

Smart Data, pourquoi faut-il y aller?

Plus que jamais la capacité d'explorer et d'analyser ses données de façon cohérente s'impose comme une nécessité absolue au sein des entreprises. Transformation digitale du business, big data, cloud computing, BYOD... Les données s'accumulent et deviennent de plus en plus difficiles à gérer. Frédéric Chartier et Pascal Anthoine

Chaque année, la mauvaise qualité des données coûte aux entreprises américaines 611 milliards de dollars, selon une estimation de TDWI (The Data Warehousing Institute). Un chiffre qui donne à réfléchir. Pour lutter contre de telles pertes, les *smart data* sont l'art de bien structurer ses données brutes, non structurées, gérées en silos, isolées par métier ou par domaines au sein des entreprises et de les présenter en leur donnant du sens et de la valeur pour l'analyse. L'enjeu pour les managers et les décideurs est stratégique: créer des liens, des corrélations entre toutes ces masses de données en y apportant des caractéristiques ou propriétés intrinsèques, des qualificatifs, des filtres, des calculs de comparaison... pour établir les indicateurs (KPIs) qui vont permettre de prendre les bonnes décisions.

Appropriation à une donnée son ADN

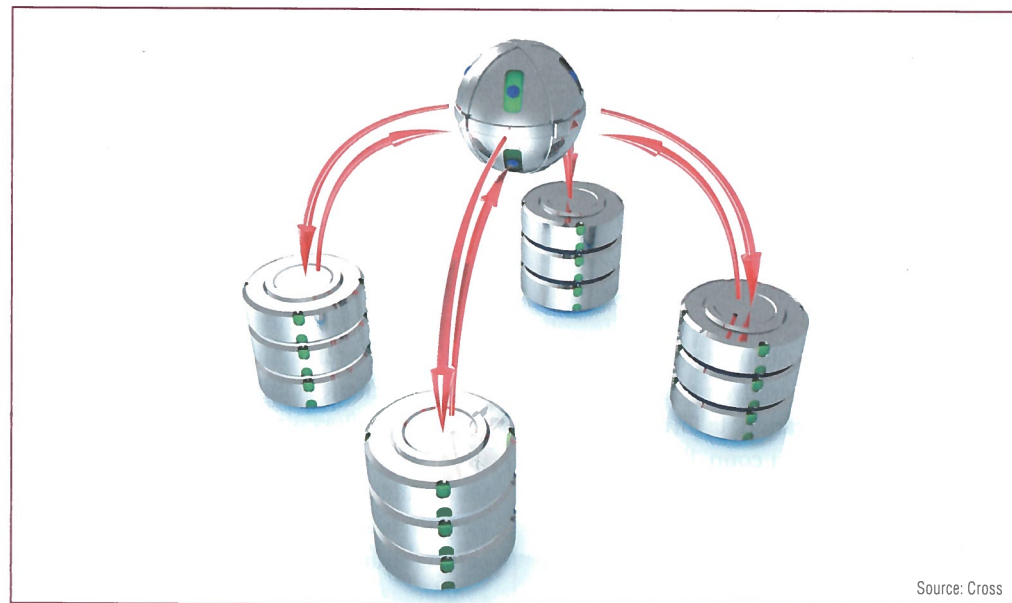
Accéder à une donnée de référence (client, produit, tiers...) à la fois unique, intègre et alignée sur les enjeux métiers... Quelle entreprise, dans le contexte actuel, n'en a pas besoin? L'augmentation du volume des données – big data –, la montée en puissance du digital et des données sociales qu'il draine, le cloud poussent les entreprises à accroître la pression sur les services informatiques pour optimiser la gestion, et donc la mise à disposition des données stratégiques. Pour l'entreprise, les enjeux sont à la fois métier, organisationnel et de gouvernance. La question critique à se poser est la suivante: qui est propriétaire de la donnée? Comment est-elle gérée au sein des entreprises? La loi de



Frédéric Chartier
est Manager de Cross Intelligence.



Pascal Anthoine
est Directeur Practice Entreprise Information Management (EIM) chez Micropole.



Source: Cross

protection des données est en ce sens très stricte et permet de délimiter le cadre légal en Suisse.

Définir le patrimoine immatériel de l'entreprise

Les données qui rentrent dans l'entreprise, y gravitent, en sortent ont une influence sur l'entreprise, même si elles proviennent de l'extérieur. L'intelligence des données permet de bien maîtriser ces processus et de les valoriser dans une perspective de développement, de croissance et d'internationalisation. Il y a une réelle volonté d'associer et de lier les données de l'entreprise et de les enrichir avec les informations semi-structurées voire non structurées issues des canaux digitaux. Une fois structurées, ces big data enrichissent les données «maîtres» de l'entreprise. À cette fin, trois méthodes se distinguent: la data analysis, qui favorise l'homogénéisation des données de référence sur des socles communs; l'utilisation de statistiques inférentielles; et l'analyse prédictive de ces très grosses volumétries de données.

Décloisonner les canaux

Avec les stratégies crosscanal et omnicanal actuelles, disposer d'une information unifiée n'est plus une option. Les objectifs sont clairs:

attribuer des coordonnées géographiques, apporter du relief à une donnée brute, donner du sens aux données clés de l'entreprise en y attachant des notions qualitatives et de la valeur. Voilà la condition sine qua non d'une meilleure gouvernance des données de l'entreprise et d'une stratégie aboutie de data quality. Le bénéfice principal pour l'entreprise sera de piloter et de réussir à faire travailler ensemble de nombreux métiers de l'entreprise.

LES GRANDES ÉTAPES À RESPECTER POUR UNE INITIATIVE MDM RÉUSSIE

1. Identifier un sponsorship auprès des directions opérationnelles ou générales.
2. Définir précisément les priorités: métier, gouvernance, organisation.
3. Définir les référentiels clés concernés: client, produit, asset, entreprise, géographique, de personnes.
4. Concevoir et implémenter le projet.
5. Anticiper l'accompagnement, l'impact en termes de conduite du changement dans les processus et dans les activités de maintenance.