autres : apprendre à travailler collaborativement

| | |
|--|-----|
| 10. Collaborer en face à face et à distance | 147 |
| I. Les dérives du travail collaboratif en face à face | 148 |
| II. Distance(s) à l'œuvre dans les équipes | 154 |
| III. Leviers pour apprendre à travailler ensemble en face à face ou à distance | 158 |
| 11. Maîtriser les plateformes numériques | 163 |
| I. Plateformes : de quoi parle-t-on ? | 164 |
| II. Un essor important... grâce au numérique | 167 |
| III. Les plateformes : libération du travail ou retour du taylorisme ? | 168 |
| IV. La fin du salariat : le retour au « domestic system » ? | 170 |
| V. Quand une plateforme numérique devient votre manager... | 173 |
| VI. Reprendre le pouvoir sur les plateformes numériques | 176 |
| 12. Apprendre à travailler avec les robots | 179 |
| I. Que faut-il savoir pour travailler avec un robot ? | 179 |
| II. Qui sont ces robots et comment interagir avec eux ? | 181 |
| III. Que faut-il savoir sur les champs d'évolution des robots pour mieux travailler avec eux ? | 182 |

| | |
|---|-----|
| 13. Interagir avec l'intelligence artificielle et devenir un « manager augmenté » : la métamorphose | 187 |
| I. L'IA en quelques mots... | 188 |
| II. La nouvelle responsabilité sociétale de l'entreprise : trouver l'équilibre entre le travail humain et l'intelligence artificielle ? | 193 |
| III. Quelles tâches l'IA peut-elle réaliser ? | 197 |
| IV. Comment l'IA va-t-elle transformer le métier de manager ? | 199 |
| V. Quels sont les domaines et les compétences à développer pour travailler et performer avec l'IA ? | 204 |
| VI. Les compétences du manager dans son interaction avec les IA et les machines | 207 |
| VII. Les compétences du manager avec ses équipes pour qu'elles travaillent avec les IA | 210 |
| Conclusion : faire sa métamorphose et devenir un « manager augmenté » | 217 |
| Bibliographie | 221 |