

PRENEZ SOIN DE VOS DONNÉES D'ENTREPRISE AVEC QLIK

Votre plan d'intégration des données par Qlik

Plan d'action sur 30-60-90 jours inclus

Qu'est-ce que l'intégration des données ?

Depuis des années, les données sont considérées comme le nouvel or noir. Mais à bien y réfléchir, elles s'apparentent plutôt à l'eau qui assure notre hydratation pendant une séance de sport intense, et qui permet aux entreprises et aux individus de donner le meilleur d'eux-mêmes.

Un processus de données solide transforme les données en informations qui contribuent à améliorer le processus décisionnel. De nombreux responsables de l'expérience client reconnaissent la valeur des données exploitables, et selon une étude d'IDC, la priorité pour 87 % d'entre eux est de faire de leur entreprise une entreprise plus intelligente sur les cinq prochaines années.

Et ce processus commence par l'intégration des données. Pour vous accompagner dans cette démarche, nous avons créé un plan d'intégration des données sur 30-60-90 jours qui s'appuie sur l'expertise de Chief Data Officers (CDO) de premier plan.



Pourquoi l'intégration des données est-elle importante ?

Grâce à la collecte et à l'interprétation de nombreux jeux de données, l'intégration des données élimine les silos d'information. Cela facilite la création d'environnements de données unifiés qui permettent de s'adapter plus rapidement au changement et de mieux exploiter les nouvelles technologies pour innover.

La crise du COVID-19 a accéléré la numérisation, augmentant encore le volume de données à la disposition des entreprises. Pourtant, une grande partie de ces données reste inutilisée ou sous-utilisée dans le processus décisionnel. Un CDO nous a confié que son organisation utilise moins de 1 % des données qu'elle crée et conserve.

Selon IDC, plus de 60 % des organisations font face à de grandes difficultés en ce qui concerne l'investissement dans la technologie pour créer des données, l'évaluation de la valeur des données et l'identification des sources de données utiles. Résultat ? Les décideurs se fient à leur expérience ou à leur intuition, au lieu de s'appuyer sur des informations issues des données, ce qui affaiblit l'objectivité du processus décisionnel.

Les CDO et les personnes chargées d'extraire la valeur des données se retrouvent ainsi aux commandes du changement, en charge de la promotion et de la mise en œuvre d'une plus grande intelligence d'entreprise. En suivant notre plan d'intégration des données sur 30-60-90 jours, les CDO peuvent aider l'entreprise à extraire de nouvelles informations des données, ouvrant ainsi la voie à l'innovation client et à une image plus positive de l'équipe responsable des données, qui ne sera plus perçue comme se contentant de procéder à des analyses, mais comme un moteur de l'entreprise.

La fin d'un mythe :

L'intégration des données ne permet pas d'améliorer immédiatement le processus décisionnel

L'intégration des données peut représenter un projet de transformation important, dont le véritable retour sur investissement n'intervient qu'après quelques années, mais ce n'est pas systématiquement le cas. Il est possible d'en tirer de petits avantages incrémentiels tout au long du processus, et ce dès les premières étapes.

L'une des approches consiste à décomposer les grands projets d'intégration des données en cycles de développement plus courts, en livrant plusieurs produits de gestion de données dont l'impact direct sur l'entreprise est aussi rapide que fréquent. Toutefois, comme pour le sport, chaque individu (ou chaque entreprise dans ce cas) doit trouver la méthode qui lui convient. Le CDO d'une grande multinationale nous a confié que son équipe avait mis trois mois à définir la vision de sa nouvelle stratégie en matière de données, alors que celui d'une entreprise de taille moyenne a mené à bien l'ensemble du projet d'intégration des données en trois mois sur un seul site.

« Les entreprises sont souvent confrontées à des difficultés similaires qui donnent naissance à un projet d'intégration des données. Elles se fient à l'intuition des employés pour prendre des décisions au lieu de s'appuyer sur des données solides. D'autres souffrent de paralysie de l'analyse, essayant de tout optimiser à outrance à l'aide des données. L'intégration des données aide les entreprises à se concentrer sur les informations dont elles ont besoin pour prendre des décisions scientifiques qui apportent une réelle valeur ajoutée et ne font pas perdre de temps à tout le monde. »

Sebastian Klappdor,
CDO chez Vistaprint



Présentation du plan d'intégration des données sur 30-60-90 jours

Imaginez l'intégration des données comme un moyen de réunir tous vos objectifs sportifs. Les personnes qui pratiquent une activité physique surveillent une multitude de paramètres, allant du poids à la fréquence cardiaque en passant par le taux d'oxygène dans le sang, pour déterminer leur niveau de forme physique, rester motivées et améliorer leur état de santé.

Les organisations doivent procéder de la même manière avec des paramètres différents, tels que le bénéfice, la mobilisation des employés ou la satisfaction des clients. Le problème est que ces données sont souvent silotées au sein de l'organisation, qu'il est difficile pour l'entreprise de déterminer quel muscle elle doit travailler davantage et pourquoi certaines parties du corps organisationnel ne semblent pas être à la hauteur de l'effort demandé. C'est là qu'intervient l'intégration des données, pour permettre aux organisations de synchroniser des données provenant de diverses sources et de fournir aux utilisateurs les informations dont ils ont besoin pour « muscler » leur entreprise.

C'est dans cette optique que nous avons élaboré un plan d'intégration des données basé sur l'expérience de plusieurs CDO, qui permettra à votre organisation de traiter efficacement toutes sortes de données. Le délai de 30-60-90 jours dépend de la taille de l'entreprise et du périmètre du projet, et peut être prolongé si nécessaire.



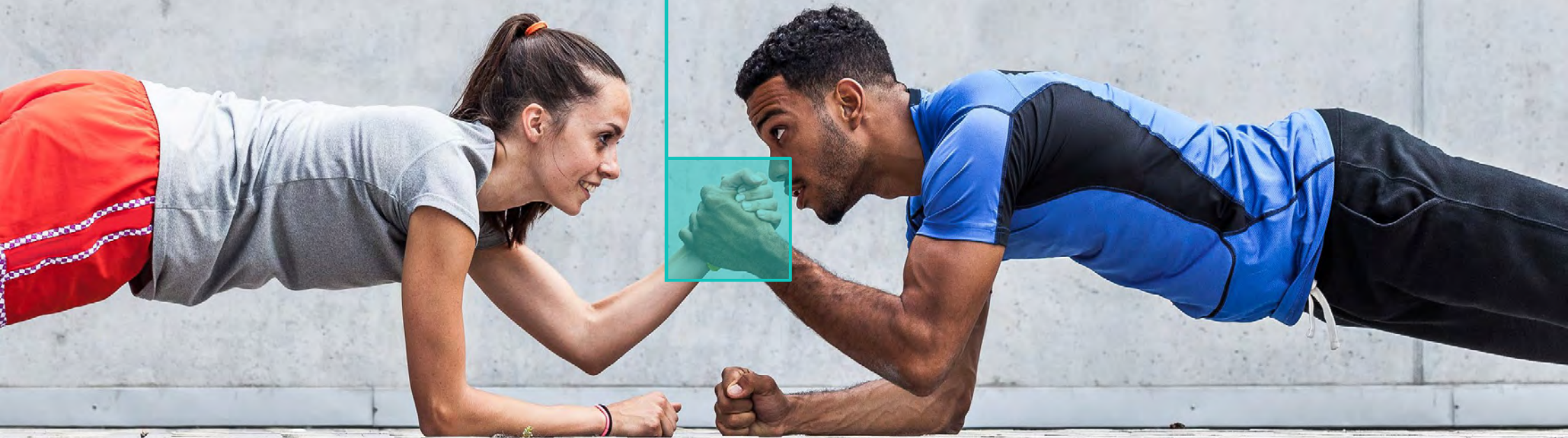
Les 30 premiers jours

Identifiez un dirigeant pour être votre partenaire

Le sport, c'est toujours plus agréable à deux. Il est essentiel d'avoir à ses côtés des partenaires expérimentés pour s'assurer une large adhésion. Définissez le projet d'intégration des données comme un projet d'entreprise, présentez votre vision d'ensemble et obtenez le soutien de l'entreprise. Ne vous limitez pas à une vision technologique, car certaines personnes pourraient ne pas y être réceptives. Vous devez comprendre le défi commercial qui se cache derrière le projet et la manière dont ce projet peut vous aider à le relever.

« Les parties prenantes de l'entreprise pensent souvent que l'analyse des données se déroule dans une boîte noire. Vous devez les éclairer sur le processus, car elles ne comprennent pas son fonctionnement. Ce qui a fonctionné pour moi, c'est d'identifier une fonction commerciale spécifique prise en charge par notre produit de gestion de données et de leur fournir un nouvel élément d'information sur les données auquel elles n'avaient jamais eu accès auparavant, éventuellement par le biais d'une démonstration en direct. Cela a permis aux parties prenantes de notre entreprise de comprendre où allait leur investissement et comment elles allaient en bénéficier. »

Duncan Phin,
Architecte de données Qlik Sense chez Sage



Donnez du sens à votre combat

Le succès de votre projet d'intégration des données dépendra de son adoption par les utilisateurs. Posez-vous ces questions : Qui consomme mes données ? À quelles fins sont-elles utilisées ? Parlez aux utilisateurs et écoutez-les pour comprendre leurs problèmes en matière de données. Définissez les exigences du projet en fonction de leurs besoins et élaborer un plan d'engagement des utilisateurs afin de susciter leur enthousiasme vis-à-vis de votre nouveau produit de gestion de données. Cet exercice sera le fil conducteur de votre plan et vous obligera à communiquer votre stratégie et votre vision du projet de manière cohérente aux utilisateurs et aux autres parties prenantes.

« Vous devez passer par quatre étapes pour obtenir l'engagement des utilisateurs de votre produit de gestion de données. Tout d'abord, les dirigeants doivent soutenir le projet et accepter uniquement les données issues de la nouvelle solution. Deuxièmement, vous devez communiquer de manière cohérente sur la stratégie de votre projet et sur la manière dont il profitera aux utilisateurs. Troisièmement, vous devez renforcer la culture de la donnée des employés et développer leur expertise dans l'utilisation du nouveau produit de gestion de données. Le cas échéant, élargissez le vivier de talents en recrutant des personnes dotées des compétences et de l'état d'esprit recherchés. Et quatrièmement, vous devez intégrer l'utilisation des données aux évaluations des employés, au développement, aux processus et aux systèmes pour mettre en avant les comportements attendus au sein de vos équipes à l'avenir. »

Sebastian Klapdor,
CDO chez Vistaprint



60 jours

08

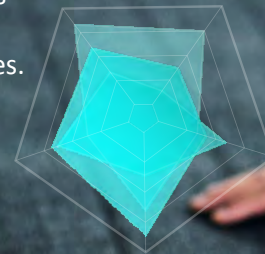
Fixez des objectifs pour obtenir le corps organisationnel souhaité

Définissez clairement le périmètre de votre projet en fonction de vos diagnostics utilisateur. Que va apporter votre projet ? Définissez clairement les résultats que vous cherchez à atteindre. Cela vous permettra également de maintenir le cap de votre projet et d'éviter tout « surpoids » à l'origine de retards, de coûts supplémentaires et du mécontentement des parties prenantes.

Après avoir défini le périmètre, fixez le calendrier correspondant. Pour ne pas se transformer en processus sans fin, votre projet doit présenter un point d'arrivée clair et plusieurs étapes intermédiaires. Ces étapes doivent être considérées comme des livraisons de valeur, au cours desquelles vous mettez à la disposition de l'entreprise des produits de gestion de données ou les résultats de projets de plus petite ampleur. Elles vous aideront à vérifier si vous suivez la bonne direction et constituent un excellent moyen de maintenir la mobilisation de vos parties prenantes. Pensez à définir des délais réalistes et à prévoir une marge de manœuvre pour pouvoir gérer les imprévus.

« Tout comme chaque exercice physique cible un groupe musculaire spécifique, chaque cas d'utilisation de l'analyse doit présenter un résultat spécifique et mesurable et être associé à un responsable qui sera considéré comme un héros lorsque cela fonctionnera. Sans cela, le processus se résume à une expérience scientifique. »

Joe DosSantos,
CDO, Qlik



60 jours

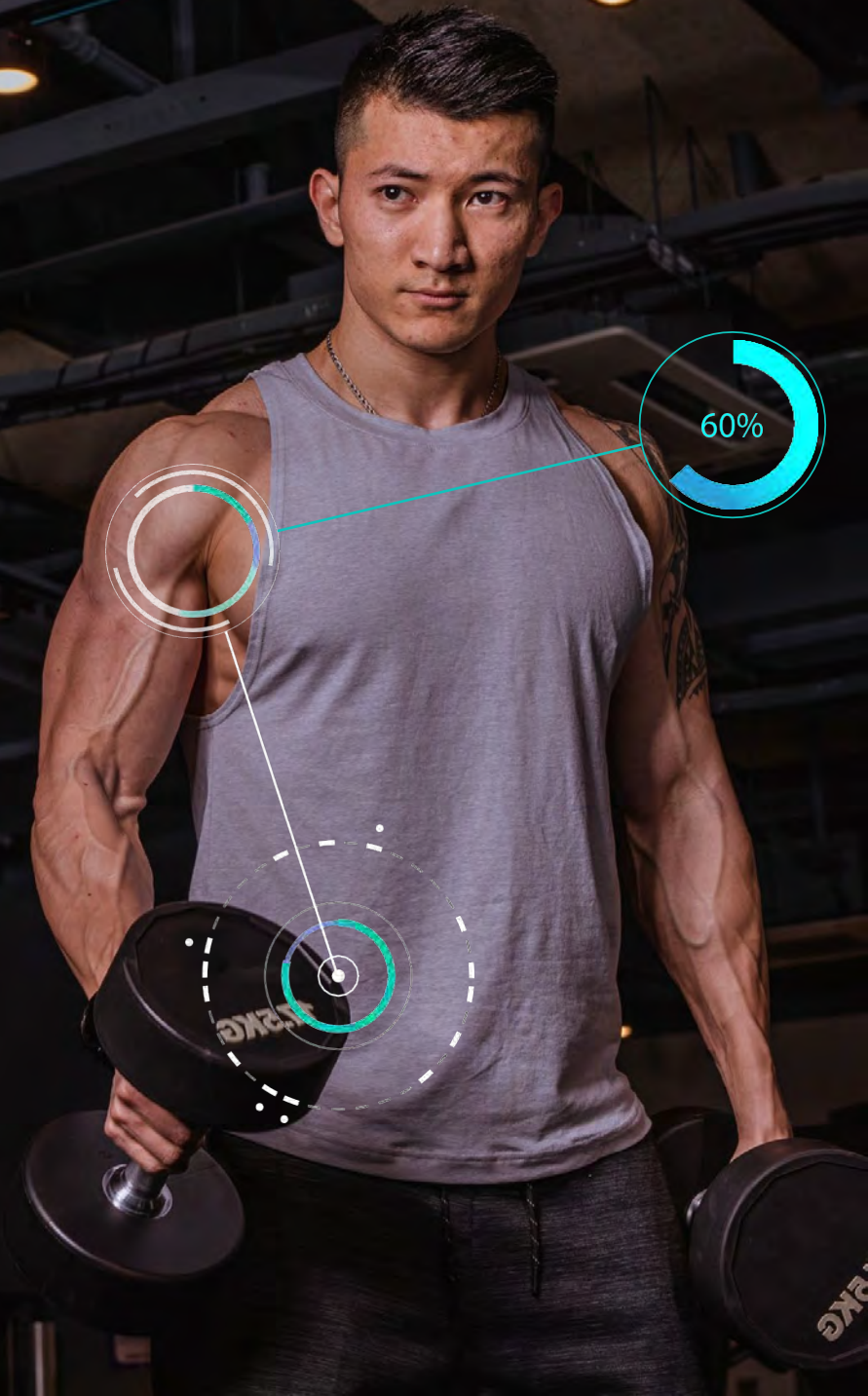
Basez votre plan sur des faits plutôt que sur des tendances

Selon IDC, plus de 60 % des organisations font face à de sérieuses difficultés pour identifier les sources de données utiles. Ce chiffre s'explique par le fait que les organisations traitent davantage de volume de données, mais aussi que ces données sont variées et proviennent de sources diverses et disparates, notamment de différentes plates-formes cloud, sur site et à la périphérie, ou même de différentes fonctions commerciales telles que la finance, la fabrication ou la chaîne logistique.

Identifiez les points de données initiaux (nombre de répétitions initial) pour démarrer le processus de test et de rapprochement, et ajoutez des points de données à mesure que votre projet gagne en solidité. Mais n'oubliez pas que toutes les données ne se valent pas. Pour garantir le bon fonctionnement du modèle, assurez-vous que les données sont disponibles, à jour et de bonne qualité. Une fois les données prêtes, vous pouvez les extraire et les transformer pour la phase de développement de votre projet.

« Chez Deloitte, nous nous sommes rendu compte qu'il était difficile de convaincre les collaborateurs, qui avaient déjà beaucoup à faire, de nettoyer d'importants volumes de données CRM. Nous avons décidé de faire appel à leur esprit de compétition en instaurant un jeu avec un classement en temps réel. Les employés qui avaient nettoyé le plus de données recevaient des récompenses hebdomadaires et les félicitations de leurs responsables. Nos données ont été nettoyées en un rien de temps. Notre projet CRM a été un succès, et tout le monde a désormais confiance dans la qualité des informations qu'il fournit. »

Sean Bishop,
Ancien collaborateur Deloitte,
désormais CDO chez Chapman Tripp



90 jours

Démarrez en douceur, puis accélérez.

Évitez les impasses lors du développement de votre produit de gestion de données. Vous devez prévoir la possibilité de créer des versions ultérieures pouvant intégrer de nouveaux points de données. Votre produit de gestion de données doit évoluer et se développer avec votre activité. Envisagez la création de modèles de codage, par exemple pour les champs de données communs tels que les zones géographiques, les dates ou les dimensions. Grâce à ces modèles, vous n'aurez pas à réécrire intégralement le code à chaque ajout de points de données, ce qui facilitera l'intégration des données historiques.

« L'approche DataOps est l'avenir de la mise à disposition de données. Elle se concentre sur des itérations de développement rapides, adopte la culture de l'échec accéléré et contribue à améliorer l'adhésion et à accélérer la création de valeur. Le DataOps s'appuie sur les principes techniques du DevOps, mais nécessite un nouveau type de travail d'équipe entre l'entreprise et les experts en technologie afin de se concentrer sur ce qui est important et de fournir rapidement des informations là où l'entreprise en a le plus besoin. »

Joe DosSantos,
CDO, Qlik



90 jours

Présentez vos résultats

Présentez les premiers résultats de votre projet d'intégration des données, même si vous n'êtes pas encore totalement au point. Il est essentiel de faire part de votre progression sur les problématiques métier et la création de valeur pour l'entreprise. Ne vous contentez pas de présenter des données, adoptez une approche narrative pour expliquer le sens des données. La création d'une visualisation de données intégrée à un processus opérationnel peut s'avérer utile.

La première livraison de valeur constitue également un point de contact important avec les parties prenantes qui vous permettra de leur montrer comment vous répondez à leurs besoins. Ce sera pour elles l'occasion de vous poser des questions et de vous soumettre des commentaires qui pourront conduire à une réévaluation du périmètre du projet et générer des idées pour le deuxième ou le troisième cycle de développement. Après tout, puisque le secteur évolue en permanence, votre produit doit lui aussi s'adapter.

« Notre projet d'intégration des données a permis aux employés d'accéder à des données et des informations en temps réel sur plusieurs plates-formes, telles que les applications mobiles. Cet aspect est d'autant plus important que nos employés sont de plus en plus souvent en déplacement et que le télétravail se développe considérablement. Ainsi, le travail à distance gagne en efficacité. »

Sean Bishop, ancien collaborateur Deloitte, désormais CDO chez Chapman Tripp

90 jours

Montrez les muscles de temps à autre



Après la première livraison de valeur, vous devez mesurer le retour sur investissement pour valider votre travail et obtenir de l'aide pour les futurs cycles de développement. Les mesures courantes du retour sur investissement incluent l'adoption (combien d'employés utilisent votre nouveau produit de gestion de données ?), l'efficacité (dans quelle mesure votre produit de gestion de données accélère-t-il les processus existants ?) et la performance (l'entreprise prend-elle de meilleures décisions et celles-ci ont-elles des résultats spécifiques au niveau des finances, de la production, etc. ?).

Les CDO avec lesquels nous nous sommes entretenus confirment le retour sur investissement de leurs projets d'intégration des données. L'un d'eux a déclaré que l'entreprise avait multiplié par huit l'efficacité de sa production.

« Notre projet d'intégration des données a permis de mettre en place des tableaux de bord en direct affichés sur des écrans géants dans l'atelier de production. Ces tableaux de bord indiquent en temps réel l'impact de tous les changements et processus sur le processus de production, et permettent à l'équipe d'identifier les inefficacités ou les problèmes. Nous avons constaté immédiatement des gains de productivité et des réductions de coûts dans notre processus de production, ce qui a conforté la direction dans sa décision de soutenir notre projet d'intégration des données. »

Harjan Boes,
Responsable de l'excellence opérationnelle chez
Printmasters Europe

Le sport est un voyage

Ne vous reposez jamais sur vos acquis et ne tombez pas dans l'auto-satisfaction. L'intégration des données, au même titre que le sport, est un concept vivant. Un CDO nous a avertis qu'il fallait prévoir de changer chaque année environ 20 % de ses produits d'intégration des données et de ses workflows pour répondre à l'évolution des besoins métier. Les changements constants exigent un soutien constant de la part de l'entreprise, mais pourquoi l'entreprise devrait-elle développer votre équipe ou (ré)investir dans davantage de données et d'analyses ? Constituez un dossier d'investissement pour le projet d'intégration des données suivant et démontrez le retour sur investissement de l'équipe.

Un CDO avec lequel nous avons échangé nous a indiqué que son équipe amortissait plusieurs fois les coûts qu'elle représente au cours de l'année grâce à la valeur qu'elle apportait à l'entreprise, tandis qu'un autre est convaincu que l'investissement dans son équipe sera amorti 10 fois dans les 2 ans suivant le lancement du projet d'intégration des données.

Ce que le plan 30-60-90 jours peut faire pour vous

Un projet d'intégration des données réussi influe également sur l'état d'esprit de la direction et du conseil d'administration. Ils seront plus enclins à adopter des services cloud et à y consacrer des investissements pour les futurs projets de données. Sans oublier que l'image positive de l'équipe responsable des données sera renforcée à chaque réussite d'un projet sur 30-60-90 jours. Les collaborateurs de l'ensemble de l'entreprise le remarqueront et votre équipe sera mieux reconnue pour sa capacité à générer de manière proactive de la valeur pour les entreprises, les clients et les parties prenantes, et à améliorer l'innovation et l'expérience client grâce aux données et à l'analyse. Vous serez alors perçu comme le moteur du changement que vous êtes censé être.

« Dans un monde où tout le monde utilise des mathématiques et des graphiques similaires pour analyser les mêmes problèmes, ce sont les données qui font la différence. Faciliter l'accès des employés aux données et aider l'entreprise à les exploiter rapidement permettra de séparer le bon grain de l'ivraie, ce qui sera déterminant pour la stratégie d'entreprise au 21e siècle »

Joe DosSantos,
CDO, Qlik



Intégration des données Qlik

La plate-forme d'intégration des données Qlik vous donne accès à tous les outils dont vous avez besoin pour mener à bien les initiatives d'intégration à l'échelle de l'entreprise les plus complexes, y compris l'automatisation des entrepôts de données, la création de data lakes et la technologie de capture des données modifiées (CDC). Cliquez [ici](#) pour en savoir plus.

Qlik s'associe à de nombreuses sociétés technologiques de premier plan pour concevoir des produits de gestion de données complémentaires, des extensions, des intégrations et des connecteurs qui renforcent la valeur ajoutée des plates-formes d'analyse et d'intégration des données Qlik et complètent le parcours de transformation cloud de toutes les entreprises. Microsoft, Amazon Web Services (AWS), Google, Snowflake et Databricks comptent parmi les partenaires de Qlik. Cliquez [ici](#) pour en savoir plus.

À vous de jouer.

Équipez-vous et lancez votre projet d'intégration des données. Consultez notre centre d'informations sur l'[intégration des données pour l'analyse](#) pour accéder à des ressources complémentaires, telles que des témoignages client passionnants qui vous guideront dans votre parcours d'intégration des données avec Qlik.

Plan d'intégration des données sur 30-60-90 jours de Qlik

30 jours

- Identifiez un dirigeant pour être votre partenaire
- Identifiez les besoins des utilisateurs

60 jours

- Définissez le périmètre du projet
- Préparez vos données

90 jours

- Intégrez vos données
- Procédez à la première livraison de valeur auprès de vos parties prenantes
- Mesurez le retour sur investissement et l'itération

À propos de Qlik

Qlik souhaite développer la culture de la donnée afin que chacun puisse améliorer ses processus de prise de décisions et trouver des solutions à ses problèmes les plus complexes grâce aux données et à l'analyse. Qlik fournit une plate-forme cloud d'intégration et d'analyse des données en temps réel de bout en bout, afin de rapprocher les données, les informations et l'action. En transformant les données en intelligence active, les entreprises peuvent prendre de meilleures décisions, augmenter leur chiffre d'affaires, améliorer leur rentabilité et optimiser les relations avec leurs clients. Qlik est présent dans plus de 100 pays et offre ses services à plus de 50 000 clients à travers le monde.