

Acculturation Data pour booster la performance

Les nouvelles stratégies mises en place par les CDO

Une enquête récente réalisée auprès des CDO (Chief Data Officers) a mis en lumière leurs principales priorités et également révélé d'autres informations. L'importance croissante de la gestion, de la gouvernance et de la qualité des données y apparaît clairement.

La gouvernance des données en tête des préoccupations des CDO

Les dépenses et les exigences des consommateurs ont évolué de façon spectaculaire au cours de la dernière décennie, période baptisée par beaucoup l'ère du client. Face à cette évolution, les CDO reconnaissent plus que jamais l'importance de la gestion des données en tant que fondement du succès de l'entreprise.

Une récente enquête menée par Stibo Systems auprès de plus de 100 CDO a révélé à quel point il était important de surmonter les défis de la gouvernance des données et de construire une culture de données forte. 49 % des CDO ont déclaré vouloir investir dans des initiatives de gouvernance et de gestion des données dans les 6 à 24 mois à venir.

Ils savent à quel point il est important pour leurs systèmes et leurs solutions de disposer de données de haute qualité. En outre, avec l'essor du machine learning, de l'intelligence artificielle (IA), de l'Internet des Objets et d'autres technologies, la capacité à garantir des informations propres, précises et de haute qualité devient encore plus vitale¹.

Les CDO ont fait état d'un grand nombre de difficultés. En tête de liste arrive la gouvernance des données. De nombreux CDO considèrent également la gestion des données comme un défi majeur. (Voir la figure 1).

L'un des répondants, responsable des données dans une entreprise de services financiers, a déclaré : « Mes responsabilités incluent la définition du framework de gouvernance des données. Ce framework permet à notre organisation de gérer avec succès la qualité des données, l'accès aux données et leur sécurité ».

Une autre préoccupation majeure des CDO concerne le manque de suivi et de mesure du retour sur investissement pour les initiatives de gouvernance des données. Trois sur quatre des CDO ont indiqué ne pas disposer actuellement de ce type de capacité. (Voir la figure 2).

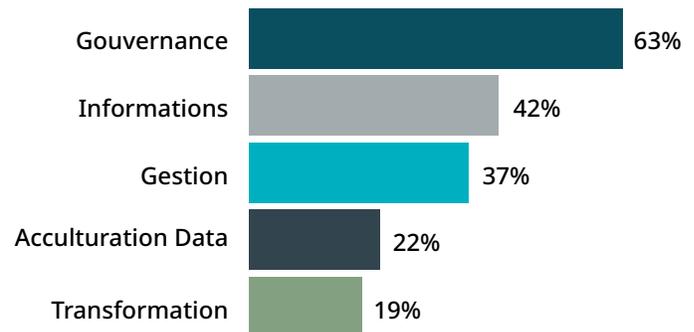
L'importance d'une culture des données

Outre la gouvernance des données, un autre thème est apparu vital, à savoir l'importance d'une culture des données. De plus en plus d'informations sont disponibles depuis de plus en plus de sources. Par ailleurs, un nombre

croissant d'outils sont disponibles pour recueillir des informations analytiques. Dans ce contexte, l'établissement d'une culture des données apparaît crucial pour le succès de l'entreprise.

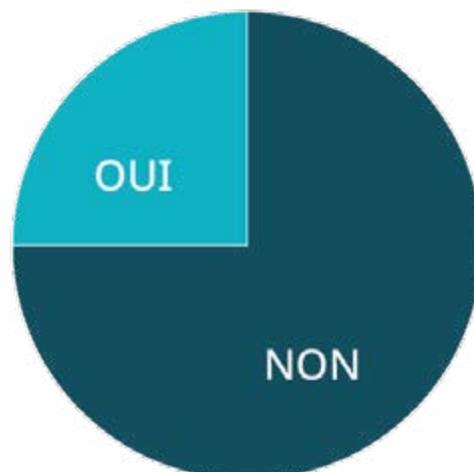
Les cinq principaux défis identifiés par les CDO en matière de données

Figure 1. Les CDO sont conscients des nombreuses difficultés liées à la gouvernance et à la gestion des données, et à la mise en place d'une culture des données.



Contrôlez-vous vos initiatives de gouvernance des données ?

Figure 2. De nombreux CDO indiquent ne pas contrôler les initiatives de gouvernance des données.



Au cours de l'enquête, un architecte de données du secteur des services professionnels a expliqué : « Nous devons créer une culture des données et nous assurer qu'il ne s'agit pas uniquement de mettre en œuvre des technologies. Nous avons besoin de tout le monde pour que notre projet et notre plateforme soient performants ».

Toutefois, les changements culturels ne se font pas en un jour et c'est la raison pour laquelle ils figurent en bonne place sur la liste des défis à relever. Les CDO et leurs équipes doivent s'attendre à un parcours de plusieurs années, et non de quelques mois, et peuvent déjà anticiper quelques obstacles.

« Nous voulons vraiment que les données soient davantage considérées comme un actif dans notre organisation. Quels outils et quelles technologies peuvent nous aider à laisser de côté une culture héritée qui résiste au changement ? »

— Responsable des données et de l'analyse, secteur public

Le développement d'une culture des données et la capacité à accepter les changements culturels sont des tendances observées sur l'ensemble du marché. Toute évolution vers une culture des données peut entraîner une transformation plus fondamentale de l'entreprise. Comme l'a fait remarquer le CDO d'une société de services financiers : « Nous voulons améliorer notre parcours de transformation digitale et devenir une banque du futur. Nous voulons que les responsables métier fassent les choses par eux-mêmes, sans s'en remettre à l'informatique. Nous pourrions ainsi démocratiser les données et les ancrer dans la culture de l'entreprise, avec les outils permettant d'y accéder et de les utiliser facilement. »

L'importance de la vision et de la stratégie

Les CDO performants savent qu'avant de créer une culture des données ou avant même d'établir une gouvernance des données, ils doivent d'abord définir des fondations pour les données. Ces fondations doivent être basées sur une vision et une stratégie axées sur les résultats de l'entreprise.

En d'autres termes, ils ne considèrent pas les données elles-mêmes comme un problème à résoudre. Ils s'intéressent plutôt aux difficultés rencontrées par l'entreprise pour atteindre ses objectifs. Puis, ils déterminent comment les données peuvent permettre de résoudre ces difficultés. Ils planifient ensuite la manière d'utiliser les données, d'une part pour relier les différents aspects de l'entreprise et d'autre part, pour être en communication avec ceux qui comptent le plus, à savoir ses clients. De plus, ils peuvent

déterminer comment tirer parti de l'analyse à l'aide de sources de données connectées, ce qui leur permet de mieux comprendre l'entreprise et ses clients.

Un spécialiste des données du secteur du tourisme a parfaitement résumé la situation. Il a posé la question suivante « Comment pouvons-nous utiliser les données pour créer des expériences personnalisées pour l'ensemble de nos produits et pour tous nos clients ? »

Définir une vision et une stratégie

Voici quelques questions (et suggestions) clés pour vous aider à élaborer votre vision et votre stratégie :

- Avez-vous des difficultés à fidéliser vos clients ? Éliminer les doublons et améliorer la personnalisation peuvent vous aider à optimiser la relation d'achat.
- La mise sur le marché est-elle ralentie par une chaîne d'approvisionnement inefficace ? Créer une vue unique pour chaque produit et chaque fournisseur peut simplifier la création et le lancement de produits.
- Manque de visibilité ou de contrôle sur les produits vendus par des tiers ? Connecter les données des courtiers, agents et autres intermédiaires en un Digital Business Hub peut vous apporter les informations nécessaires pour diriger vos activités.
- Cherchez-vous en vain à prendre de l'expansion ? L'utilisation des données pour analyser le comportement des clients peut vous aider à déterminer quels produits vendre, à quel endroit et à qui. Vous pouvez également utiliser les données client pour gérer les stocks de manière plus précise et plus rentable.

Dans l'ensemble, les CDO reconnaissent qu'un certain niveau de transformation est essentiel pour favoriser la croissance de l'entreprise et développer une meilleure stratégie pour les données.

Une approche globale pour la stratégie de données

Pour élaborer et mettre en œuvre la stratégie de données appropriée, les CDO doivent non seulement poser les bonnes questions, mais aussi adopter une approche globale, axée sur la réalisation d'objectifs métier spécifiques.

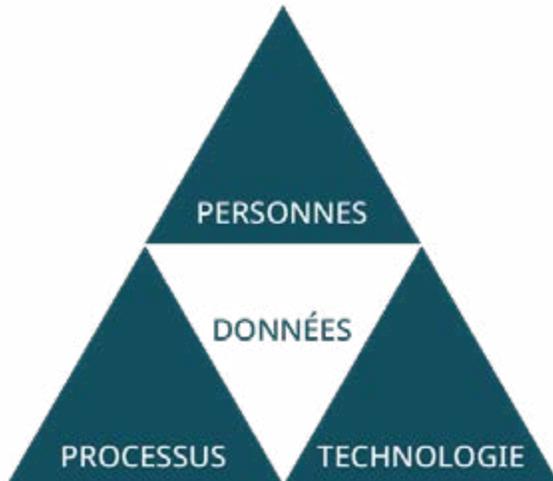


Figure 3. Pour relever les défis métier et culturels, les CDO doivent élaborer une stratégie couvrant les personnes, les processus et la technologie.

Afin d'obtenir le maximum de valeur des données et afin de surmonter les défis métier et culturels, les CDO doivent combiner les bonnes personnes, les bons processus et la bonne technologie (voir figure 3).

L'importance d'une gestion et d'une gouvernance robustes pour les données

Lorsque le CDO a créé et établi une vision, une stratégie et une culture des données, il peut s'appuyer sur les objectifs métier identifiés pour gérer les besoins de gestion et de gouvernance des données.

Une approche, employée avec succès par des entreprises telles qu'Adidas, M&S, Fujitsu, Siemens, Kellogg's et Sony, consiste à mettre en place une solution de Master Data Management ou MDM. Le MDM a permis à ces organisations de garantir des données de haute qualité. Elles peuvent appliquer une gouvernance et une gestion des données appropriées, et apporter ainsi une valeur ajoutée à toute l'entreprise et à ses clients.

En commençant par les résultats métier souhaités, elles se sont assurées d'avoir en place la bonne technologie pour pouvoir transformer les données en un véritable levier. Elles ont ainsi obtenu de meilleures informations, amélioré la prise de décision, offert des expériences supérieures et apporté davantage de valeur à l'entreprise.

¹ Résultats basés sur une enquête menée en 2019 par Stibo Systems auprès de plus de 100 CDO.

« Pour lancer une nouvelle initiative, l'une des meilleures pratiques vitale consiste à identifier dès le départ les domaines apportant de la valeur. Déterminez ce qui génère le plus de valeur dans votre activité, puis identifiez les données nécessaires pour obtenir le meilleur résultat ».

— Adrian Carr, CEO, Stibo Systems

Résumé

Comme le montrent les résultats de cette enquête et de nombreuses autres, les CDO sont aujourd'hui confrontés à de multiples défis, des défis complexes et qui évoluent rapidement. Les capacités de base en matière de gestion des données restent donc des domaines d'intérêt majeurs.

Pourquoi ? Parce que toutes les autres initiatives - notamment celles qui découlent des ventes, du marketing, des produits et d'autres domaines d'activité - ont besoin pour réussir de données précises et actualisées.

Dans tous les secteurs d'activité, les CDO comprennent l'importance de la gouvernance des données et l'importance d'investir dans des technologies assurant une haute qualité des données. La tendance visant à répondre aux besoins en matière de données de base va continuer à augmenter. En effet, de plus en plus d'entreprises ajoutent des CDO à leur équipe de direction. Elles exploitent en outre des technologies telles que le MDM pour apporter de la valeur dans toute l'entreprise.

Mais avant qu'un CDO puisse déterminer quel budget est nécessaire, ou puisse traiter ces priorités, il doit élaborer une vision et une stratégie permettant d'améliorer les résultats de l'entreprise. Il pourra ensuite donner la priorité à des initiatives telles que l'établissement d'une culture des données, de la gestion du changement. Il pourra prioriser également le développement des données en tant qu'actif métier fondamental capable de générer une réelle valeur dans toute l'organisation.

Prêt pour la prochaine étape ? Explorez notre **Knowledge Hub** et obtenez des informations plus détaillées ou bien découvrez comment fournir **des informations métier supérieures grâce à notre solution MDM**.

À propos de Stibo Systems

Stibo Systems, leader en solutions de Master Data Management (MDM), est le partenaire de confiance pour la transparence des données. Nos solutions accompagnent les entreprises innovantes du monde entier qui exploitent la valeur stratégique de leurs données, quel que soit leur domaine de référence (données produits, données clients, données fournisseurs...). Grâce à nos solutions PIM, PXM, MDM multi-domaines, nous leur donnons les moyens d'améliorer l'expérience client, de rationaliser leurs processus, de stimuler l'innovation, la croissance et de créer le socle essentiel de leur transformation numérique. Ainsi, les entreprises ont une vue unique et précise de leurs référentiels de données ce qui leur permet de prendre des décisions éclairées et ainsi d'atteindre leurs objectifs de performance mais aussi de RSE. Stibo Systems est une filiale privée de la fondation Stibo Group A/S, fondée en 1794 et dont le siège est à Aarhus, au Danemark. Plus d'informations sur stibosystems.com.