



Pourquoi est-ce important de développer une culture de la donnée

Un InfoBrief IDC sponsorisé par Tableau | Avril 2020

Par Chandana Gopal, directrice de recherche, Business Analytics,
et Dan Vasset, vice-président Analytics and Information Management

Les données sont importantes... et bien plus encore !

« Les entreprises n'ont pas besoin d'une stratégie Big Data, elles ont besoin d'une stratégie Business qui inclut le Big Data. »

Bill Schmarzo,
Directeur de l'innovation,
Hitachi Vantara

« À l'avenir, toutes les entreprises feront du Big Data et se lanceront à terme dans le business de la donnée. »

Thomas H. Davenport, professeur de technologie et de gestion de l'information à Babson College, leader d'opinion et auteur

« L'objectif est d'exploiter les données pour en extraire de l'information pertinente et la transformer en insights. »

Carly Fiorina, PDG,
Hewlett-Packard

« Une entreprise incapable d'analyser une grande quantité de données est une entreprise sourde et aveugle. »

Geoffrey Moore,
consultant en gestion et auteur

« En matière de Big Data, le plus grand défi à relever est le côté humain de l'analyse. »

Paul Gibbons,
consultant en gestion et auteur

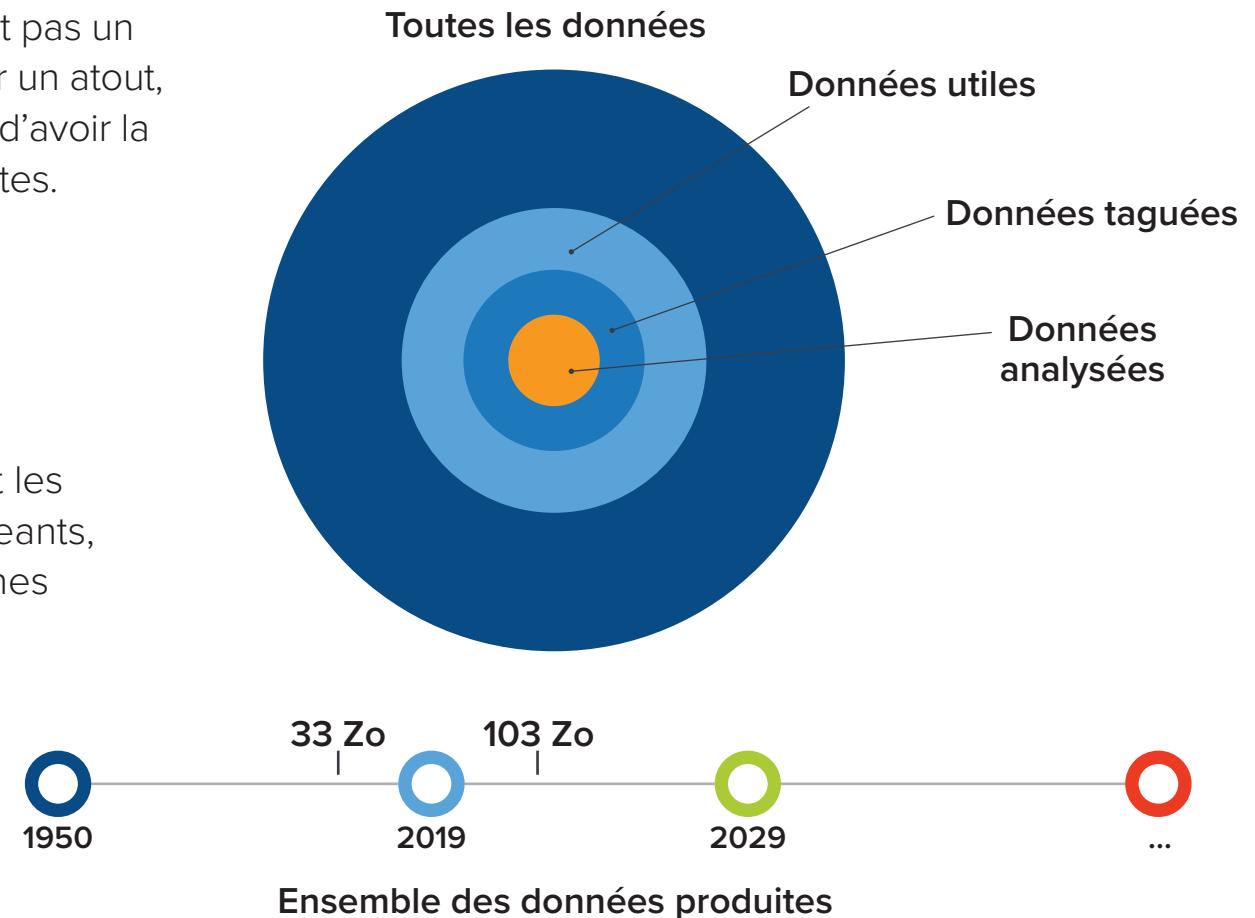
En plus de développer une stratégie autour des données, les entreprises doivent promouvoir une culture de la donnée

Disposer de données, même en grande quantité, n'est pas un gage de succès. Disposer de données peut constituer un atout, mais il ne suffit pas de les collecter en grand nombre, d'avoir la bonne technologie ou de recruter les meilleurs analystes.

De plus en plus d'entreprises reconnaissent qu'il est indispensable d'avoir une culture de la donnée pour transformer les données en information, puis en connaissances et en insights.

Une culture de la donnée met en avant les valeurs et les comportements des collaborateurs comme des dirigeants, pour utiliser les bonnes données et prendre les bonnes décisions.

« La culture est bien plus importante que la stratégie en elle-même. »
Peter Drucker, consultant en gestion, auteur et avant-gardiste



Source : IDC Global DataSphere



TITLE:

M:

T:

A:

N:

OFF

I:

VINE IN USE: 00:38:29
08:54:30
VOICE FEED: NETWORK: 12.38.73
09:17:00

#US46030720TM

09:17:00

Méthodologie

- Une enquête en ligne a été menée auprès de 1 100 répondants utilisant des données dans le cadre de leur travail.
- Ces répondants travaillaient dans de grandes entreprises (plus de 500 salariés).
- Ils occupaient des postes de direction, d'encadrement ou encore des fonctions techniques ou pas, au sein de nombreux secteurs d'activité.
- Nous avons interrogé des entreprises dans de nombreux pays : Brésil, Canada, Chine, France, Allemagne, Inde, Japon, Mexique, Royaume-Uni et États-Unis.

Objectifs

- Identifier les principaux éléments explicites et implicites qui influencent la culture de la donnée.
- Élaborer des indicateurs comportementaux de mesure relatifs à ces éléments.
- Construire une échelle de mesure des principaux moteurs de la culture de la donnée ainsi qu'un indicateur global.
- Déterminer si les entreprises ayant développé une culture de la donnée ont obtenu de meilleurs résultats.
- Identifier les best practices pour développer une forte culture de la donnée dans les entreprises.

Customers Satisfaction

Une forte culture de la donnée a-t-elle un impact sur le Business ?

IDC a interrogé les répondants sur les comportements caractérisant une culture de la donnée afin d'en évaluer l'impact sur les résultats.

Caractéristiques de la culture de la donnée

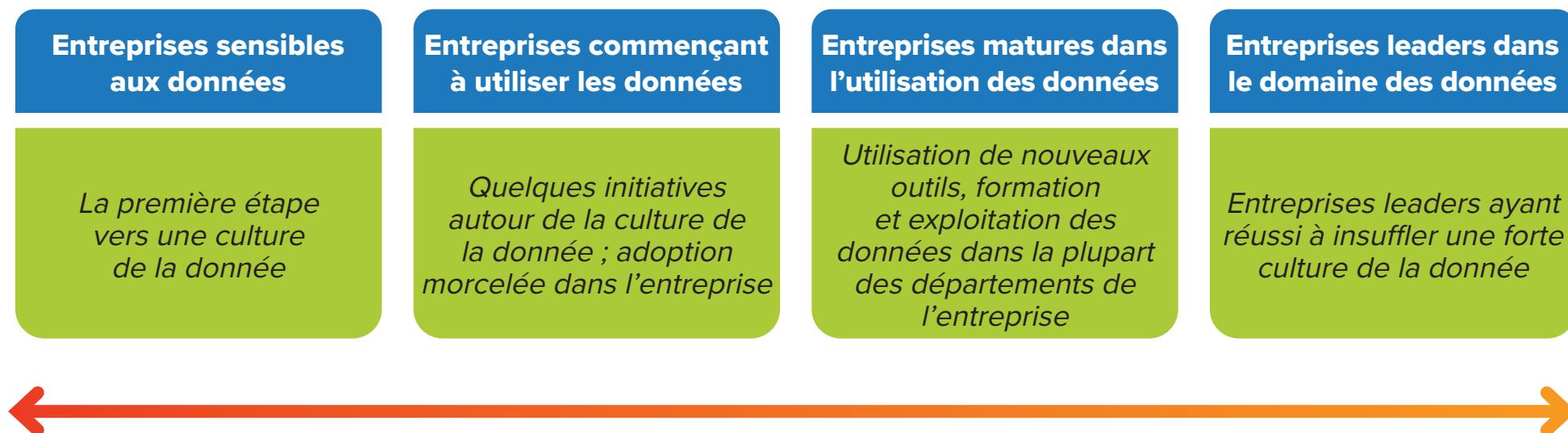


Métriques Business

Chiffre d'affaires	Innovation
Satisfaction de la clientèle	Résilience
Rentabilité	Rapidité de mise sur le marché
Fidélité des collaborateurs	Productivité
Coûts d'investissement	Conformité
Coûts d'exploitation	Avantage concurrentiel

Les répondants et leur entreprise ont été répartis en 4 groupes selon leurs différentes caractéristiques

Score le plus faible en matière de culture de la donnée



Les collaborateurs qui maîtrisent les données sont les moteurs d'une forte culture de la donnée

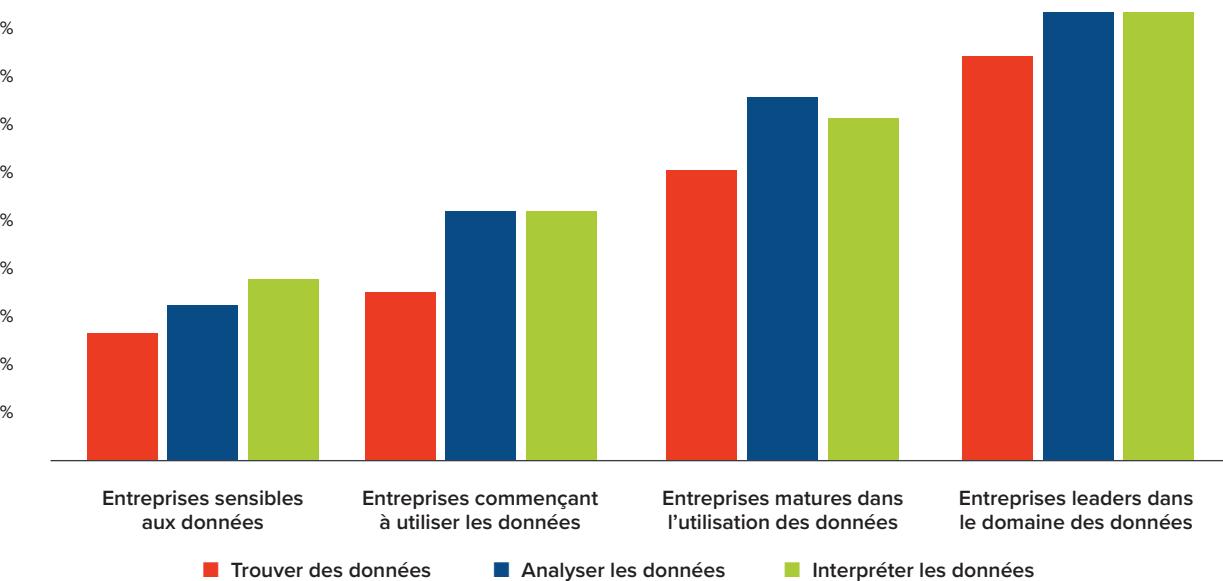
Qualités professionnelles/compétences : les entreprises leaders emploient des collaborateurs qui savent tirer parti des données

Par rapport aux entreprises les moins avancées, les collaborateurs des entreprises leaders dans le domaine des données sont :

- » 3 fois plus efficaces pour trouver les données et travailler avec.
- » 54 % plus compétents pour analyser des données et 50 % plus précis et critiques pour les interpréter.

Recrutement : les leaders recrutent des collaborateurs avec de fortes compétences dans le domaine des données

Q : Quel niveau minimum d'analyse de données exigez-vous de vos nouveaux collaborateurs, dans chacun des domaines suivants ? (Niveau de compétence exprimé en %)

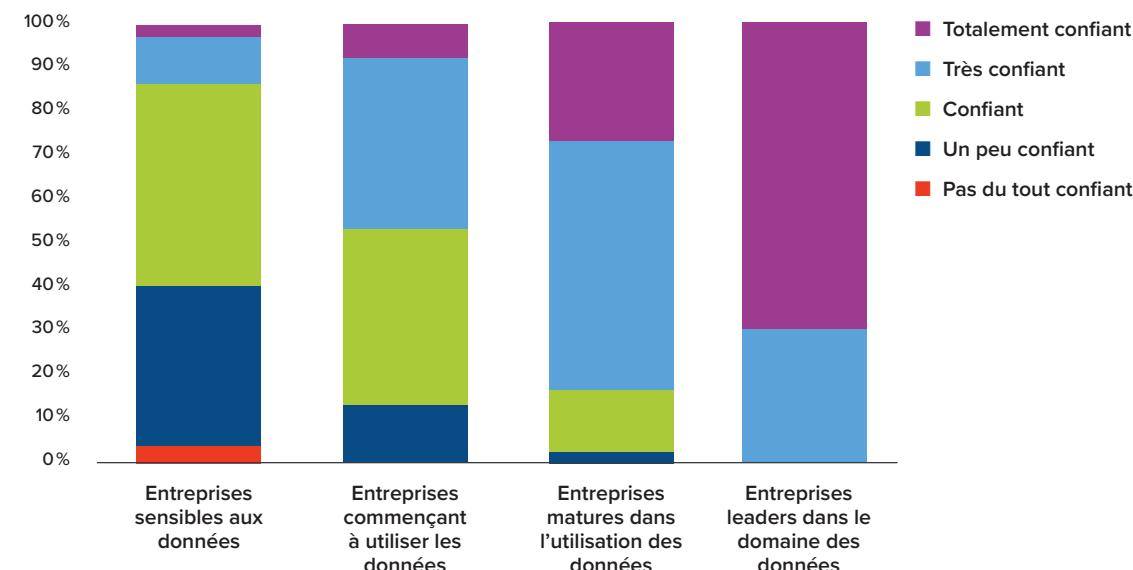


Une forte culture de la donnée favorise l'entraide entre les collaborateurs qui travaillent sur les données

Le nombre de répondants affirmant être très, voire totalement confiants dans le fait de pouvoir être aidés pour analyser les données était **81 % plus élevé** dans les entreprises leaders que dans les entreprises les moins avancées.

Aide : les collaborateurs des entreprises leaders dans le domaine des données savent qu'ils peuvent être aidés pour obtenir et analyser des données

Q : À quel point êtes-vous confiant dans le fait que vos collaborateurs peuvent s'aider mutuellement dans l'analyse ou d'autres questions liées aux données ?



Partage : les entreprises leaders dans le domaine des données partagent ouvertement les données et les insights

Le nombre de répondants affirmant être très, voire totalement disposés à partager les données était **79 % plus élevé** dans les entreprises leaders que dans les entreprises les moins avancées.

Outils/activités : les entreprises leaders dans le domaine des données permettent à leurs collaborateurs de s'impliquer dans les données et leurs analyses

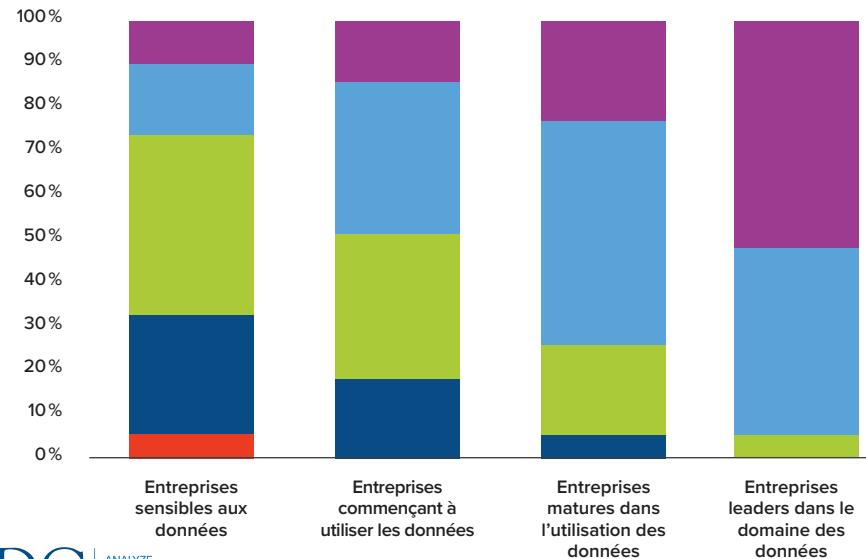
Le nombre de répondants affirmant que créer une communauté autour des données et de leur analyse se révélait très, voire extrêmement fructueux était **71 % plus élevé** dans les entreprises leaders que dans les entreprises les moins avancées.

Quand les collaborateurs ont confiance dans les données, ils se sentent davantage responsabilisés et produisent de meilleurs résultats

Responsabilité : les entreprises leaders font confiance à leurs collaborateurs concernant les données, ce qui permet de les responsabiliser

Le nombre de répondants se sentant très, voire totalement responsables des données auxquelles ils ont accès était **70 % plus élevé** dans les entreprises leaders que dans les entreprises les moins avancées.

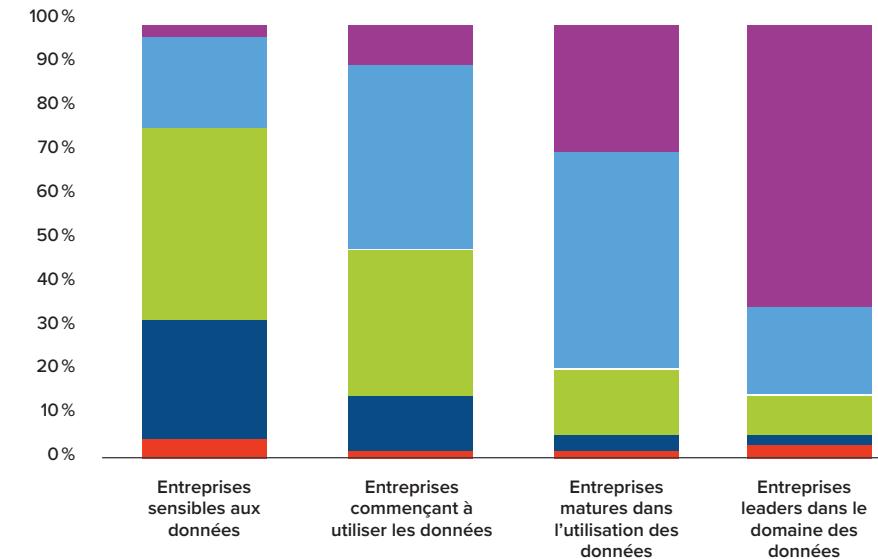
Q : Dans quelle mesure vous sentez-vous personnellement responsable des données auxquelles vous avez accès ?



Accès : les entreprises leaders fournissent à leurs collaborateurs un accès plus sécurisé aux données sur lesquelles ils travaillent

Le nombre de répondants ayant affirmé que leurs collaborateurs avaient accès à la plupart, voire la totalité des données de l'entreprise était **53 % plus élevé** dans les entreprises leaders que dans les entreprises les moins avancées.

Q : Évaluez la facilité avec laquelle vous pouvez accéder aux données dont vous avez besoin.

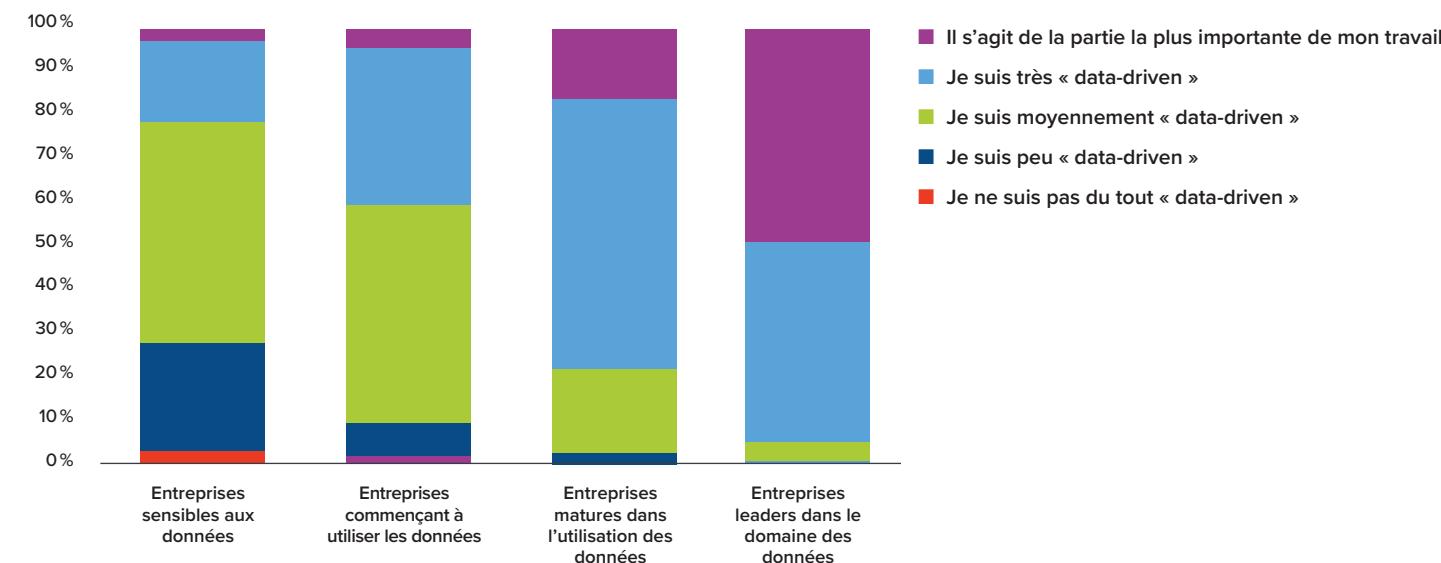


Les prises de décisions deviennent « data-driven » lorsque les données jouent un rôle clé dans l'ADN d'une entreprise et de ses collaborateurs

Identité : dans les entreprises ayant une forte culture de la donnée, avoir une approche « data driven » est une composante essentielle du travail des collaborateurs

Le nombre de répondants ayant affirmé se sentir très « data-driven » était **73 % plus élevé** dans les entreprises leaders que dans les entreprises les moins avancées.

Q : Dans quelle mesure vous considérez-vous comme un collaborateur « data-driven » ?



Attentes : les entreprises ayant une forte culture de la donnée exigent que toute décision tienne compte des données

Les entreprises leaders dans le domaine des données ont les caractéristiques suivantes par rapport à celles qui sont les moins avancées :

Les répondants s'appuyant toujours sur des données lors de réunions étaient **60 % plus nombreux** 60 % plus nombreux.

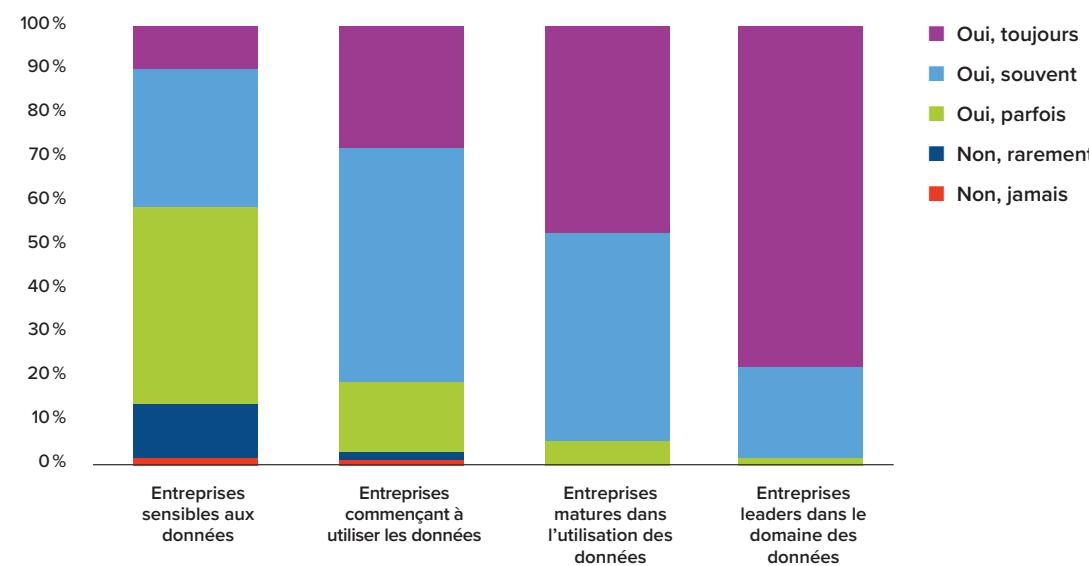
Les répondants demandant systématiquement à ce que les recommandations / décisions reposent sur des données étaient **67 % plus nombreux**.

Les répondants étaient **55 % plus nombreux** à dire que plus de 80 % de leurs réunions se basaient sur des données.

Dans les entreprises ayant une forte culture de la donnée, les dirigeants utilisent et analysent activement les données

Leadership : dans les entreprises leaders dans le domaine des données, les dirigeants donnent le ton en matière d'utilisation et d'analyse des données

Q : Les dirigeants de votre entreprise s'appuient-ils eux-mêmes sur les données ?



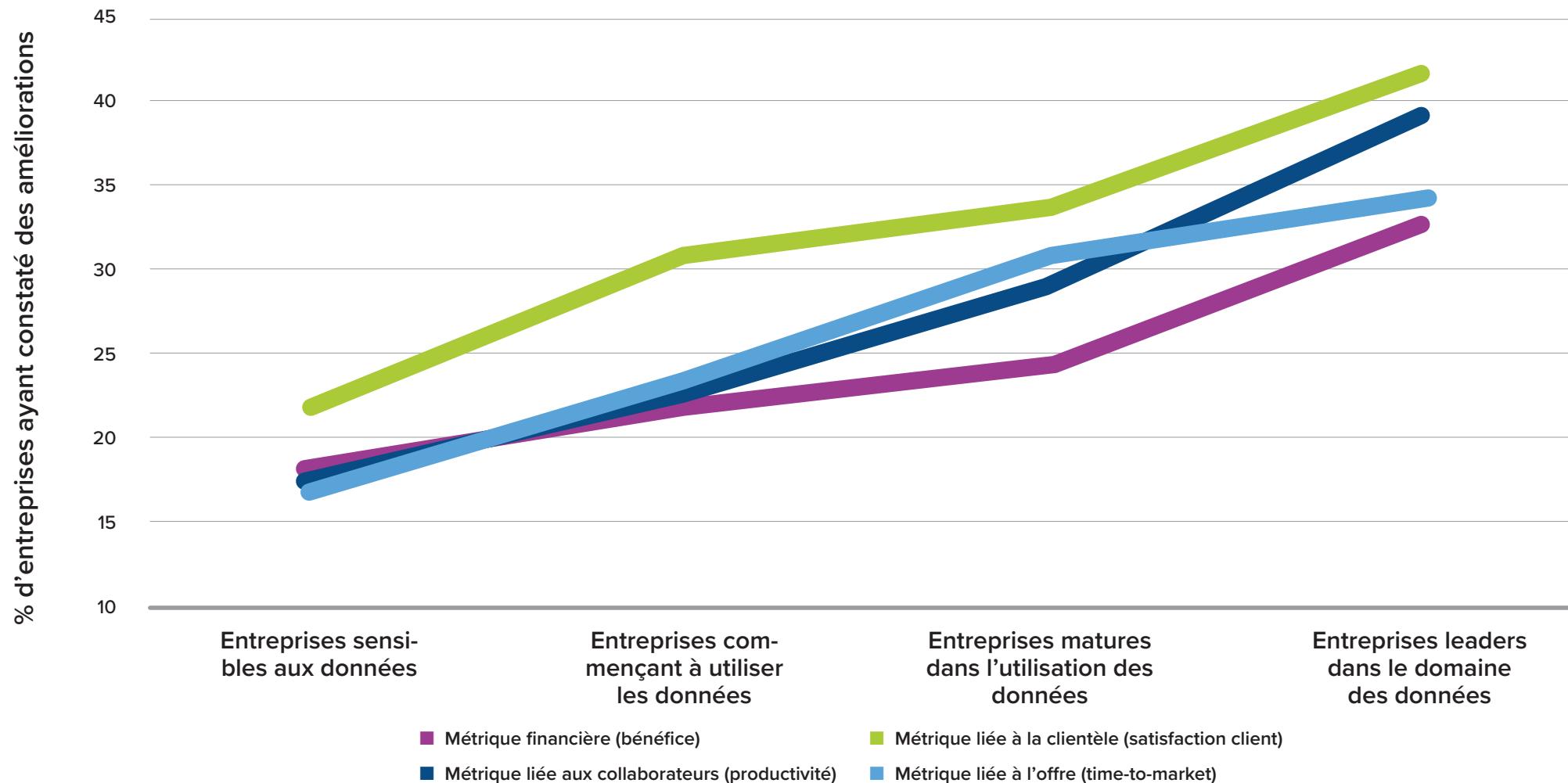
Le nombre de répondants ayant affirmé que les dirigeants de leur entreprise s'appuyaient sur les données était **59 % plus élevé** dans les entreprises leaders que dans les entreprises les moins avancées.

Le nombre de répondants ayant affirmé que leur entreprise considérait les données comme des actifs et reconnaissait leur valeur était **48 % plus élevé** dans les entreprises leaders que dans les entreprises les moins avancées.

Investissements : il ne s'agit pas d'investir massivement dans la technologie ; les entreprises leaders dans le domaine des données investissent également dans les collaborateurs et la culture

Le nombre de répondants ayant affirmé être très, voire extrêmement satisfaits des investissements de leur entreprise dans les données était **89 % plus élevé dans les entreprises leaders** que dans les entreprises les moins avancées.

En investissant dans la culture de la donnée, l'entreprise améliore ses résultats dans de nombreux domaines



Les métriques Business s'améliorent au fur et à mesure que l'entreprise développe sa culture de la donnée

Métriques financières

- ✓ Chiffre d'affaires
- ✓ Rentabilité
- ✓ Coûts d'investissement

Par rapport aux entreprises les moins avancées, celles commençant à utiliser les données étaient :

18 % plus nombreuses à constater une croissance de leur CA

20 % plus nombreuses à constater une croissance de leurs bénéfices

Le nombre d'entreprises ayant réduit leur capex était 41 % plus élevé au sein des entreprises leaders que dans les entreprises les moins avancées.



Métriques liées à la clientèle

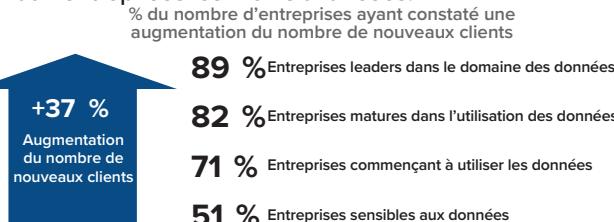
- ✓ Satisfaction de la clientèle
- ✓ Fidélité de la clientèle

Par rapport aux entreprises les moins avancées, celles qui sont matures dans l'utilisation des données étaient :

19 % plus nombreuses à observer une amélioration de la satisfaction de leurs clients

20 % plus nombreuses à observer une augmentation de la fidélité de leurs clients

Les entreprises leaders ont constaté une augmentation de 37 % du nombre de nouveaux clients par rapport aux entreprises les moins avancées.



Métriques liées aux collaborateurs

- ✓ Productivité des collaborateurs
- ✓ Fidélité des collaborateurs

Par rapport aux entreprises les moins avancées, celles qui sont matures dans l'utilisation des données étaient :

29 % plus nombreuses à observer une plus grande fidélité de leurs collaborateurs

24 % plus nombreuses à observer une augmentation de la productivité de leurs collaborateurs

Les entreprises leaders ont constaté une fidélité de leurs collaborateurs 45 % supérieure à celle des entreprises les moins avancées.



Métriques liées à l'offre produit

- ✓ Innovation
- ✓ Rapidité de mise sur le marché

Par rapport aux entreprises les moins avancées, celles qui sont matures dans l'utilisation des données étaient :

24 % plus nombreuses à observer une augmentation du nombre de leurs produits / services

31 % plus nombreuses à constater une accélération de la mise sur le marché

Les entreprises leaders dans le domaine des données ont constaté une amélioration de leur time to market 41 % supérieure à celle des entreprises les moins avancées.



Le nombre d'entreprises ayant affirmé que les données leur conféraient un avantage concurrentiel était **50 % plus élevé au sein des entreprises leaders** que dans les moins avancées.

Principales recommandations

- » L'importance accordée au facteur humain et à une forte culture de la donnée facilite le succès des entreprises dans l'économie numérique. La technologie et les stratégies autour des données ne suffisent cependant pas pour qu'une entreprise soit réellement « data-driven ».
- » La culture de la donnée peut être renforcée progressivement, et les entreprises constateront des bénéfices croissants au fur et à mesure de son développement
- » Un changement de mentalité peut permettre une amélioration immédiate. De nombreuses initiatives peuvent être déployées très simplement sans dépenses excessives.
- » L'exemplarité et le soutien de la direction accélèrent significativement le développement de la culture de la donnée
- » Il faut regarder au-delà des indicateurs financiers pour mesurer les résultats liés au développement de la culture de la donnée.



Présentation des analystes d'IDC



Chandana Gopal
directrice de recherche, Business Analytics

Chandana Gopal est directrice de recherche sur le marché des solutions de Business Analytics et du conseil. Ses principales recherches portent sur les tendances de l'offre et de la demande sur les marchés des analyses avancées et prédictives de la business intelligence, et de la gestion des performances des entreprises.



Dan Vasset
vice-président Analytics and Information Management

Dan Vasset est le vice-président Analytics and Information Management, recherche et conseil. Il dirige un groupe d'analystes chargé d'étudier tous les aspects du traitement, de l'intégration, de la gestion, de la gouvernance, de l'analyse et de la visualisation des données structurées et non structurées.



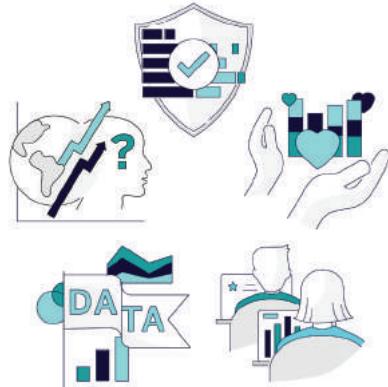
IDC Research, Inc.
5 Speen Street
Framingham, MA
01701, USA
T 508.872.8200
F 508.935.4015
Twitter @IDC
idc-insights-community.com
www.idc.com

Cette publication a été réalisée par **IDC Custom Solutions**. Les opinions, les analyses et les résultats de recherche présentés sont tirés d'études et d'analyses plus détaillées conduites et publiées de manière indépendante par IDC, sauf lorsqu'il est fait mention de sponsoring spécifique d'un fournisseur. IDC Custom Solutions propose des informations d'IDC sous divers formats pour qu'elles puissent être distribuées par différentes sociétés. Une licence de distribution des informations d'IDC accordée à un titulaire ne signifie pas qu'IDC l'approuve ou formule un avis à son égard.

Publication externe des données et informations d'IDC – toute information d'IDC destinée à être utilisée dans le cadre de publicités, de communiqués de presse ou de supports promotionnels doit préalablement faire l'objet du consentement écrit du vice-président ou du directeur du bureau local d'IDC concerné. Un projet du document proposé doit accompagner une telle demande. IDC se réserve le droit de refuser l'approbation de toute utilisation externe, quelle qu'en soit la raison.

Copyright 2020 IDC. Toute reproduction sans autorisation écrite est strictement interdite.

Message du sponsor



Pour devenir réellement data-driven, il est nécessaire de changer les mentalités, les attitudes et les habitudes – en inscrivant les données dans l'identité même de l'entreprise. Le véritable objectif consiste à faire en sorte que tous les acteurs de l'entreprise soient capables de voir la valeur qui se cache dans les données et de les utiliser en toute confiance afin de pouvoir répondre aux questions des autres et encourager ces derniers à faire de même. Chez Tableau, nous sommes convaincus qu'une culture reposant sur cinq piliers – la confiance, l'état d'esprit, le partage, la communauté et le talent – permettra aux entreprises de réussir et s'épanouir.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur <https://www.tableau.com/fr-fr/data-culture>