

Guide 2 sur 5

Donner la priorité aux données et analyses dans une optique de création de valeur

Guides pour un processus décisionnel efficace en entreprise

D'ici 2025,

les directeurs des données qui mettent en place une collaboration reposant sur les flux de valeur obtiendront des résultats nettement supérieurs à ceux de leurs pairs en matière de collaboration interfonctionnelle et de création de valeur.

Source : Gartner

Les entreprises qui cherchent à orienter leurs prises de décision sur la base de données ont d'abord besoin d'une stratégie et d'un modèle opérationnel de données et analyses capable de générer des opportunités commerciales exploitant ces données.

Ces perspectives commerciales passent par l'identification et la hiérarchisation des décisions à améliorer en appliquant des pratiques de veille décisionnelle, telles que la modélisation des décisions, et en utilisant des technologies telles que la data fabric, les analyses et l'intelligence artificielle (IA).

Mais pour optimiser les processus décisionnels et l'écosystème D&A qui les soutient, vous devrez clairement établir un lien entre les D&A et la création de valeur commerciale. Vous ne pouvez pas y parvenir si vous traitez les D&A comme une activité de soutien secondaire aux projets commerciaux.

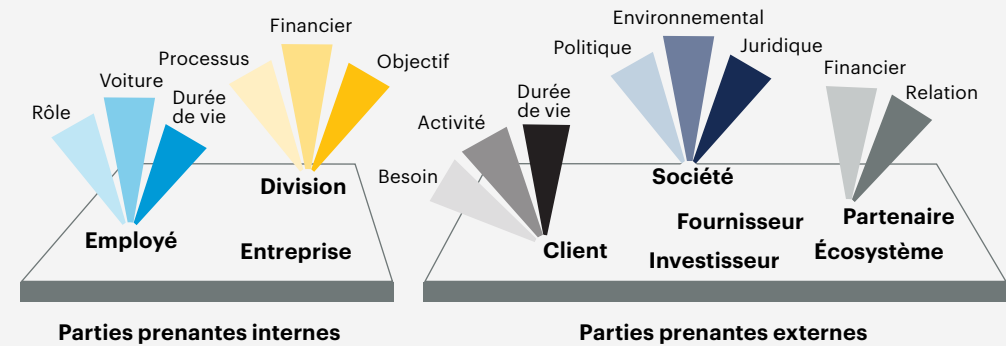
Mais dans la pratique, il peut s'avérer difficile de hiérarchiser les initiatives de D&A dans une optique de recherche de valeur commerciale. Une entreprise performante exploitant activement les données fonde sa stratégie et ses opérations sur une proposition de valeur qui a fait l'objet de consultations, et dont la vision articule les D&A avec les objectifs commerciaux de la société, de préférence exprimés en termes de création de valeur pour le client.



Pieter den Hamer
Directeur analyste principal

Les différents types de résultats à étudier pour les parties prenantes

Prioriser les initiatives de données et analyses (D&A) aujourd'hui implique d'identifier les objectifs et les indicateurs de performance à améliorer, voire à transformer, de manière collaborative, en fonction des objectifs des parties prenantes et, en particulier, de besoins non satisfaits qui constituent de toutes nouvelles opportunités commerciales.



Source : Gartner

Comment utiliser ce guide

1 Préparation

Soyez explicite sur votre volonté de créer une proposition de valeur axée sur les D&A et sur votre intention de faciliter les processus décisionnels.

2 Élaboration

Présentez explicitement le perfectionnement des processus décisionnels comme une opportunité pour les équipes D&A de générer une réelle plus-value.

3 Consultation

Développez la stratégie et le modèle opérationnel des D&A pour traduire la proposition de valeur par des résultats concrets.

4 Conseils pour la mise en œuvre

Tirez parti de la gestion des flux de valeur pour optimiser la création de valeur par les équipes D&A.

Préparation

Soyez explicite sur votre volonté de créer une proposition de valeur axée sur les D&A et sur votre intention de faciliter les processus décisionnels

Trois propositions de valeur fondamentales en matière de D&A

Ces trois propositions ne constituent pas un indice de maturité. Elles sont toutes trois également capables de créer de la valeur pour l'entreprise, la coexistence de plusieurs types de propositions de valeur au sein d'une même entreprise est non seulement probable mais préférable.

Utilitaire

Nos données et nos analyses devraient être instantanément accessibles à tous, pour tous les usages, à l'instar **d'une fonctionnalité**.

Les indicateurs de mesure des résultats sont liés à la gestion des accords de niveau de service, à savoir :

- Quels sont les moyens mis à disposition pour accéder à la plateforme ?
- Peut-on accéder rapidement et facilement aux données disponibles, pour différents types d'utilisation ?
- Quel est le délai nécessaire à l'ajout d'une nouvelle source de données ou d'une nouvelle API d'accès aux données ?

Facteur de réussite

Avec les données et analyses, nous **donnons à l'entreprise** les moyens de prendre de bonnes décisions au quotidien.

Les indicateurs de mesure des résultats sont liés aux indicateurs clés de performance de l'entreprise, à savoir :

- Dans quelle mesure le taux de conversion s'est-il amélioré après la mise en œuvre d'un nouvel outil d'analyse de la gestion des campagnes ?
- Quelles économies réalisons-nous grâce aux données et aux analyses de l'Internet des objets (IdO) ?
- Combien pouvons-nous économiser grâce à l'amélioration des algorithmes de détection des fraudes ?

Moteur

Nous voulons que les D&A **contribuent à l'activité de l'entreprise**. Sans ces D&A, nous sommes incapables de discerner les perspectives commerciales qui s'offrent à nous.

Les indicateurs de mesure des résultats se rapportent aux innovations, à savoir :

- Quelle est la répartition entre les exercices d'analyse qui ne produisent pas de données probantes, ceux qui génèrent des données permettant de mettre en place des optimisations et ceux qui débouchent sur des données qui se révèlent être transformatrices (p. ex. 50 %, 40 %, 10 %) ?
- Quel est le montant des nouveaux revenus (grâce aux nouveaux produits et services liés aux D&A) générés par les projets de D&A ?
- Combien d'exercices de prospection pour une fonction commerciale spécifique sont des activités de suivi ou répétées, plutôt que des exercices ponctuels ?

Élaboration

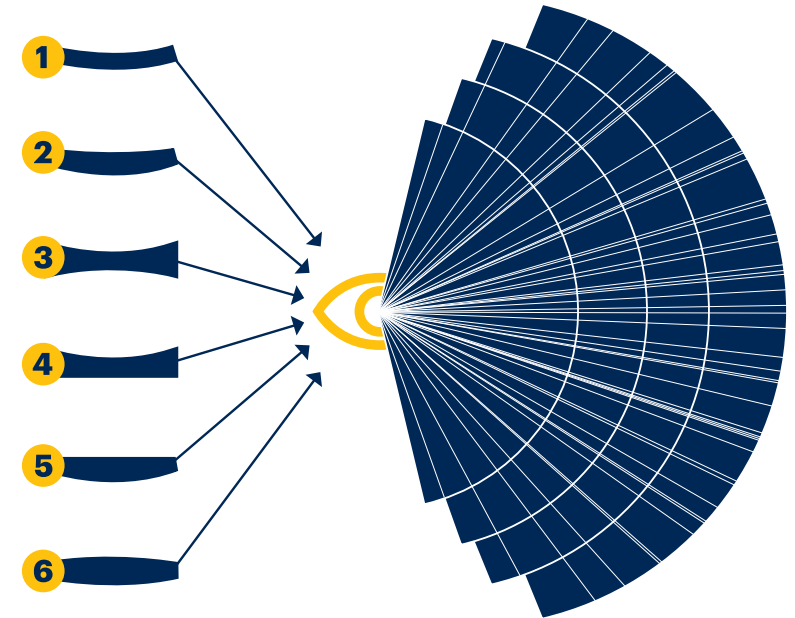
Le perfectionnement des processus décisionnels est une opportunité pour les équipes D&A de générer une réelle plus-value

- 1 Habilitation des partenaires commerciaux :** comprendre et expliquer comment l'analyse avancée peut contribuer à résoudre des problèmes commerciaux. Incitez les partenaires commerciaux à se manifester et à saisir les opportunités de création de valeur en leur présentant ce que l'analyse avancée peut leur apporter.
- 2 Ressources humaines, processus et technologie :** élaborer des stratégies commerciales axées sur l'information pour l'ensemble des collaborateurs, des processus et des technologies, afin de fournir à l'équipe dirigeante des arguments clairs et convaincants justifiant les investissements dans le domaine de l'information afin de mettre en œuvre les capacités commerciales les plus prioritaires.

3 Optimisation des décisions commerciales : transformer l'architecture commerciale en « architecture décisionnelle » et aider les entreprises à comprendre et à mettre en œuvre ce type de changements. Identifiez les possibilités d'utiliser les données pour reconfigurer les décisions et améliorer les résultats.

- 4 Optimisation des processus métier :** mettre en relation des perspectives commerciales spécifiques avec votre stratégie et votre capacité à créer de la valeur en adoptant une vision des processus métier à l'échelle de l'entreprise.
- 5 Utilisation des données :** identifier et analyser les perspectives d'innovation de nouveaux produits et services de données potentiels et exploiter la valeur des données de l'entreprise en analysant la consommation des données.
- 6 Modèle du parcours client :** identifier les possibilités d'amélioration en analysant les cloisonnements et en ayant une vue d'ensemble des possibilités de perfectionnement. Cette méthode est très utilisée pour garantir une expérience client transparente de bout en bout, et les responsables des D&A peuvent l'adapter pour identifier les problèmes liés aux données qui affectent cette expérience.

Adopter différentes optiques pour mieux discerner et mettre en évidence les différentes opportunités de création de valeur



Source : Gartner

Consultation

Misez sur une stratégie et un modèle d'exploitation des équipes D&A

Après avoir travaillé avec les parties prenantes pour identifier, hiérarchiser et retenir une proposition de valeur en matière de D&A, vous devez faire converger les investissements nécessaires en matière de D&A, notamment les données, les analyses et les technologies, l'organisation, l'infrastructure et les capacités de mise sur le marché.

L'utilisation d'un modèle tel que le modèle ROAR (risque, opportunité, propension au risque et rendement) de Gartner vous aide à évaluer les facteurs déterminants de réussite et les inhibiteurs (risques), et à identifier les lacunes que votre stratégie, votre modèle d'exploitation et votre feuille de route doivent corriger pour générer la valeur attendue.

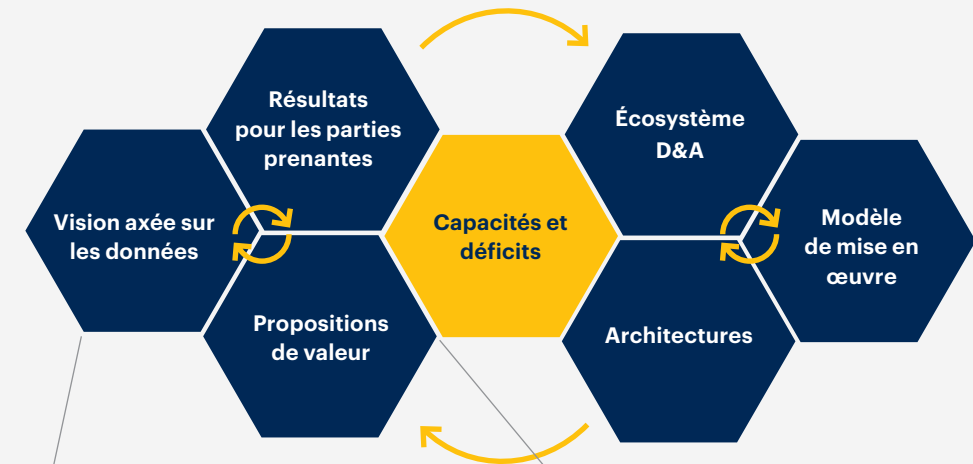
Utilisez les informations obtenues grâce aux évaluations du modèle ROAR pour affiner votre stratégie et votre modèle d'exploitation en matière de données et d'analyse, en établissant des priorités et des dépendances spécifiques pour combler les lacunes identifiées. Vous augmenterez ainsi la probabilité de garantir la valeur commerciale escomptée, par exemple pour les programmes visant à reconfigurer les décisions commerciales.

L'objectif est d'optimiser l'association des différentes initiatives relatives aux D&A afin de garantir que le portefeuille apporte la valeur commerciale nette la plus élevée par dollar dépensé pour votre orientation stratégique et pour un niveau d'investissement donné.

Ressources Gartner : Le modèle Risk, Opportunity, Appetite, Return de Gartner (risque, opportunité, propension au risque et rendement)

Le modèle ROAR de Gartner est une approche méthodique qui permet aux dirigeants de mettre en adéquation les investissements en matière de données et d'analyses avec les objectifs prioritaires de l'entreprise, d'évaluer leur valeur commerciale et les risques qu'ils présentent, et de guider les décisions relatives aux investissements.

Stratégie et modèle d'exploitation des données et analyses



ROAR : Risk, Opportunity, Appetite, Return

Résultats :
élaborer des propositions de valeur

Les bénéfices :
évaluer la valeur commerciale nette

Décisions :
constituer des portefeuilles D&A

Source : Gartner

Conseils pour la mise en œuvre

Tirez parti de la gestion des flux de valeur pour optimiser la création de valeur par les équipes D&A

De nombreux modèles opérationnels des équipes D&A sont structurés pour optimiser les fonctions, mais ne présentent pas la collaboration et le rapprochement interfonctionnels nécessaires à une véritable création de valeur dans ce domaine.

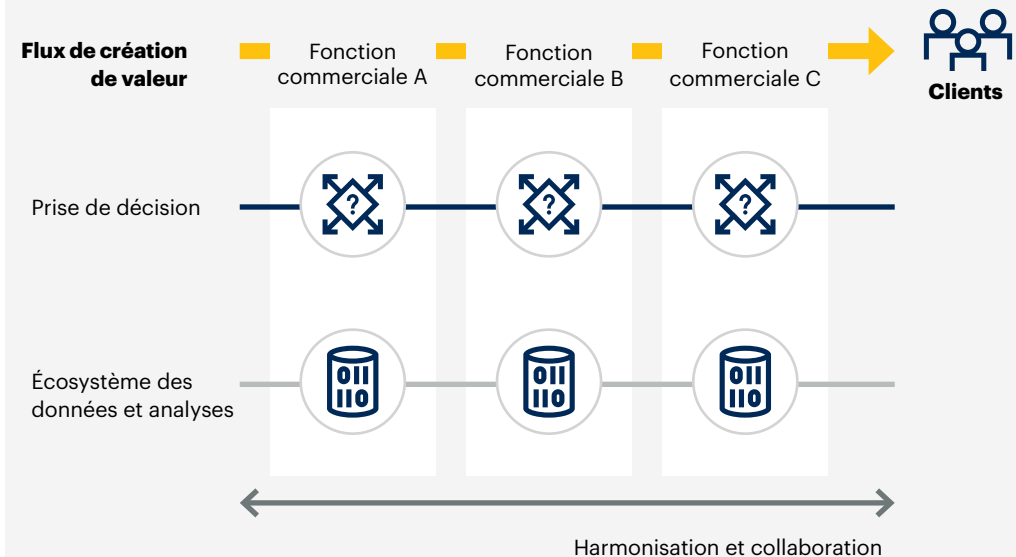
Un processus de cartographie des flux de valeur permet aux entreprises de visualiser les flux de valeur (de l'entreprise aux activités D&A et à la technologie), de comprendre les contributions au flux de valeur et d'identifier ce qui doit être amélioré.

L'optimisation de ces flux de valeur implique une harmonisation et une collaboration entre les fonctions commerciales dans le but commun de fournir de la valeur aux clients.

Pour les responsables des D&A, la priorité est donnée : a) aux processus décisionnels de l'entreprise et b) aux décisions habilitantes de l'écosystème D&A sous-jacent.

Dans le cadre de leur stratégie D&A et de leur modèle d'exploitation, ils peuvent contribuer à optimiser ces deux domaines afin de développer les flux de création de valeur pour les clients et d'établir un lien clair entre D&A et création de valeur pour l'entreprise.

Stratégie et modèle d'exploitation des données et analyses



Source : Gartner

Des connaissances à la fois exploitables et objectives

Consultez ces autres ressources et outils complémentaires afin de pouvoir améliorer les processus décisionnels de l'entreprise.

Feuille de route

Optimisez votre feuille de route en matière de gouvernance des données et analyses

Posez les bases d'une gouvernance bien pensée.

Webinaire

Série Données et analyses : Moderniser votre stratégie de gestion des données pour réussir dans le numérique

Associez cette stratégie à votre modèle d'exploitation.

Centre de ressources

Le directeur principal des données doit développer des compétences de leadership relatives aux données et à l'analyse

Créer un avantage concurrentiel grâce aux D&A.

Feuille de route

La feuille de route informatique pour les équipes chargées des données et de l'analyse

Suivre les meilleures pratiques dans le domaine des D&A pour l'élaboration d'une stratégie.

Ce guide fait partie de notre série sur les prises de décision efficaces. Vous pouvez accéder aux autres guides de cette série pour continuer à optimiser les processus de prise de décision et de réflexion de votre entreprise :

- Identifier les processus décisionnels à reconfigurer et les raisons de cette reconfiguration
- Quand renforcer la prise de décision grâce aux outils exploitant l'intelligence artificielle
- Quel rôle jouera la Data Fabric dans votre gestion des données
- Permettre à votre équipe chargée de la gestion des D&A d'adopter les bonnes compétences et aptitudes

Vous êtes déjà client ?

Accédez à d'autres ressources sur votre portail client. [Se connecter](#)

Contactez-nous

Obtenez des connaissances à la fois exploitables et objectives qui vous permettront de concrétiser vos priorités stratégiques décisives. Nos conseils d'experts et nos outils permettent de prendre des décisions plus rapides et plus pertinentes et de stimuler les performances. Contactez-nous pour devenir client :

États-Unis : +1 855 811 7593

International : +44 (0) 3330 607 044

Devenez client

**En savoir plus sur Gartner pour les responsables
des équipes informatiques**

gartner.fr/fr/technologies-de-l-information

**Restez connecté pour recevoir
les informations les plus récentes**

