

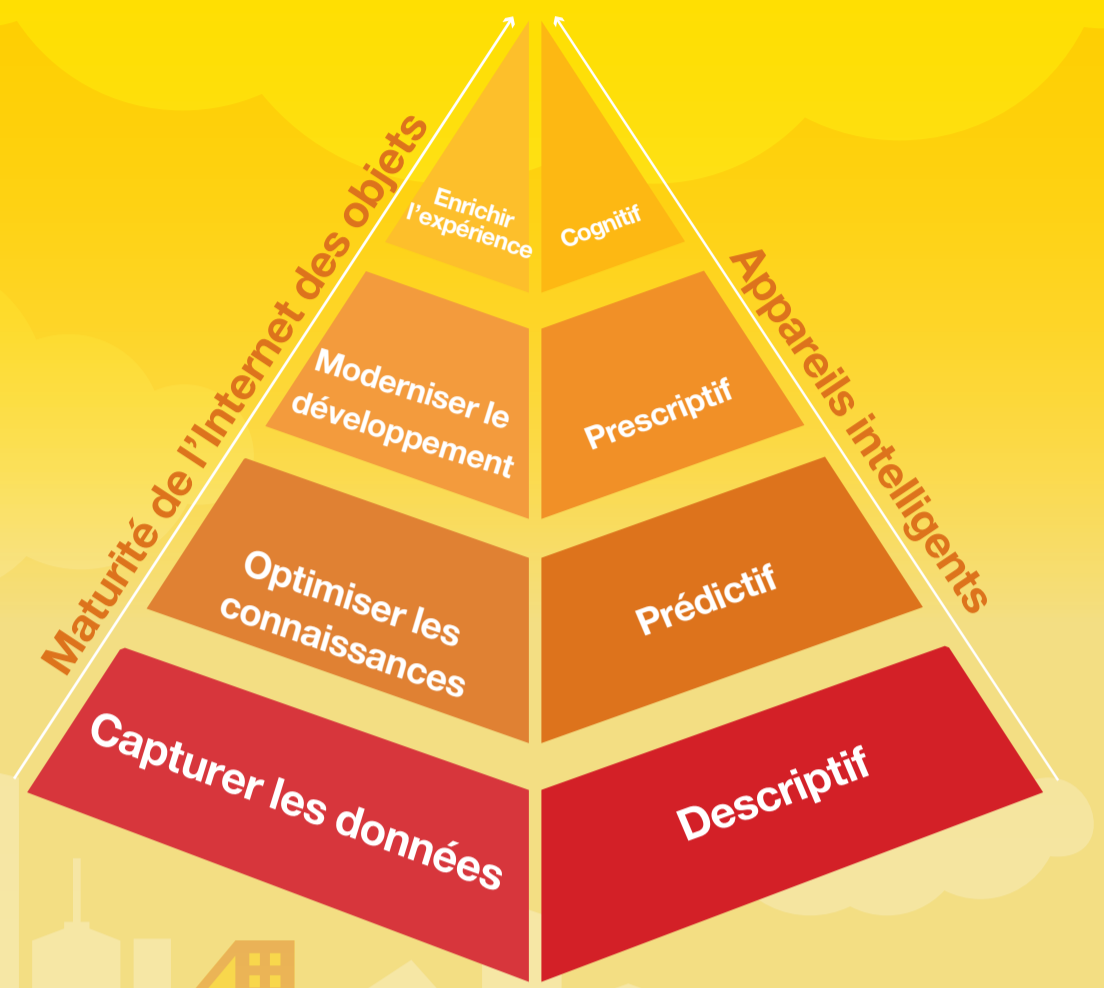
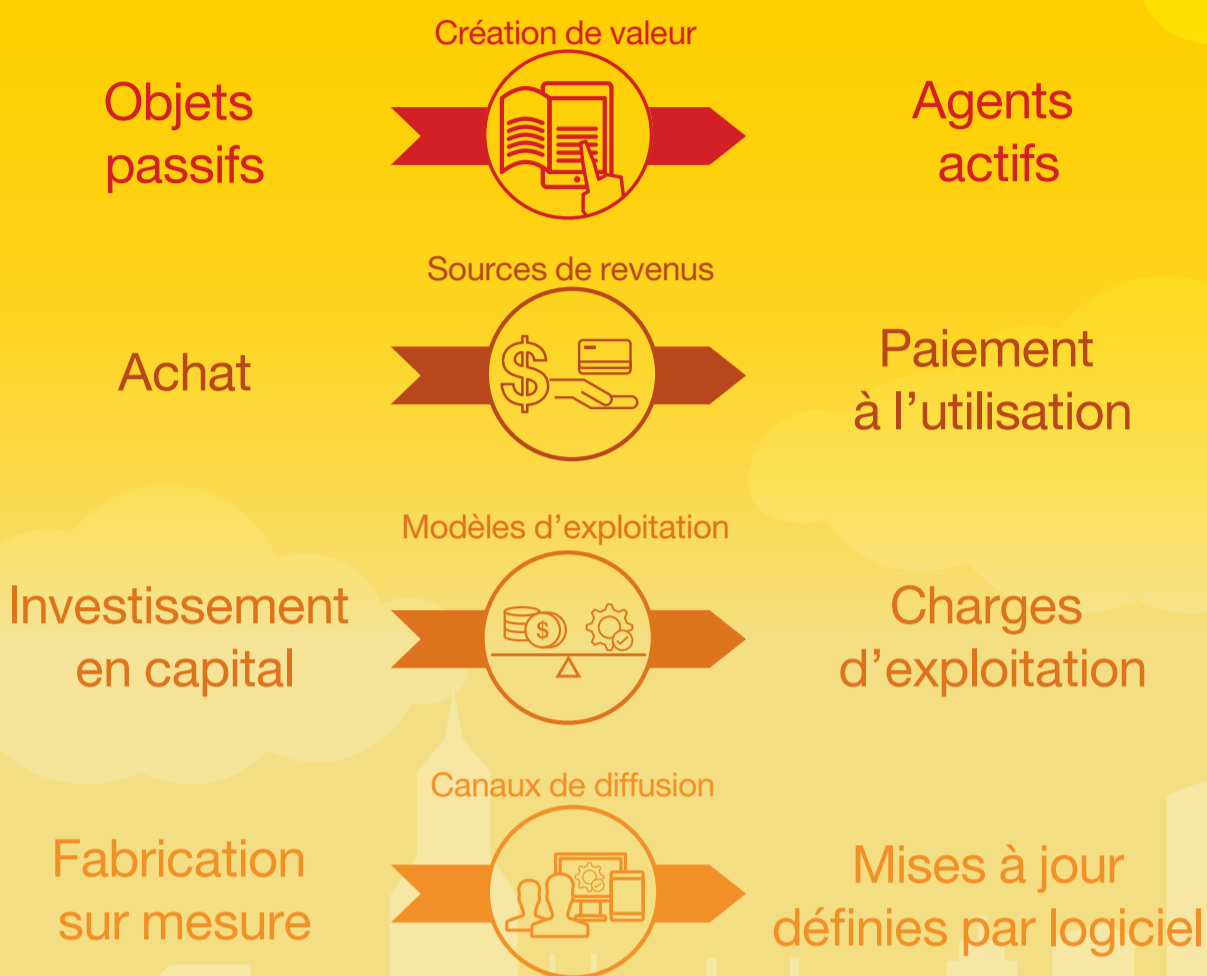
Le Business des objets connectés

Concevoir des business models pour capitaliser sur l'Internet des objets cognitif

Se recentrer sur l'expérience utilisateur

L'évolution des tendances concernant la propriété et la gestion des produits suggère que les entreprises doivent commencer à créer des expériences pertinentes.

La convergence de la maturité de l'Internet des objets (IoT) et de l'intelligence cognitive des appareils offre des possibilités sans précédent de créer de la valeur et de renforcer les relations clients

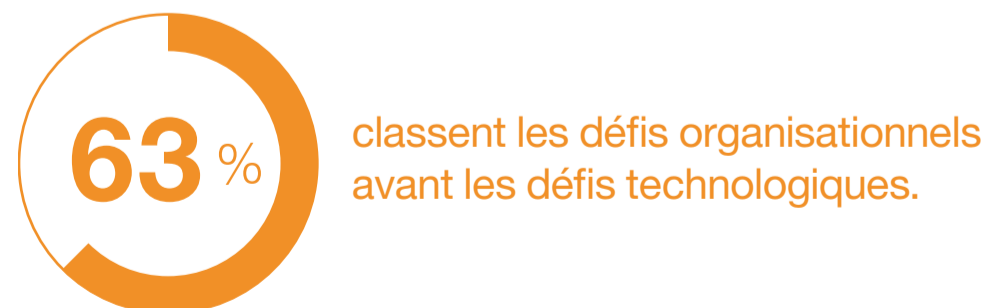
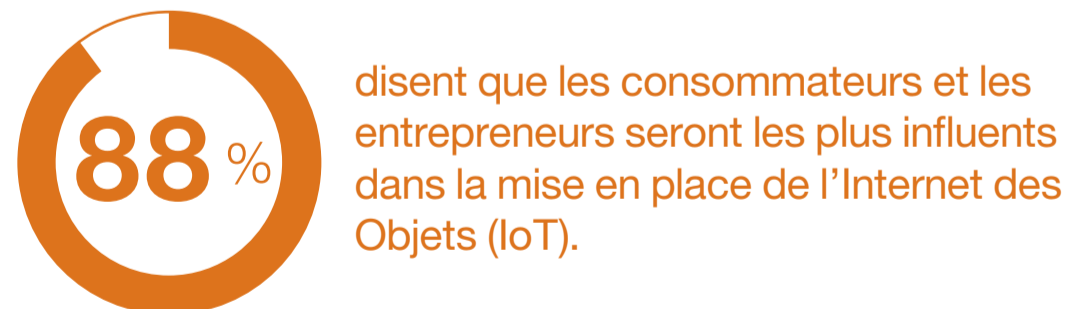
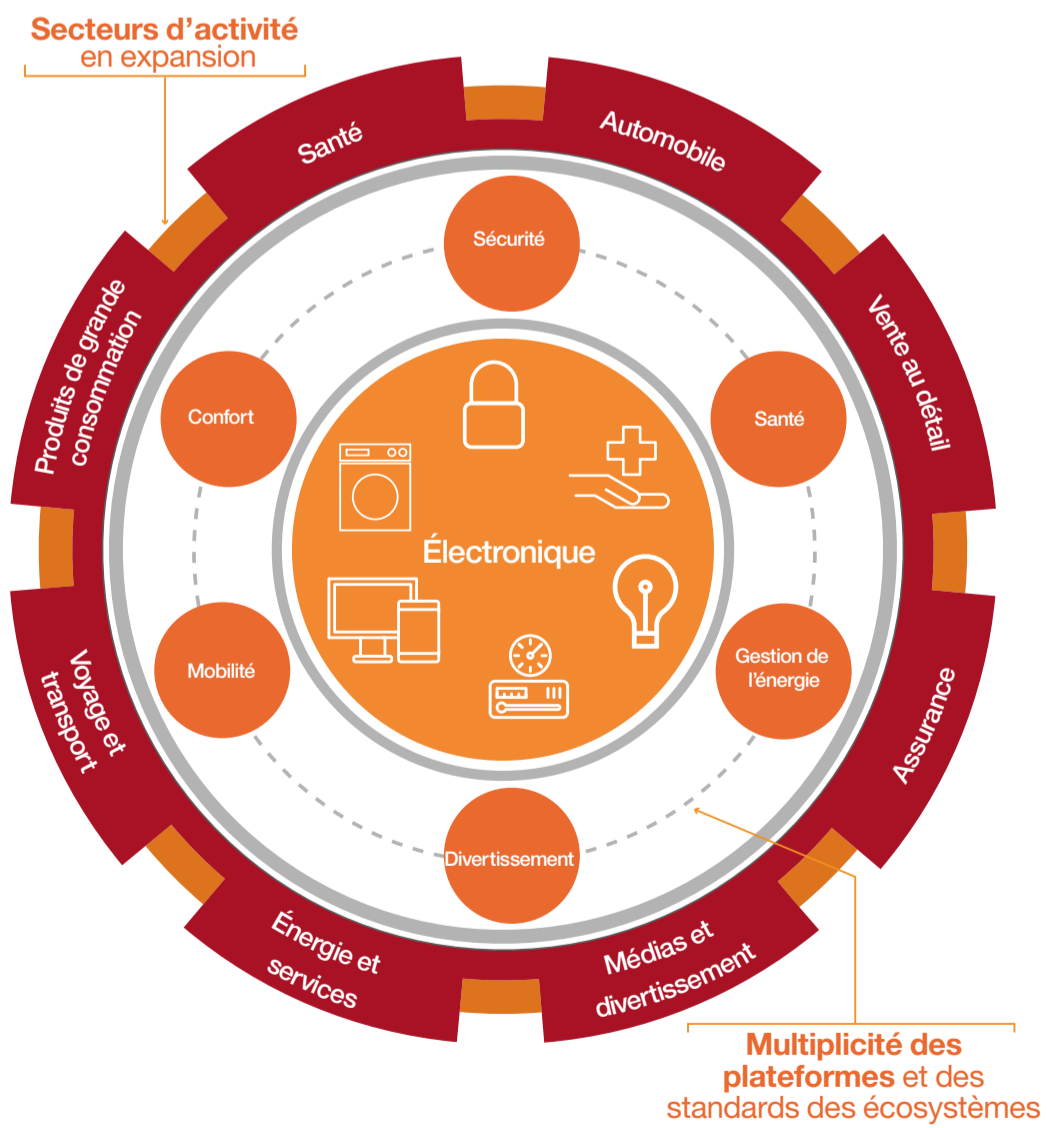


Orchestrer plutôt que contrôler

Alors que le secteur de l'électronique est en pleine expansion et que des écosystèmes inédits émergent, il va devenir de plus en plus important pour les appareils d'assurer une orchestration transparente sur des plateformes transversales ouvertes.

La nouvelle feuille de route de l'Internet des objets

Selon les participants à notre étude, il va devenir vital de créer de nouvelles entités opérationnelles, d'adopter le mode d'action des start-up et de hiérarchiser les priorités des défis organisationnels.



« L'innovation et l'expansion sont emblématiques du secteur électronique. Et si notre secteur évolue, nous devons nous aussi. Le secteur des produits de grande consommation se développe pour toucher pratiquement tous les grands segments industriels, et concerne presque tous les domaines de la vie des consommateurs. »

Aperçu du jam Business des objets dont sont issues nos analyses



Gary Shapiro, PDG
Consumer Technology Association
(précédemment Consumer Electronics Association)