Informatica

Livre blanc

Comment faire adhérer les décideurs à vos projets de MDM

Guide étape par étape pour planifier une stratégie de gestion des données de référence et obtenir le soutien des dirigeants

À propos d'Informatica

La transformation digitale fait évoluer les attentes : service amélioré, livraisons plus rapides, à moindre coût. Les données sont la clé de la réussite des entreprises, ces dernières doivent évoluer pour rester compétitives.

En tant que leader mondial dans la gestion des données Cloud d'entreprise, nous sommes prêts à vous guider de manière intelligente quel que soit le secteur, la catégorie ou la niche. Informatica vous permet de prendre une longueur d'avance pour gagner en agilité, concrétiser de nouvelles opportunités de croissance ou même innover. Nous nous concentrons sur les données afin de vous offrir la polyvalence nécessaire pour réussir.

Découvrez nos solutions et libérez tout le potentiel de vos données en vue de la prochaine révolution intelligente.

Table des matières

Synthèse 4

Identifiez les objectifs métiers 6

Définir des moteurs de valeur métier pour vos efforts en matière de données de référence 7

Gardez le cap : Votre feuille de route pour l'adoption des données de référence 7

Préparez des entretiens avec les parties prenantes et mettez-les en œuvre 9

Analysez vos résultats 10

Préparez votre étude de cas 15

Conclusion 16

Synthèse

Les données sont au cœur de votre activité. D'année en année, elles sont de mieux en mieux gouvernées et leur pertinence s'améliore ; en bref, elles deviennent de plus en plus fiables. La gestion des données est essentielle dans ce processus. Sans les systèmes appropriés, aucune entreprise ne peut avoir entièrement confiance en ses données pour relever les défis pressants auxquels elle est confrontée.

Vos initiatives métiers s'appuient sur des données fiables. Plus précisément, les données de référence constituent une ressource partagée dans l'entreprise qui doit être gérée stratégiquement pour que vos projets de transformation numérique orientée données produisent des résultats commerciaux tangibles et permettent de concrétiser de nouvelles opportunités de croissance.

La gestion des données de référence (MDM) peut permettre aux entreprises de réaliser des économies substantielles et d'améliorer leurs résultats opérationnels :

- PartsSource, une chaîne de distribution automobile, a réduit le délai de lancement de nouveaux produits de 2 heures à 2 minutes, a obtenu un taux de croissance à deux chiffres de ses revenus et a réduit de sept à deux le nombre de personnes affectées à la mise à jour des données produits.[1]
- Winsupply, un fournisseur grand public et professionnel, a augmenté ses ventes en ligne de 10 % grâce à des fonctionnalités simplifiées de recherche de produits et a pu s'appuyer sur une plate-forme de données produits moderne pour rester concurrentiel. En outre, la société a réduit la charge de travail des gestionnaires de données de 50 % et a diminué de 3 mois à 5 jours le délai d'intégration des données issues des acquisitions.[2]
- Hyatt bénéficie d'une vision fiable des clients de ses hôtels et de leurs interactions, déclenchant des bénéfices quantifiables, notamment des recettes supplémentaires et des économies en matière d'offres de fidélisation et promotionnelles.[3]
- La société de télécommunications italienne Fastweb s'attend à ce que sa « version unique de la vérité », basée sur la MDM et la qualité des données, aboutisse à un service client plus souple et enrichissant, en réduisant la perte de clientèle de 80 % en 3 ans.[4]

La demande accrue en données de référence contribue à cette accélération. De fait, de plus en plus de personnes reconnaissent leur rôle central dans l'analyse métier. Vous devez avoir confiance en vos données pour pouvoir en tirer des enseignements intéressants — certaines choses sont immuables : des données de mauvaise qualité ne peuvent pas produire de bons résultats.

Si vous ne pouvez pas avoir confiance en vos données, vous ne pouvez pas non plus vous fier aux projections qui en émanent. Et vous ne risquez pas seulement de créer le chaos dans vos données, vous compromettez également vos chances de créer une nouvelle valeur métier.

[1] Informatica, PartsSource Customer Story, 2017.
[2] Informatica, Winsupply Customer Story, 2018.
[3] Informatica Blog, Using Data to Delight Guests: How Hyatt Wins Customers, September 2016.
[4] Informatica, Fastweb Customer Story, 2018.

Les données de référence :

- Soutiennent les innovations en matière d'expérience client pour renforcer l'engagement et la fidélité.
- Fournissent des données fiables et gouvernées pour les projets d'analyse des Big Data — pour optimiser la prise de décision et moderniser les processus opérationnels.
- Améliorent la précision des prévisions budgétaires, le contrôle des risques de l'entreprise et la conformité réglementaire.
- Rationalisent les fusions et les acquisitions pour maximiser les retours sur investissement en identifiant les synergies liées au stock, au portefeuille de produits et aux clients, et identifier les opportunités de vente croisée et incitative.
- Permettent de lancer de nouveaux produits rapidement, avant la concurrence.
- Améliorent la productivité des employés et l'efficacité opérationnelle pour obtenir un avantage concurrentiel.

L'accès aux données fiables de votre entreprise nécessite une orientation stratégique. Or, aujourd'hui, rares sont ceux qui savent comment évaluer leurs processus de gestion des données ou la qualité des données et leur impact sur les revenus et les résultats de l'entreprise.

Autrement dit, les entreprises doivent sans attendre vérifier que leurs données sont adaptées aux défis qui se profilent : de nouvelles réglementations, acquisitions, cessions, des évolutions dans les attentes des clients et la restructuration des équipes commerciales, les catastrophes naturelles et autres facteurs dépendant du marché. Dans de très nombreux cas, des données pertinentes contribuent à réduire les risques tandis que des données de mauvaise qualité les multiplient.

Les entreprises d'aujourd'hui stockent leurs données sur site, dans le Cloud, sur des ordinateurs de bureau et des appareils — ces données doivent être gérées en tant que ressource stratégique cohérente. Cela permet à votre entreprise de réduire les coûts, d'améliorer la productivité, de limiter les risques, de développer de nouveaux produits ou marchés, de créer des relations et de les renforcer.

Il est difficile pour les entreprises de comprendre les défis liés à la gestion des données et leur impact sur les processus propres aux différents services. Il peut être extrêmement difficile pour les équipes informatiques d'obtenir le budget et l'engagement dont ils ont besoin pour que leur stratégie de données soit couronnée de succès et pour aider leurs partenaires commerciaux à atteindre leurs objectifs. L'exploitation de données susceptibles de fournir des informations évolutives donne au service informatique une occasion unique de prendre pleinement part au processus décisionnel.

Votre cheminement vers des données fiables

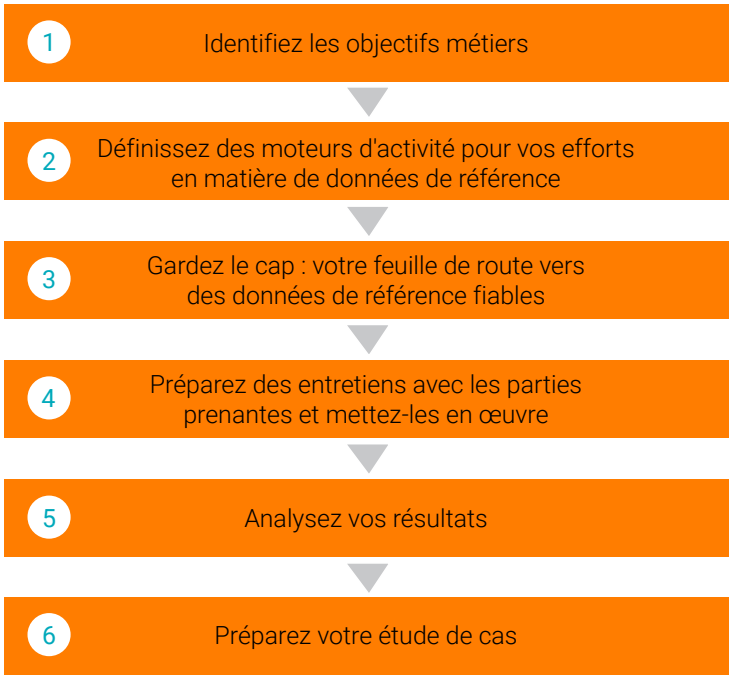
La meilleure façon de soutenir la transformation numérique orientée données de votre entreprise consiste à concevoir et déployer une initiative MDM. Mais vous ne pouvez pas le faire seul. La direction doit adhérer entièrement à votre projet, et pas seulement engager les fonds nécessaires. Vous aurez besoin que les cadres dirigeants approuvent votre stratégie et en comprennent les avantages commerciaux. Il a été montré qu'une approche tactique de la gestion des données n'est pas assez évolutive et entraîne des tâches répétitives. L'optimisation de l'impact commercial de vos données d'entreprise est un processus continu, et il est essentiel que les dirigeants informatiques remportent l'adhésion complète de l'entreprise.

Pour cela, vous devez démontrer que des données fiables libéreront la valeur métier réelle — et que vous savez comment atteindre cet objectif.

La feuille de route que vous rédigez, enrichie des informations et enseignements tirés par ceux qui ont entrepris des démarches similaires, vous aidera à tracer la voie qui mène aux données fiables. Et en présentant la valeur métier réalisable, vous démontrez clairement les bénéfices commerciaux qui vous aideront à convaincre les décideurs.

Vous tenez là une étude de cas concrète, avec un cheminement détaillé. Et ce n'est pas seulement un investissement pour votre prochaine initiative de données ; il s'agit d'une ressource qui peut générer des retours sur investissement à long terme. Vos démarches actuelles rendront les choses plus faciles (et plus économiques) pour une multitude d'applications à venir.

Ce guide vous permettra de vous situer aujourd'hui sur le chemin qui mène à la maîtrise des données et vous montrera la marche à suivre. Il vous aidera également à convaincre les dirigeants et les parties prenantes que votre plan est non seulement sans danger pour l'entreprise, mais qu'il est absolument indispensable.



Identifiez les objectifs métiers

Les initiatives en matière de données de référence n'ont d'autre but que générer de la valeur métier. Voici comment vous pouvez faire en sorte que vos efforts pour maîtriser les données d'entreprise stratégiques aillent dans le même sens que vos objectifs métiers.

Tout d'abord, pour obtenir le financement de votre initiative MDM, vous devez la relier à un moteur d'activité. Vous devez comprendre la stratégie de l'entreprise et les objectifs visés par les dirigeants. Par exemple :

- Augmenter les parts de marché.
- Prendre plus rapidement des décisions opérationnelles efficaces.
- Mieux prédire le résultat des traitements.

D'autre part, vous devez comprendre les indicateurs de performance clés que les dirigeants utilisent pour évaluer le succès de cette initiative métier.

Enfin, vous devez identifier le rôle du MDM dans la réussite de l'entreprise. Un partenariat efficace entre les services informatiques et commerciaux est essentiel. Vous devez donc entretenir une relation de collaboration productive avec les principales parties prenantes, et ce dès le départ. Les échanges doivent rester ouverts et libres. Le cas échéant, faites une distinction entre les objectifs communiqués en interne et en externe.

Définir des moteurs de valeur métier pour vos efforts en matière de données de référence

Pour démontrer la valeur des données de référence, vous devez aligner vos efforts dans ce domaine sur les moteurs de valeur métier propres à votre entreprise.

La liste suivante présente certains exemples qu'il peut être intéressant de garder à l'esprit lors de l'adoption des données de référence. Ils ne sont pas forcément séquentiels ou cumulatifs mais ils soulignent une progression générale des capacités.

- Améliorer les taux d'enregistrement des commandes en limitant les échecs liés aux données de mauvaise qualité.
- Comprendre les besoins uniques des clients et livrer les produits plus rapidement via différents canaux : en ligne, mobile, vente au détail et points de vente.
- Fournir des expériences clients cohérentes et améliorées pour développer votre base de données clients et augmenter vos ventes chez les clients existants.
- Améliorer les taux de conversion des campagnes grâce à des informations fiables sur les clients.
- Optimiser les processus de la chaîne logistique, assurer la conformité et réduire les coûts des fournisseurs en négociant des tarifs et des conditions de paiement plus avantageux.
- Automatiser le reporting réglementaire pour garantir la conformité et éviter les risques et les amendes.
- Mettre en œuvre la gestion du consentement pour respecter la réglementation générale sur la protection des données (RGPD).
- Rationaliser les fusions ou les acquisitions pour identifier les chevauchements de clients et stimuler les opportunités de croissance.

Gardez le cap : Votre feuille de route pour l'adoption des données de référence

Lorsque vous essayez de convaincre les responsables des budgets de financer votre programme, il est impératif que vous sachiez exactement où vous en êtes aujourd'hui et où vous devez aller demain.

Où vous situez-vous aujourd'hui ? Cette question n'est pas simple. En fait, elle exige de procéder à un état des lieux des données d'entreprise sur l'ensemble des systèmes et capacités :

- Où les données que vous devez comprendre sont-elles capturées, gérées et stockées ?
- Sur combien d'applications sont-elles réparties (qu'il s'agisse de données sur les clients, les produits, les ressources, les emplacements, les associés, les contrats ou autres) ?
- Quelle est la vitesse de croissance de ces applications et sont-elles bien contrôlées ?
- Quelle est la quantité de données structurées et non structurées ?
- Quelle est la qualité des données ? Les données sont-elles pertinentes, uniques et exactes, et comment leur représentation est-elle normalisée ?
- Combien de temps passez-vous à manipuler manuellement les données si leur gestion n'est pas automatisée ?

- Comment les nouvelles données sont-elles intégrées lors de l'acquisition de nouveaux systèmes (par exemple, à la suite d'une fusion ou d'une acquisition) ? Combien de temps cela prend-il ?
- Quelles seraient les transformations nécessaires pour obtenir l'architecture proposée ?

Vos réponses à des questions telles que celles-ci vous aident à vous situer aujourd'hui et à définir le chemin qui reste à parcourir. De nombreux services extraient les données d'un système de planification des ressources d'entreprise (ERP) ou de gestion de la relation client (CRM), les manipulent dans des feuilles de calcul, puis les replacent dans ces systèmes. Cela entraîne souvent une surcharge et donc la nécessité de gérer certaines de ces données dans un système souple garantissant la qualité des données. Vous pouvez également éviter l'accès non autorisé aux données et assurer leur traçabilité en appliquant les contrôles appropriés aux données de référence sensibles.

Que voulez-vous mettre en place ensuite pour atteindre vos objectifs ? Les prochaines étapes du chemin vers l'obtention de données fiables doivent prendre en compte votre environnement métier actuel (si vous vous développez sur de nouveaux marchés, envisagez une fusion ou êtes confronté à un nouveau concurrent). L'outil d'évaluation des opportunités commerciales constitue une ressource précieuse qui vous aidera à vous orienter.

En outre, parmi les étapes suivantes, identifiez celles que vous avez terminées et celles qui vous restent à surmonter dans votre parcours d'adoption des données de référence :

1. Harmoniser les métadonnées et le glossaire métier puis normaliser les données de vos applications de première ligne et d'analyse métier.
2. Découvrir et profiler les données applicatives et analytiques pour évaluer et comparer la qualité des données.
3. Vérifier, nettoyer et enrichir vos données d'entreprise grâce à des informations tierces internes et externes de qualité supérieure permettant d'obtenir des projections supplémentaires, Par exemple, intégrer les normes GS1 pour les produits et utiliser l'enrichissement de données B2B de Dun & Bradstreet.
4. Réduire le nombre de doublons et d'enregistrements de référence dans les applications et les analyses métiers. Sont concernées les données clients, produits, fournisseurs, partenaires, articles, pièces, localisations, ressources et plus généralement toutes celles liées à d'autres domaines stratégiques de l'entreprise.
5. Favoriser la collaboration entre les équipes informatiques et métiers grâce à des outils permettant de définir des stratégies de gouvernance des données et des actions pour les clients, les fournisseurs, les ressources et les données des produits.
6. Déterminer si une partie de votre vision d'architecture, de vos bases de déploiement, des dimensions de vos bases de déploiement et des règles de correspondance de votre environnement de Big Data prend en compte les données multiformats autour de l'utilisation de l'équipement et des défauts, des codes d'erreur, etc.
7. Mettre en œuvre des actions en définissant des déclencheurs basés sur une logique complexe d'événements pour entretenir, alerter, hiérarchiser et planifier la maintenance, mettre à jour les enregistrements et les autorisations, etc.
8. Fournir des données exactes aux systèmes analytiques et opérationnels, comme les data warehouses et les Data Lakes d'entreprise, pour permettre aux utilisateurs métiers et aux experts en données d'exploiter des données de référence pour collecter des informations et offrir des expériences clients exceptionnelles.

Pensez à mesurer les performances avant de démarrer votre projet d'amélioration des données. Vous disposerez ainsi d'une base de suivi de l'impact.

Préparez des entretiens avec les parties prenantes et mettez-les en œuvre

Bien sûr, personne ne s'attend à ce que vous répondiez vous-même à toutes ces questions. Vous devrez collecter des renseignements auprès de nombreuses sources lors de l'identification des objectifs métiers, de l'établissement des indicateurs et pour garder le cap sur votre parcours vers des données de référence.

Pour obtenir un aperçu complet, vous aurez besoin de parler aux gens sur le terrain. Il s'agit notamment des gestionnaires d'applications et de processus, des analystes métiers, des gestionnaires opérationnels et de toute personne qui met à jour ou consomme des données. Les responsables de l'entreprise ont une vue globale des priorités de celle-ci. Prenez un moment pour réfléchir aux meilleures parties prenantes à contacter, tant du côté informatique que commercial, montrez-leur votre préparation et enrichissez-la en y ajoutant leurs informations.

En général, les parties prenantes intègrent les gestionnaires de processus métiers et les gestionnaires de données. Les règles et les niveaux d'engagement varient en fonction de la portée et du type de projet de données :

- **Données clients** : responsables des ventes, de la maintenance, du marketing et des finances
- **Données produits** : responsables de la R&D, de la fabrication, du marketing, des ventes, de la maintenance, de la logistique et des finances
- **Données fournisseurs** : responsables de la chaîne logistique, de l'approvisionnement et des finances
- **Données employés** : ressources humaines et finances

Si votre culture d'entreprise s'y prête, il est intéressant de s'adresser aux dirigeants que vous ciblez pour qu'ils décrivent les défis ou les opportunités liés aux données qu'ils rencontrent. Connaître leur niveau actuel de compréhension vous aidera à formuler correctement le message lorsque vous présenterez une étude de cas. Toutefois, il est également judicieux d'approcher diverses parties prenantes, notamment les personnes qui utilisent les données chaque jour dans le cadre de leur travail. Rappelez-vous que, si des mesures de retour sur investissement quantifiables constituent toujours la preuve la plus efficace, à ce stade, les informations qualitatives et anecdotiques sont également utiles.

Votre but est d'identifier les transactions ou processus de données (et les éléments de données requis) qui contribuent à la réussite ou à l'échec de l'objectif métier d'un service et de déterminer comment ces éléments s'intègrent dans la stratégie globale de l'entreprise. Cela vous permettra d'évaluer l'impact d'une initiative de données de référence sur les indicateurs de performance clés de la stratégie globale.

Par-dessus tout, n'oubliez pas d'être transparent dans toutes vos communications (et dans vos calculs ultérieurement) et de citer toutes les sources de données. Les renseignements collectés appuieront votre étude de cas et d'autres démarches ultérieures, lorsque vous imaginerez d'autres initiatives de données de référence. Voici quelques exemples de questions que vous pouvez adapter avant d'entamer les entretiens.

Exemples de questions commerciales

- Quelles sont la vision et la stratégie de l'entreprise et comment celle-ci prévoit-elle de les atteindre ?
- Comment votre succès sera-t-il mesuré ? Quels sont les trois principaux indicateurs de performance clés — par exemple, coût des marchandises vendues (COGS), livraison complète et dans les temps (OTIF), taux de retour de garantie, etc. ?
- Combien d'expéditions ou de commandes de travaux ou de produits sont-elles traitées par mois ?
- Quel est l'impact des campagnes marketing ? Les taux de conversion des campagnes marketing sont-ils en phase avec les objectifs ?

- Dans quelle mesure les temps d'arrêt des ressources sont-ils dus à une maintenance non prévue ?
- Dans les cas où un seul fournisseur est utilisé dans plusieurs services commerciaux, pourrait-on organiser des remises de gros en ventilant les silos de données ?
- Quel est le pourcentage d'échecs ou de suspensions de commandes pour cause de problèmes dans les données : référence produit, adresse, code de tarif ou autre incorrect ?
- À quelle fréquence votre entreprise enfreint-elle les exigences de conformité réglementaire ? Quelles sont les pénalités et combien cela coûtera-t-il de corriger les problèmes ?
- Perdez-vous des clients en raison de problèmes de données ?
- Quel est le temps consacré à la gestion manuelle des données par l'entreprise pour obtenir des réponses ?
- Quel est l'impact de l'échec, par exemple, en termes de coûts de manutention supplémentaires ou de revenus différés ?
- Quel serait le coût mensuel d'un retard, en matière d'opportunité commerciale manquée, incapacité à répondre aux offres concurrentielles et coûts informatiques incrémentiels ?

Exemples de questions informatiques

- Êtes-vous en mesure de fournir les données dont l'entreprise a besoin dans le délai requis ?
- L'entreprise fait-elle confiance aux données que vous livrez actuellement ?
- Que représentent les dépenses en matière d'intégration de données, de qualité des données, de maîtrise et de gouvernance des données dans l'entreprise ?
- Combien de temps vous faut-il pour fournir les données nécessaires pour le lancement d'un produit ou d'une campagne ?
- Combien de temps vous faut-il pour intégrer une nouvelle source de données et la mettre à la disposition des analystes métiers ?
- À votre avis, combien de temps gagneriez-vous si vous disposiez d'une seule source de données où puiser les informations que vous transmettez aux analystes métiers ?
- À ce jour, quel est le pourcentage de données clients/fournisseurs/produits complètes, à jour, précises et ne présentant aucun conflit avec les données d'autres sources ? Sur combien de systèmes différents ces données sont-elles conservées ? Ces systèmes sont-ils bien intégrés ?
- Pour toutes les questions ci-dessus, quelle tendance constate-t-on concernant les indicateurs ? Celle-ci est-elle à la hausse ou à la baisse ?
- De quelles capacités techniques et architecturales avez-vous besoin pour fournir des données de référence de manière efficace ?

Analysez vos résultats

Votre recherche initiale et les entretiens avec les parties prenantes vous fournissent la matière première pour votre feuille de route et votre étude de cas. L'étape suivante consiste à analyser les bénéfices potentiels et à donner une idée du retour sur investissement possible.

À ce stade, vous devez examiner les points suivants :

- Avantages potentiels (objectifs que vous avez identifiés avec les parties prenantes, soutenus par une initiative de données de référence)
- Coûts potentiels de passage d'une étape à l'autre, présentés sous forme de coûts de bout en bout pour l'ensemble de la solution, et pouvant inclure :
    - Matériel (CAPEX ou OPEX)
    - Logiciel (CAPEX ou OPEX)
    - Implémentation
    - Maintenance (sauf abonnement)
    - Opérations
    - Effectif
    - Reconversion
    - Gestion des modifications
    - Mesures de succès

Les figures 1 et 2 montrent les avantages moyens que les entreprises opérant dans certains secteurs peuvent tirer d'un investissement dans une initiative de données de référence.

Ces graphiques sont extraits des évaluations de la valeur métier réalisées par Informatica pour aider les entreprises à quantifier les bénéfices financiers des projets de données de référence. Chaque évaluation associe les meilleures pratiques et propose une action adaptée aux besoins de l'entreprise et à l'environnement informatique en question avec l'idée de définir ce qui aide une société à atteindre ses objectifs en matière de données de référence ou au contraire l'empêche de les atteindre. Ces données peuvent être utilisées pour les activités de suivi des modifications apportées à l'architecture de l'entreprise, à la gouvernance des données ou aux processus, par exemple.

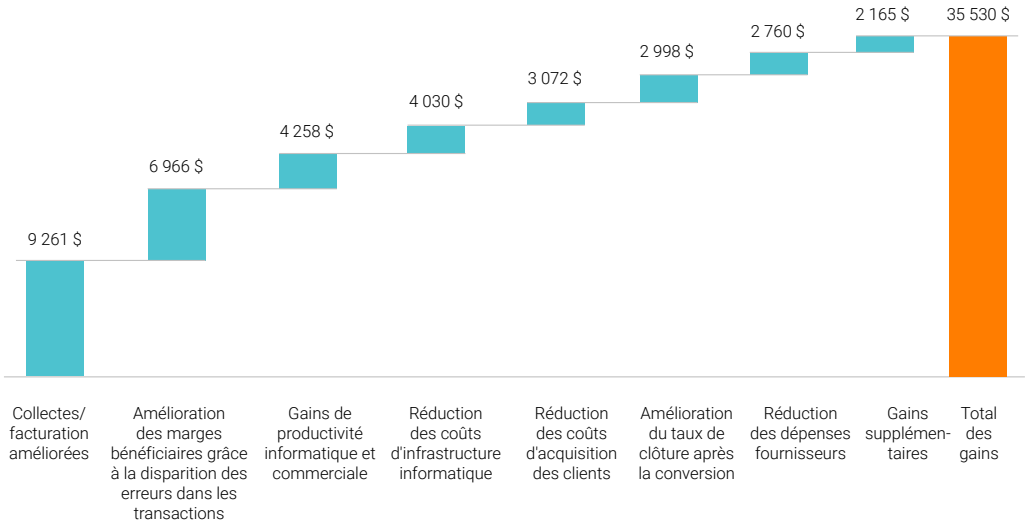


Figure 1. Fabrication industrielle : Résultats BVA – Avantages moyens pour le secteur de la fabrication (Source : Informatica Insights Series, The Value of Trusted Data in Industrial Manufacturing)

Les bénéfices calculés — qui, avec un rapport de synthèse, sont un élément livrable de l'évaluation de la valeur métier — peuvent servir à obtenir l'adhésion aux projets de données, justifier les investissements, mesurer les retours par rapport aux investissements et suivre la progression générale du projet.

Les valeurs et les bénéfices métiers varieront en fonction du secteur, de la maturité du secteur, de la taille de la société (chiffre d'affaires), du volume de données tiré des sources de données, de la chaîne logistique et du modèle de distribution. Le fabricant moyen (par assemblage ou transformation) de la Figure 1 génère des revenus annuels de 15 milliards de dollars.

L'entreprise moyenne de biens de consommation courante de la Figure 2 génère 5 milliards de dollars de recettes annuelles.

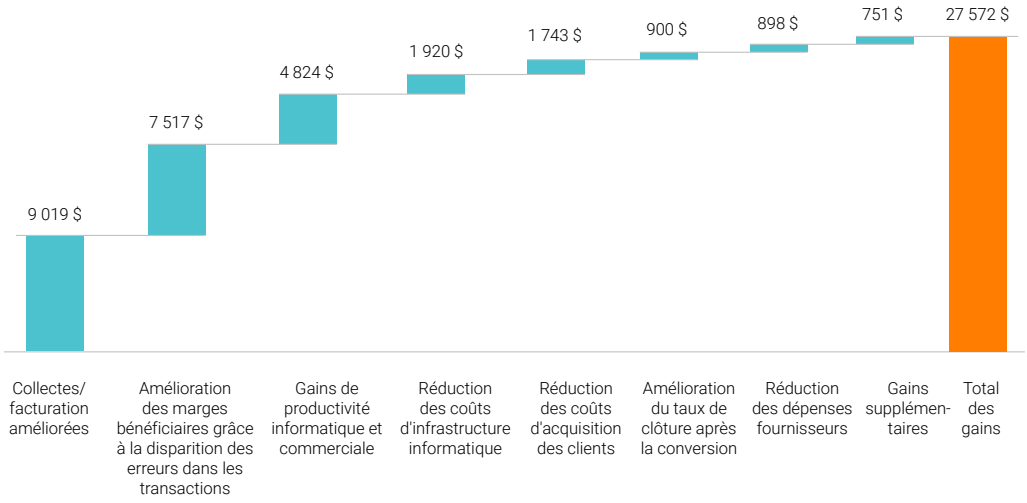


Figure 2. Biens de consommation courante : Résultats BVA – Avantages moyens pour le secteur des biens de consommation courante
(Source : Informatica Insights Series, The Value of Trusted Data in Consumer Packaged Goods)

Formule de disponibilité des ressources

Pour que les clients soient satisfaits et pour garantir des revenus réguliers, une mesure clé consisterait à veiller à ce que toutes les ressources fonctionnent correctement, avec des temps d'arrêt minimaux, par exemple, les distributeurs de billets pour les banques, les bornes pour les détaillants, les avions pour les compagnies aériennes ou la fabrication de matériels en usine pour répondre aux demandes des clients.

La Figure 3 illustre un exemple de formule permettant de calculer le nouveau bénéfice net à partir de la disponibilité accrue des ressources. Elle prend en compte diverses variables répertoriées ci-dessous.

$$T \times A \times N \times 100/365 \times B \times I \times R \times G = P$$

T = nombre total de ressources de production à l'étude

A = pourcentage moyen de ressources à l'état de non-production au cours d'une année donnée

(Remarque : diminution de la production au prorata. De plus, les temps d'arrêt doivent être dus aux données sur les ressources, pièces, emplacements ou profils associées à l'origine des demandes de travaux de maintenance non prévue.)

N = nombre de jours de non-production

B = réduction anticipée des temps d'arrêt basée sur l'évaluation d'un tiers (Aberdeen, IDC ou autre)

I = rapport d'amélioration de la qualité des données en pourcentage ; calculé par la formule O x U x D :

- **O =** indicateur de performance clé opérationnel d'un tiers (comme les expéditions OTIF accrues ou le pourcentage d'amélioration de la disponibilité de production)
- **U =** pourcentage de données devenues non fiables (incomplètes, dupliquées ou obsolètes, par exemple)
- **D =** probabilité en pourcentage que la qualité des données soit égale ou inférieure à la moyenne du secteur (remarque : consultez Aberdeen ou une autre recherche d'analyste)

R = moyenne annuelle du chiffre d'affaires en dollars par ressource à l'étude

G = marge brute en pourcentage

P = nouveau bénéfice net découlant de la disponibilité améliorée des ressources

Figure 3. Exemple de formule pour calculer le nouveau bénéfice net à partir de la disponibilité accrue des ressources

Pour réaliser votre étude de cas, vous allez fonder vos calculs sur des hypothèses, ce qui est normal. En cas de doute, utilisez des points de repère ou des objectifs cibles internes. Si vous n'en avez pas définis, commencez par utiliser des hypothèses conservatrices.

Si votre analyse se complique, Informatica peut vous aider à obtenir les chiffres dont vous avez besoin et à estimer différents retours sur investissement possibles (pessimistes et optimistes).

Exemples clients et enseignements

GE Aviation s'engage à trouver de nouvelles méthodes pour optimiser ses opérations et améliorer davantage ses performances pour en faire profiter l'ensemble du secteur aéronautique. L'un des outils les plus puissants à sa disposition sont les données qui traversent l'entreprise — des avions en vol aux centres de contrôle au sol et l'ensemble des opérations.

Le secteur du transport aérien offre des marges serrées, et de petites améliorations peuvent avoir d'énormes répercussions sur les profits. Qu'il s'agisse de réduire de quelques minutes les délais de rotation des vols ou d'optimiser les performances des engins et la consommation de kérosène, des améliorations accroissent l'expérience client et offrent des économies réelles.

Par exemple, une économie de kérosène de 1 % pourrait se traduire par des économies de 30 milliards de dollars pour le secteur sur 15 ans.

Défi

GE et son partenaire CFM possèdent 47 000 appareils en activité dans le monde. Ce qui représente beaucoup de ressources qui créent énormément de données. Et lorsqu'elles sont conçues pour tourner, cela rend la tâche de création d'une représentation complète des données encore plus ardue.

Les efforts de gestion des données de GE Aviation ont été compliqués par le volume élevé de ressources générant des données, les centaines d'applications par lesquelles les données transitaient par des clés de données historiques et la nécessité de recourir à une agrégation manuelle.

Dans ce contexte, GE Aviation a mis l'accent sur un certain nombre de fonctionnalités et d'initiatives clés :

- Optimiser la gestion des relations entre entités et des comparaisons et fusions (ressources, clients, contrats) entre systèmes disparates
- Améliorer l'efficacité de la prise de décision dans le but d'optimiser la liaison entre les données de performance des avions et le suivi des données tout au long du cycle de vie d'un avion
- Réduire le nombre total d'applications à 100 à l'horizon 2020

Solution

GE Aviation a entrepris de créer un système qui relie l'ensemble des données de référence relatives à toute la flotte en :

- Fournissant une vue unique des données dans les trois domaines clés : clients, contrats et ressources
- Standardisant les données et le flux en aval
- Alignant les données des anciens systèmes par le référencement croisé
- Saisissant des événements métiers qui ont un impact sur les relations des données
- Rationalisant tous les conflits potentiels

Liste de contrôle des données de référence

Les responsables de la gestion des données de référence au sein de GE Aviation ont révélé les leçons apprises au cours de cette transformation, ainsi que des conseils utiles pour quiconque souhaite s'engager dans la voie de l'adoption des données de référence :

- La valeur ne réside pas seulement dans la maîtrise des données en elles-mêmes (ce qui est important) — elle se situe au niveau de la relation entre ces entités.
- Trouvez un endroit où vous pouvez faire une vraie différence pour l'entreprise — mais restez réaliste. Regardez chaque service et quelles applications au sein de chaque service peuvent être optimisés et trouvez les responsables qui sont prêts à relever le défi.
- Travaillez sur le nettoyage des données. Les données constituent souvent le défi le plus difficile à relever quand ces projets commencent. Il est donc primordial d'examiner l'état de santé des données dans leur forme brute sur l'ensemble des systèmes. Commencer par le nettoyage des données facilite l'implémentation technique.
- Calquez-vous sur un projet planifié ou existant, par exemple une analyse informatique, un nouveau système ERP ou une initiative métier.
- Ne laissez pas la perspective du changement effrayer les décideurs. Un certain niveau de personnalisation est nécessaire pour pratiquement tous les programmes complexes de gestion des données. Il s'agit d'établir des règles sur un produit solide et non pas de le repenser intégralement. Dans la pratique, on parle plus de configuration que de personnalisation.
- Désignez les propriétaires et les responsables avant de commencer le projet de données de référence.

- Organisez la prise en charge dans tous les domaines informatiques. Ceci étant dit, le renforcement de la qualité des données ne doit pas être contrecarré par la multiplication des procédures et règles de prise en charge et de gouvernance des données. Allez à l'essentiel, prenez des décisions logiques et tenez compte du fait que les données de référence exigent une orientation stratégique. Une gouvernance rigide empêche de progresser.
- Entourez-vous d'experts en processus métiers, sans doute encore plus décisifs que les experts techniques. Vous pouvez apprendre aux personnes à se servir d'outils qui améliorent les données mais il faut aussi que ces personnes comprennent l'impact d'un changement.
- Parlez avec emphase ! Commencez toujours par les données et orientez le message sur la valeur, avant même que quiconque ne soit connecté aux nouveaux outils ou nouvelles pratiques que vous proposez d'utiliser pour faire le lien dans l'ensemble de l'entreprise.

GE a lancé Predix, sa plate-forme en tant que service (PaaS), pour connecter les machines, saisir les mesures et développer les logiciels d'analyse. Predix utilise des algorithmes pour établir des projections sur les performances à venir des machines. Ses projections peuvent éviter des pannes non planifiées et optimisent la maintenance, ce qui permet de réaliser d'importantes économies. Chez GE Aviation, les données de référence lient l'analyse machine aux données d'entreprise afin de fournir un profil des ressources, un historique de service des ressources et des données clients.

Préparez votre étude de cas

Vous devez rassembler toutes les informations requises dans l'étude de cas finale que vous présenterez aux parties prenantes. Voici un exemple de structure à adopter :

- **Rapport de synthèse** : soulignez les forces du marché qui poussent votre entreprise à planifier un projet de données de référence, résumez la valeur métier potentielle et définissez le projet que vous proposez pour aider à l'exploiter. N'oubliez pas que la synthèse porte sur les résultats de l'entreprise et non sur les données. Les données représentent le moyen d'atteindre le résultat et non la raison pour laquelle il doit être atteint. Concentrez-vous sur le « pourquoi » dans la synthèse.
- **Principales études de cas** : décrivez les processus métiers qui seront concernés par vos mesures, ainsi que les avantages concrets que vous escomptez. Privilégiez les résultats porteurs d'une valeur élevée, mais restez réaliste ; il importe surtout qu'ils soient mesurables afin de démontrer l'impact des données de référence.
- **Conclusions qualitatives et citations tirées de vos entretiens** : présentez les conclusions tirées des entretiens avec les parties prenantes, ainsi que d'autres preuves empiriques qui donneront à votre note de cadrage un caractère authentique.
- **Quantification de la valeur métier** : présentez des données qui illustrent la situation actuelle dans le domaine que vous avez choisi, puis la situation que vous prévoyez pour l'avenir. Évaluez la différence entre les deux de façon transparente et crédible, avant d'expliquer l'effet positif que vos projections auront sur la valeur métier.
- **Solution proposée** : en vous appuyant sur tout ce que vous avez appris et sur toutes les preuves réunies à l'appui de votre feuille de route vers des données de référence, exposez en détail votre proposition et sa capacité à concrétiser les promesses contenues dans votre rapport de synthèse. Et c'est là qu'interviennent les enseignements tirés par les sociétés telles que GE Aviation — reliez la solution que vous proposez aux éléments répertoriés dans votre liste de contrôle des données de référence. Il est également utile d'inclure le déroulé de votre projet, en présentant la valeur par rapport au coût (en fonction de la complexité des besoins et des risques y afférents).

- **Études d'analystes** : dans la mesure du possible, demandez l'avis d'organismes externes qui font autorité et qui pourront étayer votre thèse. Essayez de trouver des résultats de recherches déjà effectuées et, si votre budget vous le permet, envisagez de financer une nouvelle enquête dont les résultats resteront la propriété de votre entreprise.

Conclusion

Les étapes décrites dans le présent document vous aideront à mener à bien votre initiative de données de référence. Vous pourrez apporter la preuve des améliorations inhérentes à des données d'entreprise exactes, cohérentes et bien gérées. Et vous serez en mesure de convaincre les personnes appropriées au sein de votre entreprise qu'une utilisation efficace des données de référence ne peut qu'avoir des conséquences bénéfiques sur vos résultats commerciaux.
En cas de réticence, insistez sur le prix à payer si rien n'est entrepris. Sans données de référence, la Business Intelligence (BI) est compromise et aucune entreprise ne peut avoir totalement confiance dans ses prises de décision.

Les entreprises, tous secteurs d'activité confondus, ont reconnu le risque de ne rien faire et beaucoup ont déjà pris les premières mesures préconisées dans ce document. Avec l'aide d'une feuille de route qui indique votre progression — et le chemin qui reste à parcourir — vous pouvez remporter le soutien de la direction nécessaire au lancement de votre projet de données de référence. Celle-ci vous servira tout au long du projet et au-delà, en vous aidant à renforcer l'engagement des personnes appropriées et à viser un objectif commun : des données fiables qui favorisent votre transformation numérique orientée données.

Vous voulez en savoir plus sur la façon dont la gestion des données de référence peut vous aider à transformer vos données en informations métiers ? Cette brochure aborde les six façons dont le MDM peut aider votre entreprise et présente les principales fonctionnalités d'une solution de MDM de bout en bout.

Informatica

Siège mondial, 2100 Seaport Blvd., Redwood City, CA 94063, États-Unis Téléphone : +33 1 42 04 89 00 (France)
Numéro gratuit aux États-Unis : 1.800.653.3871
www.informatica.com/fr www.informatica.com linkedin.com/company/informatica twitter.com/InformaticaFr

IN09_0618_02633

© Copyright Informatica LLC 2018. Informatica et le logo Informatica sont des marques commerciales ou des marques déposées d'Informatica LLC aux États-Unis et dans d'autres pays. La liste des marques commerciales d'Informatica est disponible sur le Web, à l'adresse https://www.informatica.com/fr/trademarks.html. Les autres noms de sociétés et de produits sont la propriété de leurs détenteurs respectifs et peuvent avoir fait l'objet d'un dépôt de marque. Les informations contenues dans ce document sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. Elles sont fournies « telles quelles », sans aucune garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite.