RESEARCH AT A GLANCE

Data Driven Business

Générer de la valeur ajoutée grâce aux données

MSM Research AG, Octobre 2019

Rationnel ou émotionnel? Smart Data ou intuition - en route pour l'entreprise guidée par les données

Voilà un nouveau mot d'ordre qui fait son apparition dans l'éventail de la terminologie du numérique: le Data Driven Business (DDB) ou l'entreprise guidée par les données. De quoi s'agit-il? En fait, ce n'est ni un produit nouveau, ni une solution nouvelle, ni un quelconque service basé sur le cloud. Non, il s'agit de la réorientation du modèle d'affaires. Et d'une forme plutôt nouvelle du processus de prise de décision. Par conséquent, c'est aussi un sujet de culture, étroitement lié à la question de savoir dans quelle mesure on intègre les données traitées de façon analytique dans les processus de prise de décision. Ou mieux encore, il s'agit de s'interroger sur l'importance de l'intuition et la place que l'on accorde au Smart Data et aux analyses. En fin de compte, il s'agit de rompre avec les traditions, mentalités et processus d'élaboration de stratégies du passé.

Contenu

Page 2
Qu'est-ce que le Data Driven Business?

Page 3
Des données intelligentes pour créer des atouts concurrentiels

Page 4
Quelle solution se cache derrière le Data Driven Business?

Page 5
Où en sommes-nous aujourd'hui en Suisse?

Page 6
En route pour le Data Driven Business, les entreprises se battent contre une montagne de données à la croissance effrayante

Page 7
Il faut fusionner les données

Page 8
La généralisation des technologies de base destinées au DDB

Page 9
Qu'est-ce qui freine les entreprises, quels obstacles rencontrent-elles?

Page 10
L'analyse des données et leur transformation en informations génératrices de valeur ajoutée constituent la base du Data Driven Business

Page 11
L'impact sur la culture et l'organisation

Page 12-13
Conclusion

Page 14
Créer de la transparence et obtenir les moyens nécessaires pour se lancer

Page 15
Droit d'auteur / Base de l'étude

Powered by swisscom

MSM RESEARCH

MSM Research AG - Postfach 191 - CH-8201 Schaffhausen - Telefon 052 624 21 21 - info@msmag.ch - www.msmag.ch

Qu'est-ce que le Data Driven Business ?

Il s'agit de trouver le moyen pour obtenir, à partir d'une montagne et d'une montagne de données, des informations génératrices de valeur ajoutée. Cela mène à des connaissances nouvelles utiles pour optimiser les processus, le portfolio et la stratégie d'entreprise dans son ensemble, qui par la suite peuvent être mis en œuvre à travers des décisions, actions et mesures concrètes. Et pour quelle raison? Parce que les quantités croissantes de données sans réelle valeur informative obligent les entreprises à repenser leurs façons de fonctionner. Dans un monde de plus en plus numérisé, tout se joue sur les délais de réaction, l'identification et la satisfaction des besoins individuels de la clientèle. Ainsi, les données collectées ne doivent plus être utilisées aux seules fins de gestion.

La transformation de données brutes en données intelligentes peut notamment:

- Servir à optimiser et individualiser le parcours client de la demande jusqu'au post-traitement
- Permettre la réalisation de pronostics et de simulations d'évolutions du marché ainsi que du comportement de la clientèle
- Servir à optimiser les stocks et la chaîne logistique
- Constituer une aide en temps réel lors de la détermination des prix en fonction des tendances actuelles du marché et de la demande
- Servir à réduire les délais de réaction du service client et à améliorer l'offre

La feuille de route qui mène au Data Driven Business en 4 étapes

Assurer une manipulation rigoureuse des données	Générer de la valeur ajoutée à partir de données	Obtenir des atouts concurrentiels	Permettre de nouveaux modèles d'affaires
Traitement, transport et enregistrement des données conformes à la législation (Secure Compliant Access)	Création de valeurs économiques sur la base de données (Asset Value Creation)	Obtention d'atouts concurrentiels à travers la combinaison de données externes et internes (Competitive Advantage)	Adaptation en temps réel des produits / services au marché actuel et aux besoins de la clientèle grâce aux données (Adaptive Services)
Étape 1	**Étape 2**	**Étape 3**	**Étape 4**

Source: Swisscom

«Les données se transforment en informations, pour fournir en temps réel la base de processus optimisés et contribuer à de nouveaux modèles d'affaires»

Les données intelligentes offrent des atouts concurrentiels

La transformation vers des données intelligentes ainsi qu'une transparence améliorée grâce aux informations utiles constitue une base essentielle pour promouvoir l'innovation et obtenir des atouts concurrentiels faisant la différence. Une entreprise guidée par les données est capable, grâce à l'utilisation d'outils et d'algorithmes adaptés, provenant du domaine de l'analyse des données et de l'intelligence artificielle, de simuler différents modèles et options, formuler des prévisions et miser sur une interaction automatisée avec la clientèle.

«Il s'agit d'un nouveau défi, de la transformation de données en informations, de la création de valeur ajoutée»

Et ceci permet, de manière rapide et surtout plus rapide que la concurrence, de réagir aux évolutions de la clientèle et du marché, d'adapter l'offre de prestations et de générer de précieuses connaissances nouvelles pour l'adaptation de la stratégie d'entreprise et la maximisation de la chaîne de valeur. Ce que déclencheront, dans les années à venir et à grande échelle, l'évolution numérique, les analyses économiques en temps réel et l'intelligence artificielle, équivaut à une révolution conceptuelle à proprement parler, car ce qui comptera ne sera plus la devise "grand, beaucoup et peu cher", mais plutôt le côté "rapide et personnalisé".

78%

Plus de transparence
(maximisation de la chaîne de valeur)

52%

Ecoute accrue de la clientèle
(produits et prestations de service sur mesure)

48%

Réduction des coûts
(p. ex. grâce à une logistique optimisée)

Graphique 1 - Le top 3 des objectifs et attentes du Data Driven Business
Quels aspects fondamentaux régissent aujourd'hui en priorité vos analyses économiques qui serviront de base à votre transformation vers une entreprise guidée par les données? Plusieurs réponses sont possibles

«Les informations obtenues en temps réel permettent non seulement de communiquer plus rapidement avec les clients, mais également avec une plus grande précision et une approche personnalisée»

Quelle solution se cache derrière le Data Driven Business?

LA solution n'existe pas. Il n'y a aucun pack logiciel intitulé "Data Driven Business". Il s'agit de bien plus que l'utilisation d'une certaine technologie, il s'agit de nouveaux moyens de prise de décision, de la génération de valeur ajoutée et de l'adaptation aux évolutions actuelles. Ce n'est pas un sujet réservé au service informatique mordu de technologie dans l'entreprise, pas plus qu'aux seuls stratégistes. Cela implique une transformation culturelle et exige des processus et collaborateurs dotés de nouveaux rôles et disposant de compétences et du savoir-faire nécessaires pour maîtriser ce nouveau défi.

«Cela exige que les domaines spéciaux et les collaborateurs reconnaissant le potentiel des données, partagent la volonté de changer les manières de penser et d'agir et acceptent de nouveaux rôles différents»

Pour qualifier plus en détail le terme du Data Driven Business (DDB) au regard des produits, solutions et services, on peut pour le moins définir les éléments principalement responsables:

- Les sources de données et la transmission des données à partir d'applications comme ERP, CRM, ECM, IoT, médias sociaux, communication
- L'enregistrement des données, l'environnement et la stratégie de stockage ainsi que la gestion adaptée des données
- Les applications étroitement liées aux analyses et processus de prise de décision provenant du domaine de l'intelligence artificielle, intelligence économique et Big Data
- La protection des données et la sécurisation des informations pour empêcher tout accès non autorisé

«Il n'existe pas de solution Data Driven Business. Les analyses et l'interaction de différentes applications et systèmes informatiques constituent la base du modèle Data Driven Business»

Où en sommes-nous aujourd'hui en Suisse?

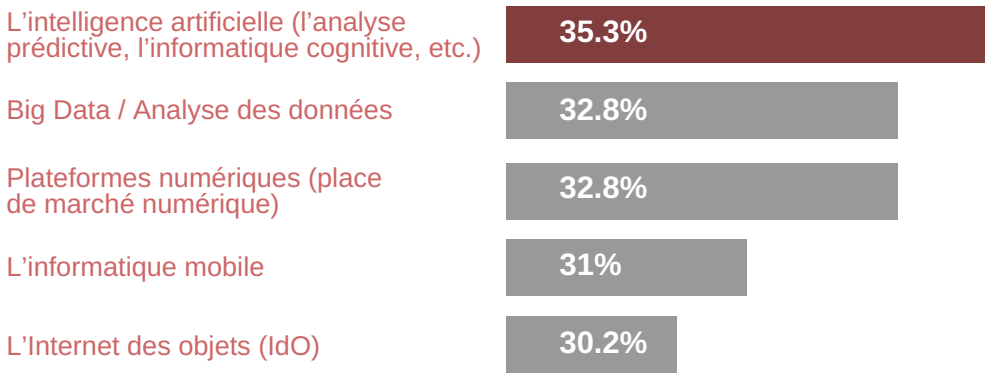
Le concept du "Data Driven Business" relève encore, pour de nombreuses entreprises suisses, du domaine des sujets "effet de mode". C'est le cas du moins pour la majorité des personnes interrogées dans le cadre de notre étude. Les sujets étroitement associés à cela tels que l'intelligence artificielle (IA) ou l'Internet des objets (IdO) permettent de constater où nous en sommes aujourd'hui en Suisse avec le modèle de l'entreprise guidée par les données et comment nous évoluons.

«Les nouvelles technologies comme l'intelligence artificielle ou l'Internet des objets constituent la base du Data Driven Business»

Lorsqu'on interroge des personnes sur des sujets concernant l'évolution numérique, l'intelligence artificielle, l'Analytics, mais aussi l'Internet des objets, ces derniers commencent à se détacher des sujets "effet de mode" et à se matérialiser.

Toutes branches et catégories de taille confondues, aujourd'hui en effet, seuls 10% à peine des entreprises suisses se consacrent concrètement à ces technologies principales et les bases d'une entreprise guidée par les données. Or, ces sujets vont devenir dans les trois années à venir des thèmes phares et consolider les bases du Data Driven Business.

Les sujets associés au DDB:
L'intelligence artificielle et l'Internet des objets



Graphique 2 - Les futures technologies de pointe à la base du DDB
Parmi les technologies suivantes, sur lesquelles votre entreprise compte porter un nouveau regard dans les 3 années à venir? Plusieurs réponses sont possibles

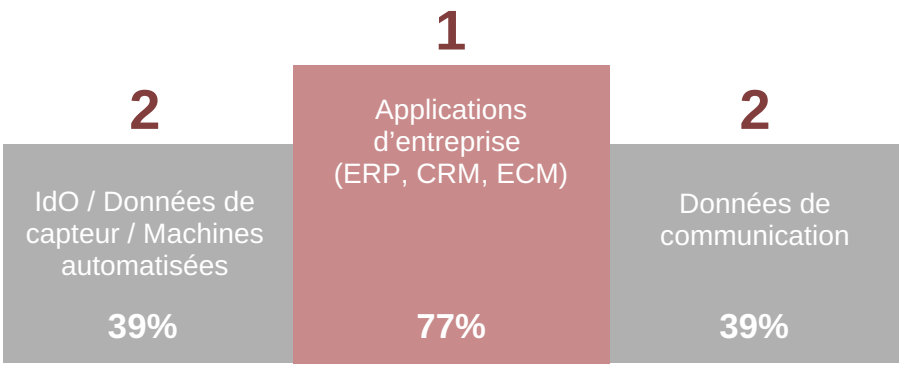
«Les sujets tels que l'intelligence artificielle, l'Analytics ou l'Internet des objets font partie des technologies principales du Data Driven Business»

En route pour le Data Driven Business, les entreprises se battent contre une montagne de données à la croissance effrayante

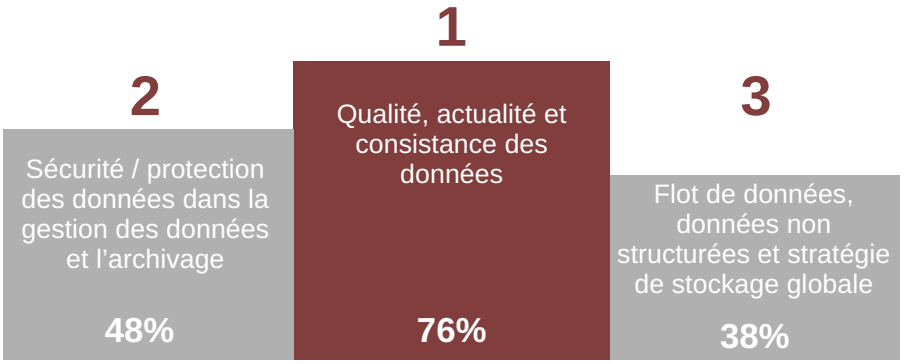
Face à une montagne de données à la croissance effrayante, les entreprises considèrent comme défi majeur la garantie de la qualité, l'actualité, mais aussi la consistance des données. Les données non structurées notamment offrent certes un grand potentiel, mais exigent un traitement adéquat pour être transformées et exploitées de manière utile.

«Les aspects portant sur la sécurité et la protection des données ou la stratégie de stockage globale figurent en tête des priorités parmi les défis»

Le top 3 des sources de données



Le top 3 des points sensibles



Graphique 3 - Le top des sources de données et des points sensibles dans la gestion des données
Parmi ces sources, lesquelles vont être, dans votre entreprise, à l'origine de la croissance la plus importante en termes de quantité de données? Et quels sont vos plus gros points sensibles dans la gestion des données? Plusieurs réponses sont possibles

Il faut fusionner les données

Les sources fournissant des données sont aujourd'hui extrêmement diverses. De nos jours, les opérations qui consistent à fusionner, enregistrer, gérer, analyser et protéger la multitude de données ne se limitent plus aux seules sources provenant des processus principaux internes comme le traitement des commandes, la gestion des stocks, la gestion financière, la production ou le marketing et la distribution. Le flot de données, au regard notamment du parcours client et de l'ensemble du monde numérique, va connaître une croissance exponentielle en termes de volume et de quantité.

«La multitude de données doit être utilisée pour créer de la valeur ajoutée»

Il s'agit prioritairement des données relatives aux clients et au marché qui, par le biais d'une multitude de terminaux, sources des médias sociaux, appareils et applications mobiles, sources vidéo, photo et audio, capteurs ou puces IdO, sont générées et injectées dans les processus numériques, car elles détiennent un potentiel considérable en termes d'informations génératrices de valeur ajoutée. Correctement et surtout rapidement analysées, elles permettent d'augmenter la capacité d'une entreprise, d'une part, de réduire les coûts et de se différencier, et, d'autre part, de cibler de manière réactive de nouveaux marchés et segments de clientèle avec de nouveaux produits et prestations de services.

Est-ce que les entreprises guidées par les données réussissent mieux?

43% Cela ne dépend non seulement du simple fait de collecter des données, mais également de l'analyse et de la transformation des données en informations génératrices de valeur ajoutée.

32% Oui, en ayant recours aux bons outils d'analyse, elles se procurent un avantage sur la concurrence

29% Oui, le fait d'avoir recours à l'expertise des bonnes personnes et à un savoir-faire adéquat crée des atouts

Graphique 4 - Importance du sujet Data Driven Business
À votre avis, est-ce que, à l'avenir, les entreprises dites "guidées par les données", dont les décisions économiques sont prises sur la base de données, réussiront mieux que des entreprises comparables qui n'ont pas recours à la collecte et l'analyse systématiques de données? Plusieurs réponses sont possibles

«L'analyse correcte et prompte des données permet d'augmenter la capacité d'une entreprise de cibler rapidement les marchés et clients»

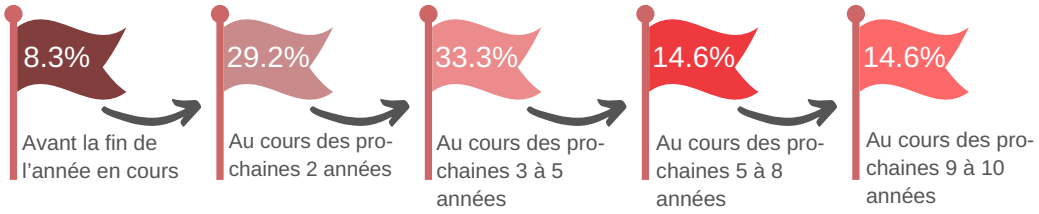
La généralisation des technologies de base destinées au Data Driven Business

Bien que les investissements dans les technologies de base du DDB connaissent une hausse remarquable, il reste encore du chemin à parcourir sur la voie vers l'entreprise guidée par les données.

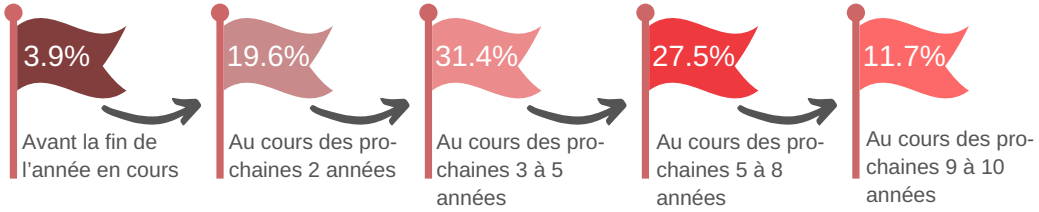
Si l'on considère le ressenti des entreprises concernant l'intelligence artificielle ou l'une des futures sources de données les plus importantes, à savoir l'IdO, on comprend que la généralisation des entreprises guidées par les données en Suisse n'est pas pour demain, ni même pour après-demain.

«Les entreprises estiment que les technologies de base du DDB telles que IA ou IdO vont s'imposer dans les 5 prochaines années»

Généralisation sur le plan temporel de l'Internet des objets



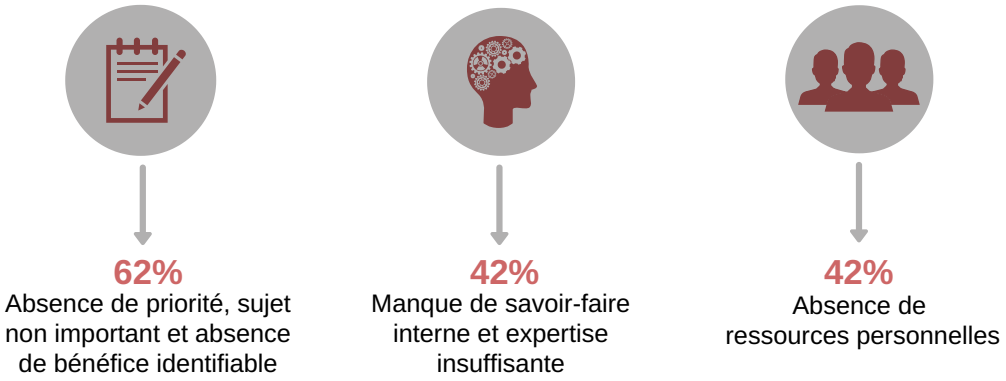
Généralisation sur le plan temporel de l'intelligence artificielle



Graphique 5 - Généralisation sur le plan temporel des technologies de base d'une entreprise guidée par les données
D'après vous, quand est-ce que les sujets suivants deviendront la réalité, avec un impact à grande échelle? Une seule réponse doit être donnée

Qu'est-ce qui freine les entreprises, quels obstacles rencontrent-elles?

La plupart des entreprises interrogées dans le cadre de cette étude, compte tenu de l'expertise et des ressources personnelles dont elles disposent, ne sont à ce jour pas encore dotées de l'infrastructure nécessaire. Par ailleurs, les idées quant à la mise en œuvre de leur transformation en entreprise guidée par les données sont pour l'instant plutôt vagues. Des doutes sont exprimés également, estimant que le moment n'est pas encore venu pour se lancer, supposant que les technologies et services actuellement disponibles sur le marché ne sont pas encore au point ou que les perspectives économiques actuelles n'incitent pas au changement.



Graphique 6 - Le top 3 des obstacles sur le chemin qui mène vers le DDB
Quels sont les principaux obstacles qui vous empêchent à investir dans un modèle de Data Driven Business? Plusieurs réponses sont possibles.

L'étape d'évolution numérique que nous traversons actuellement, est différente, sur un point essentiel face aux trois étapes de révolution industrielle que nous avons connues jusque-là (vapeur et chemin de fer, électricité et automatisation, informatique): elle se déroule à une vitesse fulgurante. Et pourtant, beaucoup d'entreprises adoptent aujourd'hui le point de vue selon lequel il n'y a aucune raison de changer, l'évolution économique actuelle étant positive. À ce jour, l'utilité du DDB n'est pas encore clairement établie dans toute son ampleur et ses conséquences. Or, l'immobilisme et l'attente peuvent vite se retourner contre les entreprises, la porte des chances peut se refermer aussitôt, et la concurrence ne dort pas.

«Le concept du Data Driven Business n'est pour l'instant pas prioritaire dans de nombreuses entreprises qui n'arrivent pas (encore) à identifier son utilité/bénéfice»

L'analyse des données et leur transformation en informations génératrices de valeur ajoutée constituent la base du Data Driven Business

L'entreprise guidée par les données est, dans de nombreux domaines, étroitement liée à la transformation numérique qui, elle, est liée à l'utilisation d'outils d'analyse adéquats. Peu de projets d'envergure portant sur la numérisation et l'IdO pourront se passer d'une solution d'analyse voire de Big Data.

«La profusion d'outils et de solutions, dans le domaine de l'Analytics notamment, entraîne le risque d'une focalisation trop importante limitée aux technologies seulement»

Les interfaces entre différents univers et solutions ainsi que la synergie entre les analyses économiques et la numérisation s'apparentent à un mécanisme complexe. Or, seul le degré d'absence de complications lors de l'intégration dans les processus opérationnels, la convergence des différents outils et services ainsi que l'orientation vers les objectifs liés à la recherche d'informations, décideront de la réussite et la mesure de l'exploitation d'un nouveau potentiel profitable.

Une entreprise guidée par les données n'est pas en soi une entreprise guidée par la technologie, mais plutôt une entreprise qui met en question les modèles économiques traditionnels, bouleverse les processus de prise de décision et renonce à guider leur stratégie économique sur la seule base de ses propres réflexions et intuitions.

«Une entreprise guidée par les données facilite, par l'utilisation de données intelligentes, des décisions et actions pertinentes sur le plan opérationnel et stratégique»

L’impact sur la culture et l’organisation

La transformation en entreprise guidée par les données s’apparente à un nouveau défi dans lequel tout est question de rapidité, d’innovation et de temps de réaction. Cela a un impact important sur l’organisation et la culture d’une entreprise. Sans l’utilisation des technologies nécessaires, la création de valeur ajoutée à partir de données est impossible.

Pour analyser et transformer les données en informations, il faut avoir recours aux systèmes, applications et processus nécessaires. De même que cela exige une organisation et des collaborateurs qui disposent des compétences et du savoir-faire indispensables pour maîtriser ce nouveau défi.

Cela exige également que les domaines spéciaux et les collaborateurs reconnaissant le potentiel des données et partagent la volonté de changer les manières de penser et d’agir tout en soutenant le changement culturel qui en résulte. Et on n’y parviendra pas sans l’embauche de nouveaux spécialistes, tout d’abord dans les domaines de l’analyse de données, dans lesquelles le "Data Scientist" va détenir un rôle clef. En fin de compte, la réussite d’une entreprise guidée par les données se mesurera au degré de maturité de celle-ci et à sa volonté de changer.

«Une entreprise guidée par les données demande de nouvelles compétences et une remise en question de la conception des rôles»

Conclusion

En fin de compte, il s'agit de répondre à la question cruciale de savoir comment réaliser, à partir d'idées créatives et de premières ébauches de solutions, des analyses de rentabilisation pratiques, compétitives et viables. L'heure est aux premières petites étapes, limitées à quelques produits ou services avec des objectifs clairement définis. Les expériences acquises dans ces projets pilotes peuvent ensuite être transposées et appliquées dans d'autres domaines et processus.

Les petites et moyennes entreprises notamment ne disposent souvent que de ressources limitées pour la réalisation de tels projets. En revanche, les grandes entreprises doivent souvent faire face à une collection d'outils d'analyse hétérogène ou lutter pour consolider et standardiser celle-ci.

«Une entreprise guidée par les données ne se réalise pas du jour au lendemain, mais il est tout de même conseillé de faire sans tarder les premiers pas en direction de celle-ci»

Conseils pour faire ses premiers pas en direction de l'entreprise guidée par les données

1 Rédigez une feuille de route qui vous mènera au DDB, définissez des objectifs précis et simples pour les premiers projets pilotes et tentatives d'utilisation d'outils d'analyse et d'intelligence artificielle.

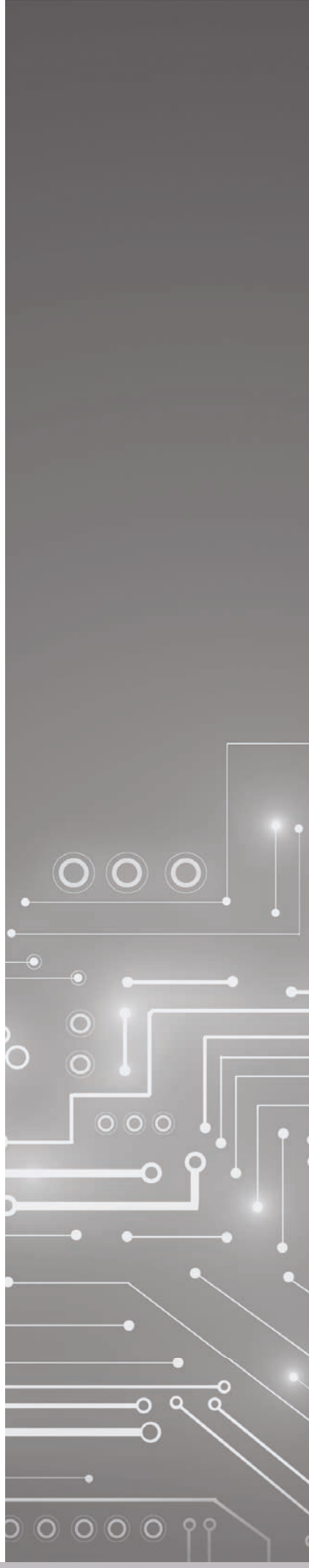
Cela peut être par exemple l'analyse du comportement client en vue de l'amélioration et de la personnalisation des services proposés, le suivi personnalisé des clients dans le cadre du parcours client, l'analyse des temps de traitement pour répondre aux demandes afin de réduire les temps de réaction ou la gestion des stocks en fonction des besoins.

2 Formez une équipe composée de collaborateurs issus de départements spécialisés et du service informatique. Seule une base interdisciplinaire et l'intervention de toutes les personnes impliquées dans les processus permettent de discuter des mesures et de fixer les étapes adéquates.

3 Misez sur une architecture simple standardisée dans le domaine de l'analyse et définissez les sources de données correspondantes. Utilisez l'offre de fournisseurs et prestataires évoluant dans le domaine de l'intelligence économique, de l'Analytics et de l'intelligence artificielle. De plus en plus de services sont fournis à partir du Cloud.

4 Apprenez de vos premiers projets sur la base d'une approche itérative. Il n'est pas nécessaire de viser toujours le 100%, mieux vaut démarrer un projet à 80%, d'en tirer des leçons et l'améliorer ensuite, que de perdre du temps précieux et décisif dans d'éternelles phases de perfectionnement.

Comme pour tous les changements importants et rapides, les opportunités qui s'offrent à vous et les risques qui vont avec, il convient d'opter pour un démarrage par petites étapes, avec des boucles itératives, plutôt que de rester immobile ou de se lancer (trop) tardivement et du coup précipitamment sur un terrain inconnu.



Créer de la transparence et obtenir les moyens nécessaires pour se lancer

Vous souhaitez développer de nouveaux modèles d'affaires basés sur les données ou optimiser vos processus à l'aide de données? Pour ce faire, vous avez besoin de données de base et de transactions propres et cohérentes ainsi que des bons composants techniques? Vous ne savez pas où se trouve quelles données, comment les données sont traitées et comment parvenir à les harmoniser?

Nous vous aidons en vous apportant une approche structurée, une analyse de la situation actuelle et un objectif, pour vous permettre de planifier des projets concrets.

Agissez dès maintenant!

Élaborez les bases de votre business dans le cadre d'un Data Readiness Assessment avec l'aide de spécialistes en informatique:

Réservez votre participation à un atelier

Vous souhaitez partager vos expériences au sujet du Data Driven Business, sans engagement? Rencontrez notre expert pour un entretien personnel:

Prenez rendez-vous pour une séance de consultation

Pour en savoir davantage sur le sujet du Data Driven Business

Copyright et dispositions d'utilisation

Ce whitepaper a été créé par MSM Research AG, powered by Swisscom, pour transmission à sa clientèle. Les informations et indications qu'il contient ont été déterminées de manière consciencieuse et avec le plus grand soin et le plus d'exactitude possible. Des hypothèses et estimations sont inévitables, et elles correspondent à notre état de connaissances actuel. Les pronostics ne sont actuels qu'à la date de la publication et susceptibles de changer à tout moment. Toutefois, aucune garantie ne peut être assumée quant à leur exhaustivité et à leur exactitude. Le copyright et tous les droits sur les données demeurent propriété de la société MSM Research AG.

La reproduction ou le traitement ultérieur du contenu ou de parties du contenu sont interdits. Les publications ne sont permises qu'avec l'autorisation écrite de MSM Research AG.

Copyright by MSM Research AG, 2019

Base de l'étude / Sources

Études réalisées en 2019 concernant le marché suisse: "Data Driven Business" (n=40), "L'intelligence artificielle" (n=51) et "Internet des objets (IdO)" (n=64).
MSM Research AG

Photos: Bigstock, Getty Images

Auteur

Philipp A. Ziegler, CEO, MSM Research AG

Création / Mise en page

Corinne Jost, Head of Marketing, MSM Research AG