

LE BIG ÉCHEC DU BIG DATA

Comment les entreprises luttent
pour avoir accès aux informations
dont elles ont besoin.



D'excellentes idées, des gens inspirés et des sociétés exceptionnelles peuvent connaître des succès ou au contraire des échecs pour toutes sortes de raisons. Savoir naviguer au milieu de ces dangers est la tâche la plus compliquée qui soit pour les dirigeants d'entreprise actuels.

Il est essentiel pour chaque entreprise de disposer des bonnes personnes, mais également des bons processus afin de répondre aux différents besoins liés à la réglementation, à l'économie, à la culture et la structure de la société.

Par ailleurs, la technologie innovante afin de les informations qui permettront de tirer avantage des opportunités et de garder une longueur d'avance sur la concurrence est indispensable. Mais il n'est pas forcément facile de l'identifier, de la déployer et de l'utiliser.

Dans ce document, nous allons nous intéresser à quelques problématiques que rencontrent actuellement des entreprises en Allemagne, au Royaume-Uni et en France et vous proposer des mesures que n'importe quelle entreprise peut prendre pour se structurer en vue de saisir des opportunités et accélérer sa croissance.



JAMES PETTER

Vice Président EMEA de
Pure Storage

ETUDE PURE STORAGE INFORMATIONS COMMERCIALES : LE COÛT D'UNE OPPORTUNITÉ MANQUÉE

La plupart des données que les sociétés recueillent actuellement n'ont aucune valeur. Sans les bonnes personnes, les bons processus et la bonne technologie associés au bon moment, c'est tout simplement des bits et des octets inutiles qui stagnent sur des bandes et des disques durs et qui n'ont aucune utilité.

Comme George Dyson l'a expliqué, les Big Data, « ...c'est ce qui se produit lorsque le coût de conservation des informations est inférieur au coût de leur destruction. »

Le problème c'est que, une fois extraites, la plupart des sociétés ne disposent pas de la bonne structure pour pouvoir les utiliser. Il n'est donc pas étonnant que le Big Data soit un terme empreint de scepticisme voire de cynisme.

Cependant, même si nous commençons à observer les avantages d'importants projets autour du Big Data au sein des grandes entreprises ; le coût élevé et la complexité de la mise en œuvre de ces projets ont freiné la diffusion de ces technologies plus large. Et, alors que de plus en plus de fonctions analytiques efficaces deviennent courantes, l'écart va se creuser entre ceux qui ont les moyens de les exploiter et ceux qui ne les ont pas.

Si le Big Data est parfois considéré comme la réponse à de nombreux problèmes rencontrés par les organisations, il ne faut pas croire que cela soit une panacée. Il existe de nombreux autres problèmes : du manque de capital, à la réglementation excessive, sans oublier la pénurie d'employés qualifiés. Le manque de données opportunes constitue un problème, mais comment s'intègre-t-il dans le contexte plus vaste ?

Nous avons demandé à des entreprises au Royaume-Uni, en France et en Allemagne ce qui, selon elles, représentait des entraves ; les freins et les complications qui les empêchaient d'afficher des performances optimales.

Nous avons constaté que plus de la moitié des entreprises avait manqué une opportunité qu'elles n'avaient pas vu venir en raison d'un manque d'informations précises au moment où elles en avaient vraiment besoin. Près d'un tiers (31 %) a affirmé que cela se produisait plusieurs fois par an et 19 % – soit près d'un cinquième – a confié que cela arrivait plusieurs fois par semaine. Pour les entreprises, cela représente des millions de pertes de revenus.



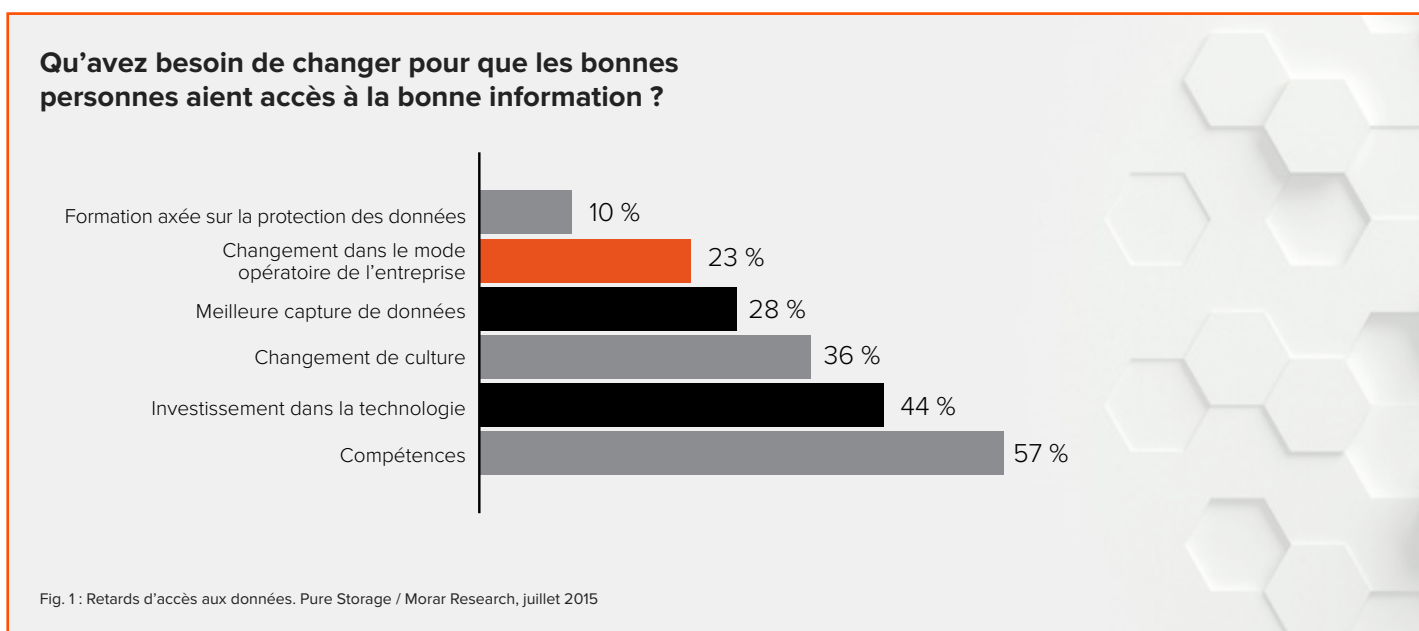
24 % des entreprises gagnant plus de 1,5 milliard d'euros par an perdent de deux à cinq jours par an. Avec des revenus s'élevant approximativement à 6 millions d'euros par jour, un tel retard dans l'obtention des informations commerciales peut engendrer une perte équivalant à 30 millions d'euros.



33 % des entreprises gagnant entre 150 millions d'euros et 750 millions d'euros par an perdent jusqu'à deux jours par an. Avec des revenus s'élevant approximativement à 1,5 milliard d'euros par jour, un tel retard dans l'obtention des informations commerciales peut engendrer une perte équivalant à 3 millions d'euros.

Toutefois, le problème ne peut pas être résolu uniquement en mettant en place la bonne technologie IT, c'est bien plus compliqué que cela.

Toutes sortes de freins empêchent les entreprises de profiter d'une utilisation optimale de leurs ressources, y compris la réactivité de leur main-d'œuvre, la nature de leurs activités, leur culture interne, leurs attitudes et politiques, les exigences réglementaires... Il peut s'avérer difficile de comprendre quelle est la meilleure façon de procéder et il n'existe pas de solution rapide et universelle.



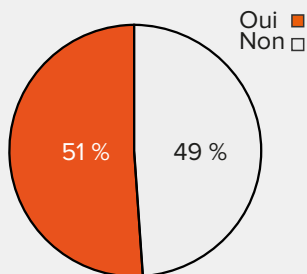
Dans ce document, nous allons nous intéresser aux problèmes que rencontrent les sociétés et analyser le rôle des informations commerciales opportunes pour les résoudre. Il existe trois facteurs clés pour résoudre les problèmes identifiés par notre recherche : les personnes, les processus et la technologie. Parmi ceux-ci, les deux premiers sont prioritaires et s'ils sont bien utilisés, cela représentera un premier pas en direction de la transformation de l'entreprise.

LORSQUE LES INFORMATIONS IMPORTANTES SONT RETARDÉES

Perte à cause du manque d'informations

La moitié des personnes interrogées ont indiqué qu'elles avaient manqué une opportunité commerciale en raison du manqué d'informations nécessaires. Cette situation survient plusieurs fois dans l'année pour 31 % des organisations et au mois une fois par semaine pour un autre tiers des entreprises.

Votre entreprise a-t-elle déjà manqué une opportunité que vous n'aviez pas vu venir car vous ne disposiez pas de suffisamment d'informations ?



Si oui, en moyenne, à quelle fréquence cela arrive-t-il à votre entreprise ?

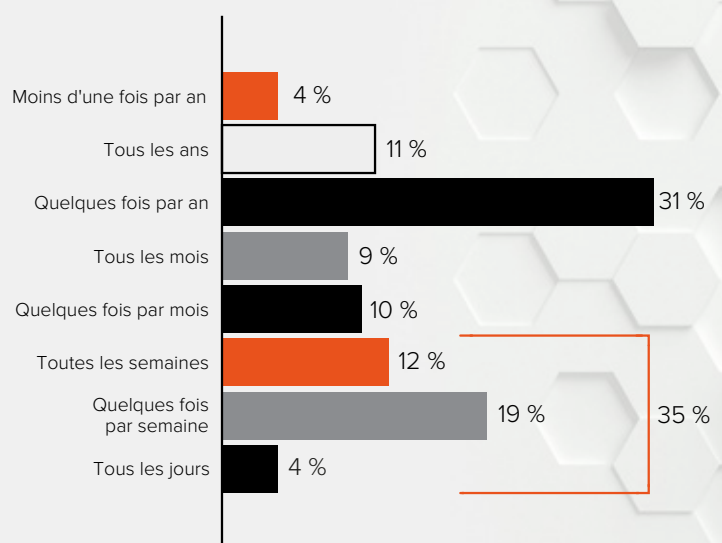
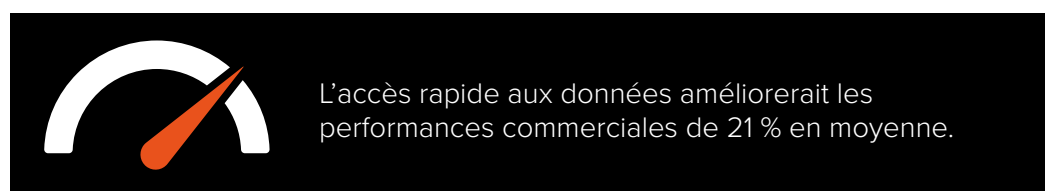


Fig. 2 : Perte à cause du manque d'informations. Pure Storage / Morar Research, juillet 2015

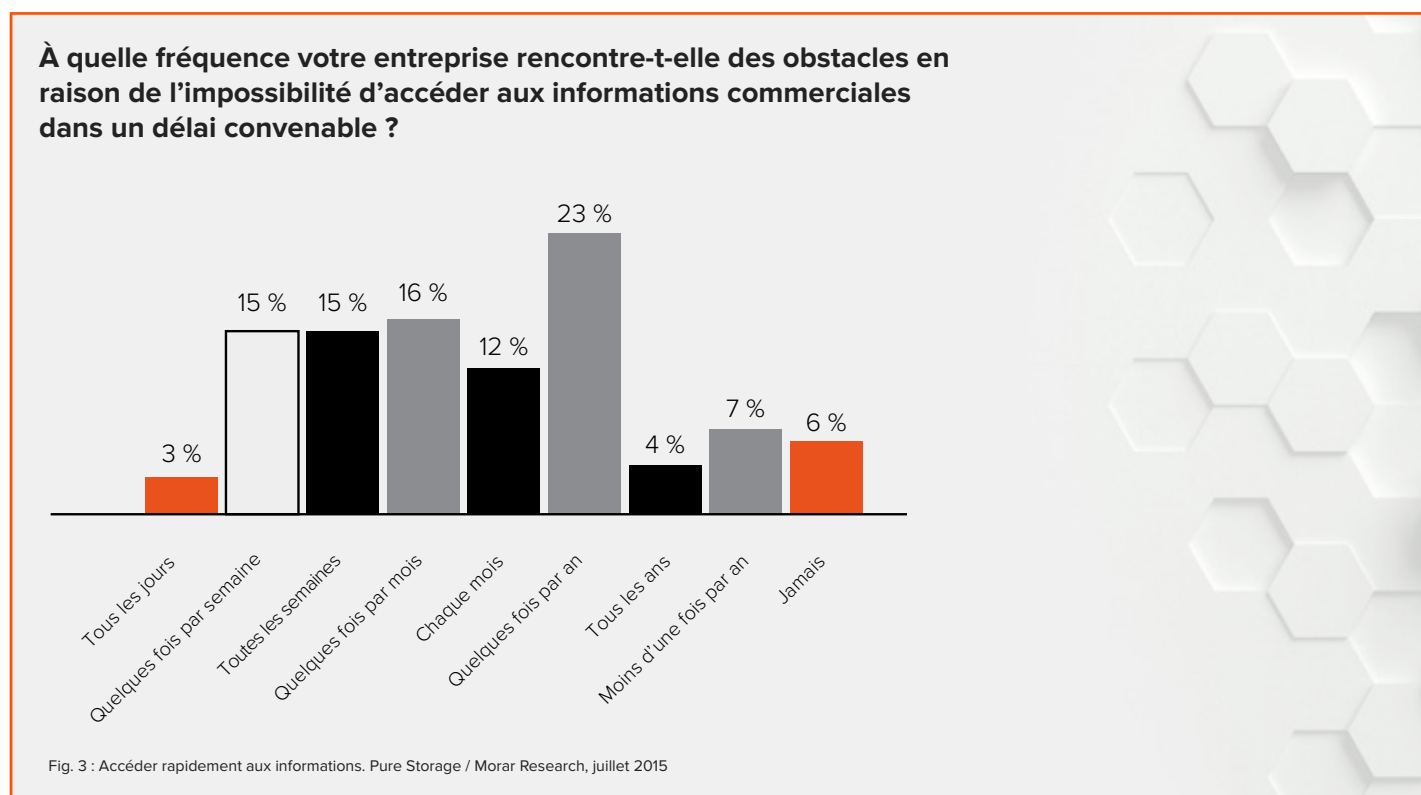
Lorsque nous comparons cela aux avantages attribués à des informations commerciales importantes, la situation est plus évidente et commence à suggérer une opportunité significative pour les sociétés qui peuvent accéder aux données rapidement : en règle générale, les personnes interrogées pensent que les performances de leurs sociétés pourraient être améliorées de manière impressionnante, jusqu'à 21 %.

Accéder rapidement aux informations

78 % des entreprises pensent qu'elles pourraient améliorer leurs performances commerciales de 21 % si elles pouvaient accéder rapidement aux informations; seulement 6 % des entreprises ont accès aux informations dans un délai convenable.



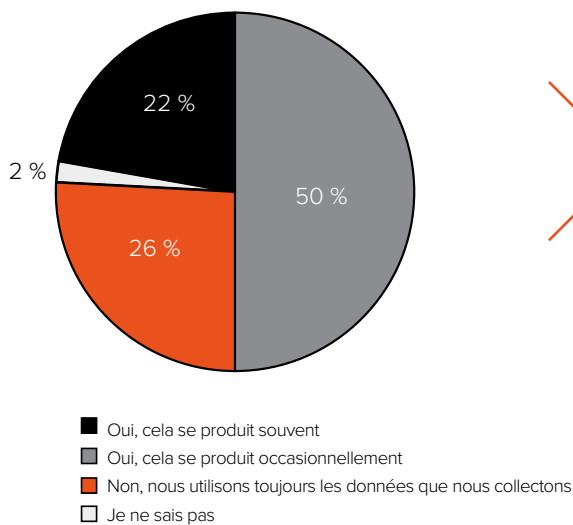
Les personnes interrogées ont indiqué que leur entreprise rencontrait des obstacles dûs au manque de données opportunes plusieurs fois par an (23 %), certaines ont même répondu plusieurs fois par mois (16 %) et par semaine (15 %).



Des données inutilisées

72 % des organisations indiquent avoir collecté des données qui n'ont pas été utilisées par la suite. Les raisons principales évoquées sont le temps qu'il faut pour traiter les données (raison évoquée surtout au Royaume-Uni, dans 70 % des cas) et le manque de compétences internes (46 %).

Avez-vous déjà collecté des données (par exemple informations financières, statistiques RH, informations sur les clients, etc.) que vous n'avez pas utilisées ?



Pourquoi ne les traitez-vous pas intégralement ?

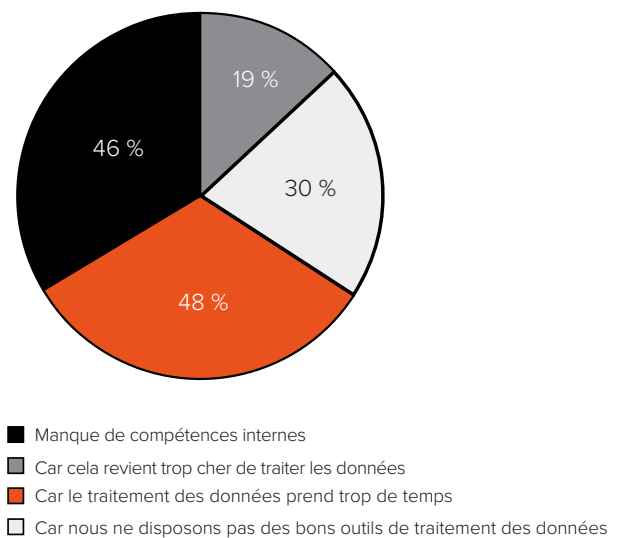


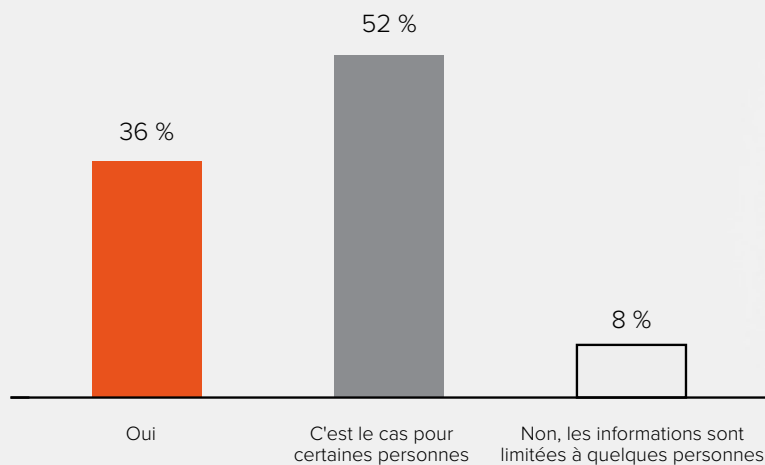
Fig. 4: Des données inutilisées. Pure Storage / Morar Research, juillet 2015

Les attitudes envers l'utilisation de telles données varient en fonction des trois pays analysés : les entreprises du Royaume-Uni sont les plus susceptibles de traiter les informations dont elles ont besoin pour prendre des décisions. Un cinquième des entreprises sont considérées comme étant trop cloisonnées pour en profiter, mais plus des deux cinquièmes des personnes interrogées ont déclaré qu'elles ne pensaient pas que le fait de donner l'accès à tout le personnel de l'organisation serait utile. Plus d'un quart a cité le manque de capacités technologiques comme facteur.

Accès aux informations

Les organisations du Royaume-Uni sont les plus susceptibles de posséder les informations nécessaires pour prendre la bonne décision. En moyenne, 8 % des employés des organisations n'ont pas accès aux informations dont ils ont besoin. Les principales raisons sont les doutes concernant l'utilisation et la valeur des données (58 % et 67 % pour l'Allemagne et le Royaume-Uni, respectivement), le manque de compétences technologiques (27 %) et le fait que l'entreprise est compartimentée (33 % Royaume-Uni et 27 % France).

Est-ce que tout le monde au sein de la société dispose d'un accès aux informations dont ils ont besoin pour prendre les bonnes décisions ?



Si ce n'est pas le cas, pourquoi ?

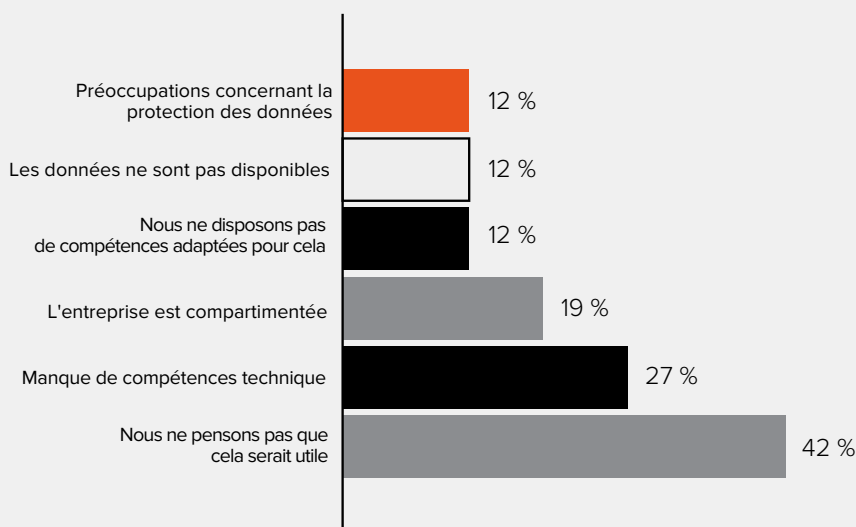


Fig. 5: Accès aux informations. Pure Storage / Morar Research, juillet 2015

Pertes annuelles en raison des retards d'informations commerciales

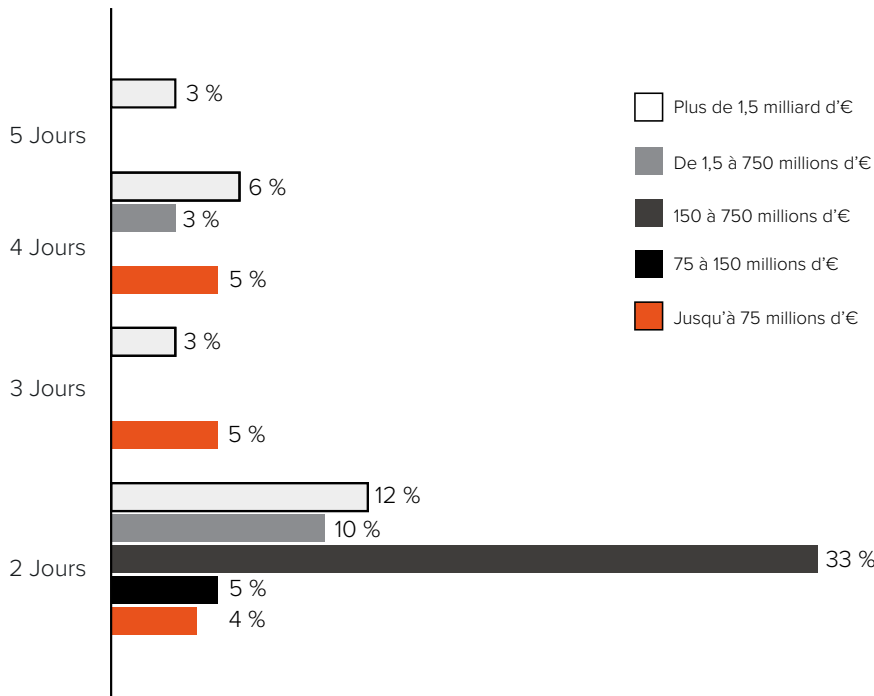


Fig. 6: Pertes annuelles en raison des retards d'informations commerciales. Pure Storage / Morar Research, juillet 2015

La bonne information au bon moment présente des avantages énormes : des meilleures stratégies, des employés plus productifs et plus heureux et davantage de ventes sont les résultats anticipés, même si le chemin pour y parvenir est semé d'embûches.

L'importance de disposer des bonnes informations

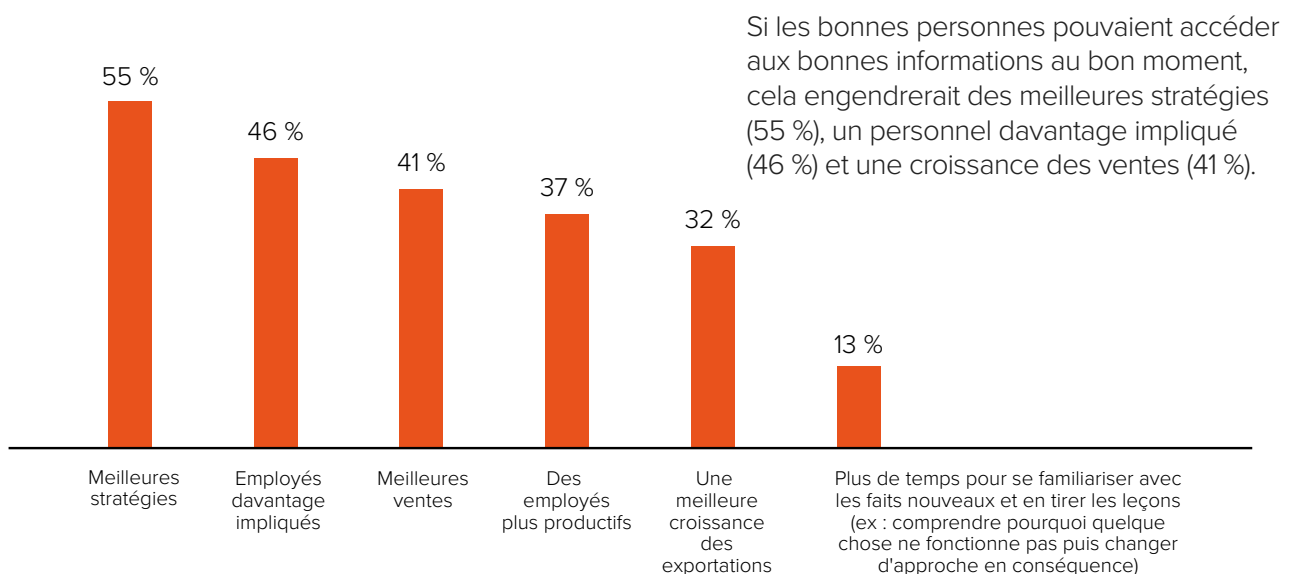


Fig. 7: Pertes annuelles en raison des retards d'informations commerciales. Pure Storage / Morar Research, juillet 2015

CONCLUSION

Les entreprises ne souffrent pas de freins uniques et identiques. La réalité est souvent nuancée et confuse. Pour un grand nombre, le manque d'informations utilisables est la clé. Ce sont ces informations qui permettent souvent de concevoir des stratégies à long terme ainsi que les approches à court terme concernant les opportunités et les problèmes.

Cependant, l'identification des étapes suivantes et la compréhension de l'environnement dans lequel l'entreprise opère, sont tout aussi importantes. Il n'y a pas de solution unique aux problèmes des entreprises dans les pays que nous avons étudiés. L'adaptabilité et l'association des bonnes informations avec la capacité de les interpréter et d'agir semblent constituer une approche concluante.

Les données en elles-mêmes ne valent rien, la manière dont vos employés recueillent, traitent et utilisent les informations associées aux données doit également être abordée. La réorganisation de l'entreprise autour d'un accès rapide aux informations et permettre aux employés de les utiliser à bon escient engendrera non seulement des opportunités mais permettra également de résoudre les problèmes de qualité et de moral des employés que de nombreuses entreprises affirment subir.

Il est évident que la construction d'une entreprise forte dépend de plus en plus d'informations solides, fournies de manière opportune aux bonnes personnes, qu'il s'agisse du personnel en contact avec la clientèle ou du PDG, pour faire une différence concrète.

Méthodologie

L'enquête a été réalisée auprès de 308 décideurs informatiques au Royaume-Uni, en France et en Allemagne. Les entretiens ont été conduits en ligne par Morar en juillet 2015 suite à une invitation par e-mail et à un questionnaire en ligne par l'intermédiaire de notre panel Crowdology™.

Les résultats de tous les échantillons sont sujets aux variations d'échantillonnage. L'ampleur de la variation est mesurable et est affectée par le nombre d'entretiens et le niveau des pourcentages exprimant les résultats. Dans cette étude en particulier, les chances sont de 95 sur 100 qu'un résultat ne varie pas, plus ou moins, de plus de 5,6 points de pourcentage par rapport au résultat qui serait obtenu si les entretiens avaient été conduits auprès de toutes les personnes au monde représentées par l'échantillon.

L'échantillon a été sélectionné parmi les panels de notre partenaire Crowdology™ & Crowdology™. Crowdology™ est un panel en ligne appartenant à Morar et exploité par la société. Le panel Crowdology™ est réparti entre des facteurs régionaux, d'âge et de sexe, et représente la population britannique sur le plan national. Chaque personne interrogée répond à 120 questions de profil avant d'être acceptée dans notre panel. Une gestion de la qualité du panel est fréquemment appliquée afin de garantir la fiabilité des enquêtes.

Bien que Morar soit spécialisé dans les services rendus aux sociétés de communication et marketing (le panel électoral de Crowdology™, par exemple), l'entreprise présente une longue histoire de mise en œuvre de projets de recherche complets dans divers secteurs. Morar est un expert des groupes de discussions, des entretiens en face-à-face, des entretiens téléphoniques, de la recherche en ligne, de la recherche documentaire et de la modélisation statistique, pour ne mentionner que quelques techniques.

<http://www.crowdology.co.uk/>

<http://www.morarconsulting.com/>

À PROPOS DE PURE STORAGE

Pure Storage (NYSE:PSTG) transforme les entreprises de façon jusqu'alors inimaginable. Sa technologie révolutionnaire de stockage flash géré par logiciel qui, allié à un modèle commercial favorable au client, facilite la transformation des entreprises et des services informatiques des clients par une augmentation remarquable, à moindre coût, des performances et de l'efficacité. La baie FlashArray//m de Pure Storage est plus simple, plus rapide et plus élégante que n'importe quelle autre technologie du data center. Cette baie FlashArray//m est parfaitement adaptée au traitement du Big Data et à des charges de travail exigeant des performances élevées (cloud computing, systèmes de base de données, virtualisation de postes de travail, analyse en temps réel et virtualisation de serveur). Avec un score NPS (ou Net Promoter Score qui mesure la satisfaction du client et la propension de ce dernier à recommander sociétés, produits ou services) de 79 pour Pure (l'un des meilleurs du secteur), les clients Pure comptent parmi les plus satisfaits au monde. Ses clients sont des grandes et moyennes entreprises de tous secteurs. Avec Pure Storage, les entreprises repoussent les limites du possible pour gagner en rapidité, en intelligence et en capacité d'innovation.

Contact presse :

12-14 Rond-Point des Champs-Élysées
75008 Paris
France

T: +33 1 53 53 14 99
france@purestorage.com
www.purestorage.com