

my
report

LIVRE BLANC

Établir
une culture
de la donnée
collective dans
son entreprise.



myreport.fr

Sommaire.

PARTIE 1

Que veut dire "culture de la donnée" ? 4

PARTIE 2

Quels sont les bénéfices à développer une culture de la donnée ? 5

PARTIE 3

Dans quels contextes l'entreprise peut-elle travailler avec la donnée ? 7

PARTIE 4

Quels sont les points de vigilance lorsque l'on travaille avec la donnée ? 8

PARTIE 5

Qu'est-ce que le data quality management ? 10

PARTIE 6

Comment mettre en place une culture de la donnée dans l'entreprise ? 11

PARTIE 7

L'utilisation de la donnée par le Groupe Angelotti, aménageur lotisseur 15

Établir une culture de la donnée collective dans son entreprise.

Les entreprises produisent de la donnée au quotidien, et ce depuis la nuit des temps. Seulement elle n'est considérée comme un levier de performance exploitable que depuis la forte digitalisation des organisations. Impulsée par la transformation numérique, la data s'est convertie en un levier de croissance, ou de survie, indéniable. C'est ainsi que depuis quelques années, les plateformes de gestion de données commencent à être perçues comme un réel apport stratégique.

La culture de la donnée en entreprise est aujourd'hui devenue incontournable. Les enseignements qu'elle fournit permettent aux entreprises de relever à la fois des défis de performance et de cohésion. Cependant, si puissante soit-elle, la data peine à s'installer avec efficacité au sein des organisations. Pourquoi subsiste-t-il autant de résistance à incorporer la donnée au cœur des pratiques ?

Premièrement, parce que la donnée continue d'intimider, du fait d'une image très technique des métiers qui y touchent. Deuxièmement, les scandales très médiatisés d'exploitation de la donnée des clients ou des utilisateurs lui confèrent une mauvaise réputation. Troisièmement, parce qu'elle demande un investissement considérable à tous les services impliqués dans la mise en place de processus pour la collecter, la traiter et la fluidifier. Quatrièmement, une formation ponctuelle ne suffit pas à faire monter à bord les salariés, c'est plutôt une pratique quotidienne de la donnée qui aide à intégrer la logique qui l'accompagne.

Enfin, elle demande un engagement de la part de l'ensemble de l'entreprise, aussi bien de la part des dirigeants que des collaborateurs sur le terrain.

Si l'intervention d'experts est cruciale dans ce processus, développer une culture de la donnée dans son entreprise permet d'embarquer l'ensemble des salariés dans ces efforts. La bonne compréhension et participation de ces derniers est critique à la bonne collecte de données, à la sécurisation de son stockage et à son traitement efficace. La data peut se transformer en un redoutable outil de projection stratégique, mais encore faut-il disposer d'informations fiables et pertinentes.

Pourquoi est-ce si difficile de mettre en place une culture de la donnée ?

Comment surmonter les divers obstacles qui se dressent ?

Nous explorons les différentes facettes et pratiques de mise en place efficaces dans tous types d'entreprises.

PARTIE 1

Que veut dire « culture de la donnée » ?

Alors qu'il est logique de prendre des décisions basées sur des expériences passées ou la tendance actuelle, les décideurs peuvent aussi anticiper l'avenir à l'aide d'informations pertinentes et précises. Plus forte que l'intuition, la data confirme un pressentiment, rassure sur une tendance ou souligne des signaux faibles inexploités. Une vision orientée par la donnée implique de changer la logique décisionnaire des entreprises pour les rendre plus compétitives et agiles. Cultiver une appétence pour la donnée permet d'avoir une vision à la fois panoramique et granulaire de l'activité de l'entreprise, pas juste de sa performance, mais aussi des efforts fournis par les différents intervenants. En somme, la culture de la donnée s'adosse à la gouvernance de l'entreprise sur fond de transformation digitale. À un moment décisif dans l'histoire de l'entreprise ou lors d'une intuition sur un projet, le réflexe d'une culture de la donnée pleinement adoptée est de se demander : « oui mais que dit la donnée ? »

Quelle importance a la culture de la donnée ?

L'orientation par la data s'articule autour des raisons pour lesquelles l'entreprise les récolte pour répondre à des objectifs stratégiques. La donnée aide à envisager des solutions aux enjeux décisionnels de l'entreprise de manière quantifiée et qualifiée.

À l'opposée d'une prise de décision basée sur des fonctionnements habituels « on a toujours fait comme ça » ou sur l'intuition d'un décideur, elle impose une vision logique et rationnelle de l'activité de l'entreprise.

Explicite et favorable à une croissance mesurable, elle a donc toute sa place au cœur de tout type d'activité pour assurer l'efficacité des opérations, la pertinence de la stratégie et globalement la longévité de l'organisation dans le temps.

Qui concerne la culture de la donnée ?

Parce que la donnée traverse toutes les couches de l'entreprise, du terrain vers les décideurs, c'est aussi à l'ensemble des collaborateurs de veiller aux bonnes pratiques qui contribuent à conserver son intégrité, sa précision et sa pertinence. L'excellence opérationnelle et la performance optimale sont ancrées dans une culture de la donnée assimilée et appliquée par tous.

Ce qui est certain, c'est que le bon usage de la data nécessite d'affiner ses objectifs et de l'intégrer à la gouvernance de l'entreprise. S'inscrivant dans le temps et en profondeur, elle mérite une attention particulière. Pourquoi donc fournir ces efforts ?



La donnée aide à envisager des solutions aux enjeux décisionnels de l'entreprise de manière quantifiée et qualifiée.

PARTIE 2

Quels sont les bénéfices à développer une culture de la donnée ?

La donnée n'est pas qu'une question de chiffres, mais plutôt de prise de décision. Son utilisation vise à optimiser le fonctionnement et la performance de l'entreprise, touchant aux processus organisationnels, aux équipes et aux lieux où s'effectue le travail. Instaurer une culture de la donnée efficace assure que l'ensemble de l'entreprise en comprend son sens et s'attèle à de bonnes pratiques. Ainsi, la data dépasse les couches organisationnelles et demande la coopération de toutes les parties prenantes. Les objectifs stratégiques convergent et la récolte de la donnée s'articule autour d'un effort collectif à trouver des réponses. Sous l'impulsion d'un enjeu commun, la data offre des avantages à toutes les parties prenantes de l'entreprise.

Libérer l'information par le décloisonnement des métiers

Malgré l'arrivée des modes de travail collaboratifs, nombre d'entreprises continuent de fonctionner selon une structure traditionnelle par silos. Un changement doit s'opérer car la transmission fluide des informations au travers de l'organisation est primordiale au bon fonctionnement d'un projet autour de la data. Nous le savons, une communication ouverte est favorable à l'innovation et à la résolution de problèmes de manière plus créative.

Une culture de la donnée bien installée au sein de l'entreprise dénoue le dialogue en favorisant la transparence entre les diverses parties prenantes. En effet, avec des informations vérifiées et cohérentes à leur disposition, les collaborateurs peuvent se concentrer sur le cœur de leurs missions et travailler ensemble de concert.

Donner une vision plus granulaire des enjeux

Quand elle est récoltée de manière cohérente, précise et pertinente, la donnée permet de révéler des tendances de fond et des signaux faibles passés inaperçus. Parce qu'elle propose une vision chiffrée et concise, la data pose un regard approfondi et neutre sur le fonctionnement de l'entreprise. Au-delà des généralités et des intuitions, cette vision de l'activité et de ses enjeux favorise des décisions réalistes aujourd'hui et demain.

Encourager à l'esprit critique

Au lieu de se baser sur un pressentiment, une tendance, le positionnement d'un concurrent ou une décision prise par le passé, la donnée permet de se projeter dans l'avenir en se basant sur un état des lieux objectif. Aussi, l'esprit critique entre en jeu pour détailler la performance de l'activité et dessiner son évolution par des conjectures fondées.

Améliorer le quotidien des collaborateurs

Par une image plus précise et complète, on peut identifier les améliorations qui permettraient aux collaborateurs de mieux travailler. La culture de la donnée encourage les collaborateurs à optimiser leurs processus et à mieux s'organiser au quotidien. Ainsi, ils gagnent en efficacité opérationnelle, en clarté dans leurs missions et bien entendu, ils aménagent mieux leur temps de travail. La clarté d'informations amenée par la culture de la donnée contribue à la revalorisation des tâches et aide chacun à faire un travail de qualité.

Le gain de temps

La culture de la donnée met en lien des informations auparavant disparates. Cette correspondance des informations facilite une vision cohérente, en particulier quand l'entreprise comporte plusieurs champs d'action. Les fonctions d'automatisation de certaines tâches soutiennent une répartition du travail plus efficace et qualitative.

Car le temps gagné permet de reporter l'énergie sur l'analyse et donc une création de valeur plus réfléchie dans le développement de l'activité de l'entreprise.

Pérenniser les décisions

En somme, l'analyse des données de l'entreprise va permettre de définir de nouvelles stratégies de travail et de mieux répartir les ressources, qu'elles soient financières ou humaines. Un reporting va refléter la réalité du terrain et de l'activité, un atout de taille dans un monde VUCA (volatile, incertain, complexe et ambigu). En somme, la culture de la donnée et ses résultats profitent à l'ensemble de l'entreprise : autant au comité exécutif dans la prise de grandes décisions stratégiques qu'aux équipes sur le terrain qui effectuent des ajustements au jour le jour.



PARTIE 3

Dans quels contextes l'entreprise peut-elle travailler avec la donnée ?

Si l'ensemble de l'entreprise peut en bénéficier, nous distinguons plusieurs paliers d'appropriation de la donnée. La majorité des entreprises qui instaurent une culture de la donnée l'appliquent en priorité à la gestion financière de l'organisation.

Il se peut que l'idée reçue d'un traitement de la donnée composé uniquement de chiffres oriente le choix de confier le projet au département finance. Par le chiffrage de l'activité, les données affichent une vision financière claire. La personne occupant le poste de DAF (Directeur administratif et financier) pilote cette mission et en tire des bénéfices quasi immédiats contribuant à un meilleur pilotage de la performance financière de son entreprise.

Sans la Direction des systèmes d'information (DSI), la culture de la donnée se cantonne à une application superficielle. Le rôle de la DSI consiste à rendre la donnée accessible, à la faire parler en quelque sorte, pour mieux accompagner les métiers qui peuvent en tirer parti. Puisqu'il peut s'agir de sujets confidentiels à l'entreprise, il est judicieux de conduire ce travail en interne. Si ouvrir un poste de data analyst n'est pas encore d'actualité, des outils de traitement de la donnée peuvent aider la personne responsable de ce projet à corroborer toutes les données, en tirer du sens et les présenter de manière claire et accessible au reste de l'organisation.

Ensuite vient le département des ressources humaines, car l'activité RH nécessite souvent d'être chiffrée afin de mener à bien ses missions stratégiques. La donnée devient alors un outil de valorisation des actions menées par les divers intervenants sous la houlette de la Direction des ressources humaines (DRH).

L'idéal pour que la culture de la donnée ait un impact global et transformateur sur l'entreprise est que la direction soit pleinement investie dans le projet. Car au bout du compte, la donnée va jusqu'à changer les processus de prise de décision et donc impacter la gouvernance de l'entreprise. Soutenue par les décideurs, la culture de la donnée a plus de chances d'être transmise et assimilée par les collaborateurs. Puisque le quotidien repose sur la collecte et le traitement des données, une approche top-down n'est pas suffisante. Les collaborateurs jouent un rôle crucial et peuvent eux-mêmes s'en emparer dans une logique d'orientation par la donnée. Quand les reportings font partie des réunions, alors tous peuvent discuter sur la base de problématiques et de solutions fondées.



Le rôle de la DSI consiste à rendre la donnée accessible, à la faire parler en quelque sorte, pour mieux accompagner les métiers.

PARTIE 4

Quels sont les points de vigilance lorsque l'on travaille avec la donnée ?

Selon l'Enquête [Big Data - AI 2020](#), moins d'un quart des entreprises interrogées ont réussi à construire une culture de la donnée et créer une organisation orientée sur la donnée. En effet, la technologie, malgré l'investissement qu'elle requiert, est moins un problème que sa mise en exercice. De fait, 90% des collaborateurs interrogés attribuent les difficultés rencontrées aux personnes, aux processus et à la culture. Seulement 8% trouvent que ce sont les limites technologiques qui empêchent la transition. Puisque la culture de la donnée impacte la globalité de l'entreprise, elle requiert une attention particulière portée à la façon dont elle est exposée, mise en place et maintenue auprès des collaborateurs.

Quand l'humain présente un risque

La maxime bien connue s'applique parfaitement aux freins au déploiement d'une culture de la donnée : « L'erreur se trouve entre la chaise et la machine ». En effet, la manipulation par des collaborateurs inattentifs ou peu minutieux est le talon d'Achille de la qualité de la donnée. De la saisie manuelle de données à la confidentialité, l'erreur est trop souvent humaine.

Parer au manque de compréhension des enjeux de la donnée peut réduire ces incidences. Il est question de faire prendre conscience du niveau de responsabilité des collaborateurs qui la recueillent, la traitent et la présentent.

L'Enquête Big Data - AI 2020 note que moins de la moitié des entreprises analysées ont réussi à atteindre les critères suivants :

- Orienter l'innovation avec la data
- Rester concurrentiel sur la donnée et son analyse
- Gérer les données comme une valeur commerciale
- Asseoir une culture de la donnée
- Créer une organisation orientée sur la donnée

On touche là au cœur de la raison pour laquelle la culture de la data peine à s'installer. Une vision court-termiste de la part des dirigeants et une méconnaissance des concepts d'utilisations de la donnée par les collaborateurs. Et comme les mentalités changent lentement, rien ne peut se faire sans un engagement sur le long terme de la part d'une entreprise persévérante.

La numérisation des processus n'est pas suffisante

La crise sanitaire a entraîné un effort de numérisation des processus dans les entreprises. Cependant, elle présente également des obstacles à l'essor de la culture de la donnée.

D'après le baromètre Big Data and AI 2021, presque 10% des interrogés ont déclaré que leur employeur dépensera moins en données et IA à cause de la Covid-19. En revanche, près d'un tiers ont noté que leur entreprise augmentera son investissement. Pourquoi ces contradictions ? Parce que le changement culturel avance à une vitesse réduite et se retrouve souvent à la traîne de l'innovation.

Comprendre pour mieux recueillir

Il faut à tout prix que les collaborateurs comprennent ce qu'est une donnée. Car elle est multiforme et ne s'exprime pas toujours en chiffres. Elle peut prendre la forme d'observations, en commentaires ou même par un dialogue. Les entreprises doivent apprendre à définir la donnée autrement, à en élargir la définition pour qu'elle parle davantage aux collaborateurs. Ainsi, ils peuvent eux-mêmes se rendre compte de la valeur et de la pertinence, ou non, d'une donnée. En comprenant mieux le concept de donnée, ils peuvent alors participer à sa capture de manière plus efficace.

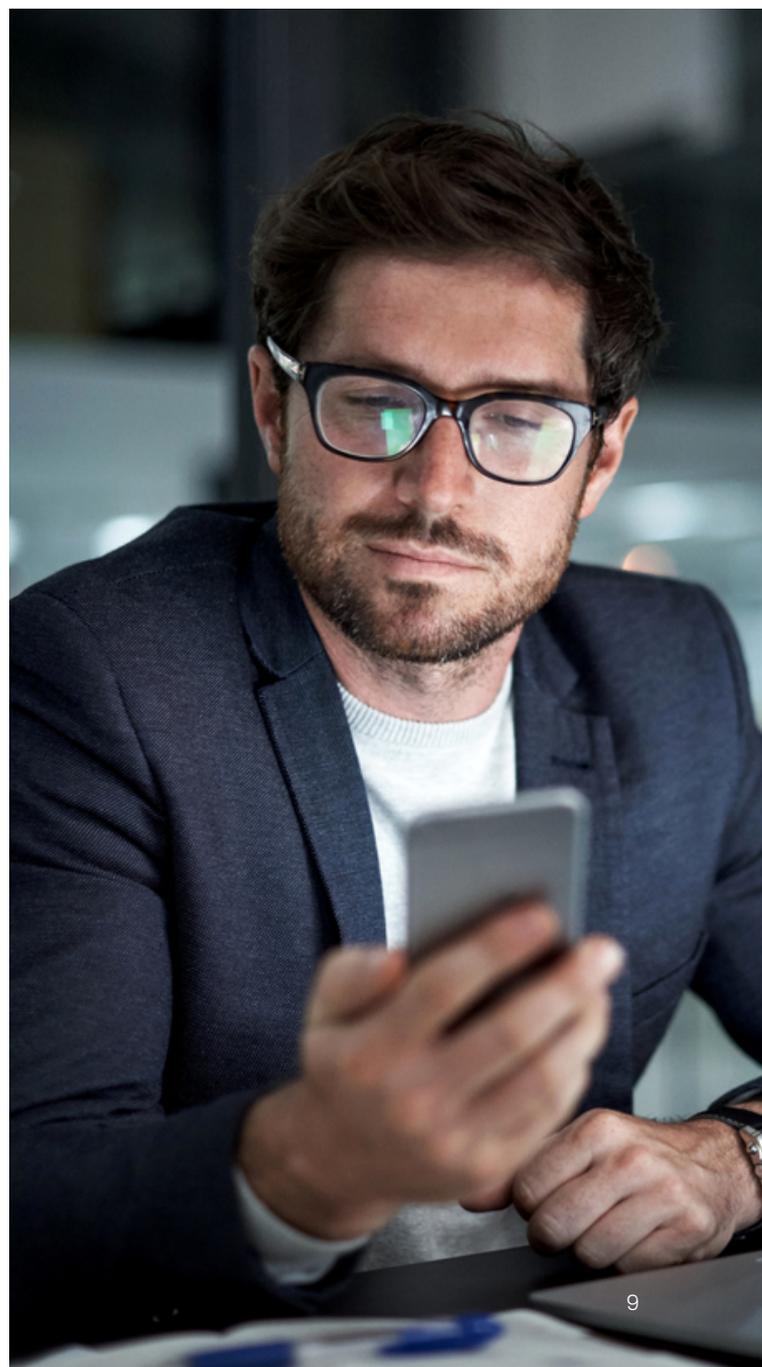
L'enjeu multiple de l'accessibilité de la donnée

Rendre la donnée accessible à l'ensemble des parties prenantes répond à la fois à des impératifs de transparence, mais aussi organisationnels. Le gain de temps mentionné plus tôt ne peut s'opérer sans une transmission plus rapide de la donnée et donc la réduction du nombre d'intermédiaires et de points de contrôle.

En termes d'engagement, si les salariés voient des résultats tangibles dans leur travail au jour le jour, alors ils ont plus de chances de se sentir inclus. Pour passer ce cap, il est primordial d'augmenter l'accessibilité de la donnée afin de baisser la marche de sa montée à bord. Quand les résultats d'une opération commerciale sont transmis de manière accessible, imagée et claire, il est plus facile d'améliorer la prochaine itération.

La cybersécurité et le respect des normes en vigueur

Les cyberattaques étant légion depuis plusieurs années, toute entreprise qui recueille, stocke et manipule des données numérisées doit s'assurer de la sécurisation de ses processus. En Europe, le RGPD (Règlement général de la protection des données) légifère sur ce point. Que ce soit dans le cadre de la mise à jour récurrente des systèmes logiciels ou d'une campagne de médiation numérique destinée aux salariés dont le travail touche à la donnée, de bonnes pratiques permettent de prévenir les risques de fuites d'informations.



PARTIE 5

Qu'est-ce que le data quality management ?

Précédemment, nous avons couvert la problématique des données faussées ou incomplètes suite à des manipulations par les collaborateurs. Il est indéniable que cela joue un rôle fondamental dans l'intégrité des données. Une démarche de qualité des données permet de s'assurer de la véracité et de la pertinence des données sur lesquelles se base le travail d'analyse et de déduction par la suite.

Quels sont les critères d'élaboration d'un système de gestion de données de confiance ?

- **L'authenticité** : l'origine et le contexte de la donnée sont vérifiés.
- La **synthèse** de tous les paramètres pertinents.
- Son **exactitude** par rapport au contexte et dans le temps.
- Sa **pertinence** : baser ses conclusions sur des données paramétrées pour une question ou un objectif précis garantit des prises de décision qui ont pris en compte les enjeux actuels.



Une démarche de qualité des données permet de s'assurer de la véracité et de la pertinence des données.

Quelles actions mettre en place dans le cadre d'une démarche de data quality management ?

- **Automatiser** au maximum le processus de traitement des données. Moins d'interventions manuelle minimise le risque d'erreurs.
- Garantir la **traçabilité** de la donnée par un système d'audit. Un regard externe aide à déceler des zones d'ombres habituellement survolées.
- **Identifier les données incomplètes** et remédier aux manquements avec efficacité
- Définir des **données de référence**, un groupe de contrôle ou un standard de cohérence. Cela peut venir hiérarchiser la donnée et la structurer par des priorités accordées à certaines informations.
- Garantir la **fréquence de mise à jour** des données pour maintenir leur pertinence temporelle et contextuelle.
- S'assurer de la **mise à jour des logiciels et outils de traitement des données** pour maximiser leur sécurisation.

PARTIE 6

Comment mettre en place une culture de la donnée dans l'entreprise ?

Si auparavant l'analyse de la data s'effectuait sur des informations collectées en volume de manière indépendante, aujourd'hui il s'agit de consolider l'ensemble des données de l'entreprise dans un seul et même entrepôt de données. Rendues plus accessibles et exploitables, les données dessinent alors une image plus parlante et précise de l'activité de l'entreprise. Ainsi, l'analyse de la donnée nourrit de manière plus concrète les discussions et décisions menées collectivement au sein de l'entreprise.

Comme dans tout projet touchant à la transformation de l'entreprise, le cadrage de la mise en place d'une démarche orientée par la donnée détermine son succès. Comme vous le constaterez, cet aspect va bien au-delà de la digitalisation des processus et d'une réflexion globale qui implique les décideurs et les collaborateurs sur le terrain. Les questionnements ci-dessous visent à clarifier le rôle des données dans votre stratégie d'entreprise et à articuler la conduite du projet en fonction de vos besoins spécifiques.

Mener une réflexion autour de la donnée de A à Z

L'objectif principal de la culture de la donnée est de s'assurer que tous participent aux efforts de récolte et de traitement des informations qui contribuent à une meilleure prise de décision.

En revanche, les étapes de collecte et d'analyse de la donnée s'avèrent un peu plus complexes. Là où au départ on visait le volume de la donnée, aujourd'hui, les entreprises devenues expertes en la matière procèdent de manière plus ciblée. En effet, il est plus judicieux, surtout en termes d'espace de stockage et de traitement, de décider en amont des aspects que concerne l'analyse de données en se posant les bonnes questions, comme celles ci-dessous.

Sur l'activité de l'entreprise

- Quels objectifs d'entreprise peuvent renseigner les données collectées ?
- Que peut nous dire la donnée sur l'offre actuelle de l'entreprise ?
- Quels enseignements pouvons-nous en tirer par rapport à notre positionnement sur le marché ?
- Quelles informations extraire pour devancer la concurrence ?
- Comment pouvons-nous préciser la requête de donnée pour obtenir une réponse précise et quantifiable ?

Sur l'appropriation de la culture de la donnée

- Quels sont les niveaux de compréhension du concept de la donnée parmi les collaborateurs ?
- Existe-t-il des réticences ? Si oui, lesquelles et d'où proviennent-elles ?

- Quels métiers s'en servent déjà ?
Lesquels en font le meilleur usage ?
Lesquels peinent à l'adopter ?
- Les décideurs sont-ils prêts à prendre en compte les résultats des analyses de données et un reporting régulier ?
- Quelles pratiques de collecte, de traitement, de stockage et de diffusion des données sont réalistes par rapport aux métiers et aux niveaux actuels d'appropriation du sujet ?

Sur la posture de l'entreprise par rapport à la donnée

- Sommes-nous prêts à partager les objectifs et enjeux stratégiques de l'entreprise avec ceux qui seront chargés de collecter et de traiter la donnée ?
- Quel niveau de transparence des informations sommes-nous prêts à fournir à ceux qui manipulent les données ? Et au reste de l'entreprise ?

Clarifier les besoins d'une collecte de données

Afin de viser juste, la mise en place d'une démarche orientée par la donnée doit s'articuler autour de l'activité et des métiers de l'entreprise. Confrontée à un contexte précis, l'analyse de données peut alors apporter des réponses ou révéler des signaux faibles.

- Définir les objectifs en amont.
Tout comme lors d'une chasse aux champignons, il est utile de se lancer en sachant ce que l'on recherche et focaliser ses ressources dans le bon sens.
- Cibler la collecte de données.
Plus la requête sera précise, plus la réponse qu'apporte l'analyse de données sera constructive.
- Impliquer toutes les parties prenantes.
Les départements et métiers concernés par l'analyse de données doivent contribuer à la constitution des objectifs.
- Établir une liste des risques sécuritaires.
En matière de cybersécurité, mieux vaut prévenir plutôt que guérir.



Favoriser l'appropriation de la donnée par les différents métiers

Une mauvaise compréhension des enjeux de la culture de la donnée par ceux qui la véhiculent peut porter préjudice à l'ensemble du projet. S'assurer que les salariés à tous les niveaux de l'entreprise soient formés en amont du lancement de la collecte des données assurera une première campagne concluante et engageante pour tout le monde. Pour cela, il faut :

- **Former les collaborateurs sur le terrain aux enjeux de la donnée**, c'est-à-dire ceux qui seront éventuellement chargés de sa collecte. Les impliquer en amont permettra d'anticiper les éventuelles réticences et points de friction.
- **Accorder du temps à la montée à bord de l'outil** de collecte et de gestion de données. La phase délicate de l'introduction d'une nouvelle technologie ou d'un processus technique différent nécessite pédagogie et patience. Ne pas accorder assez de temps et d'attention risque de créer des mauvaises pratiques qui pourraient perdurer.
- **Mobiliser les managers de proximité** qui sauront identifier les collaborateurs avec une appétence sur le sujet. Ainsi, vous pourrez débiter le processus d'introduction auprès des salariés les plus motivés et les inviter à diffuser la culture de la donnée auprès de leurs pairs.

Former l'ensemble des collaborateurs

Nous l'avons mentionné, l'aspect technique de la culture de la donnée peut en intimider plus d'un. Il s'agit donc de dédramatiser la partie chiffres et de montrer avant tout la globalité et les objectifs d'une culture de la donnée au sein de l'entreprise.

Une fois que les salariés comprendront le but de ces processus innovants et y verront les bénéfices, ils seront plus motivés. La montée à bord de compétences techniques se fera alors avec plus de facilité.

Comment faire de la pédagogie ? Tout d'abord, il s'agit de comprendre l'écart de perception qui freine l'adoption de la culture de la donnée. La majorité de nos décisions sont basées sur un état émotionnel, cela fait partie du comportement humain. Nous suivons nos ressentis et nos croyances profondément en nous, parfois subconscientes, pour nous protéger. Surmonter l'écart de perception permet de créer de nouvelles connexions, des nouvelles approches rationnelles par des preuves fondées. Aussi, identifier d'où provient la résistance à l'approche orientée par la donnée aide à avancer des arguments convaincants : une expérience passée négative ? Une méconnaissance de son fonctionnement et des processus ?

Sécuriser les données récoltées

Avec la digitalisation au pas de course qui a eu lieu en 2020, les attaques de cybersécurité sont elles aussi montées en puissance. La cybersécurité s'articule autour de la gestion des risques lors des différentes phases d'interaction avec la donnée. Autrement dit, quels sont les risques lors de sa collecte, son traitement, son stockage et sa diffusion ?

En Europe, le RGPD légifère sur cet aspect et pénalise les entreprises qui ne sécurisent pas suffisamment leur base de données ou ne respectent pas les droits de leurs clients.

Centraliser la donnée pour mieux la partager

Les entreprises qui ont installé des outils de gestion de données se seront rendues compte des facilités qu'ils proposent dans le partage des informations. Rapports standardisés, règles d'accès, les personnes qui se servent régulièrement de la donnée peuvent facilement les utiliser. La publication de rapports à destination d'un groupe moins initiés est également possible afin de communiquer les essentiels au reste des collaborateurs.

Une fois paramétré, l'outil rend le partage des informations traitées avec le reste des équipes rapide et facile grâce aux tableaux de bord ou l'automatisation des rapports mensuels. Une plateforme commune qui permet de gérer autorisations d'accès et d'action au cas par cas sécurise davantage cette partie.



Il faut dédramatiser la partie chiffres et montrer avant tout la globalité et les objectifs d'une culture de la donnée au sein de l'entreprise.



PARTIE 7

L'utilisation de la donnée par le groupe Angelotti, aménageur lotisseur.

Aménageur foncier depuis 1983, le Groupe Immobilier Angelotti compte aujourd'hui plus de 140 salariés répartis sur plusieurs sites en Occitanie. Depuis une dizaine d'années, le groupe a ajouté la promotion immobilière à son activité. L'entreprise possède aujourd'hui deux entités séparées avec des types d'activités bien distinctes bien qu'elles opèrent dans le même secteur.

Le Groupe Angelotti a adopté un outil de gestion de la donnée depuis quelques années. Nous nous sommes entretenus avec Xavier Arruyer, Responsable Administratif et Financier pour le pôle Promotion du groupe, sur le sujet de la culture de la donnée. Malgré le cumul d'outils (un outil de gestion comptable, un outil RH et un outil de gestion de données), la vision que tire l'entreprise de la donnée informe certaines décisions et impacte les processus en place au sein de l'entreprise.



La question de l'accès est elle aussi déterminante : au sein du Groupe Angelotti plusieurs services ont accès à la donnée : les commerciaux, la production et la direction financière. Tous ces intervenants ne sont pas formés à l'analyse de la data, ils s'en remettent donc à l'efficacité proposée par un outil de gestion de données. Quelles sont leurs priorités ?

Une vision synthétique de l'activité

« Il vaut mieux avoir quelque chose qui permet d'avoir une vision précise et synthétique, de savoir où on en est à moyen terme pour pouvoir anticiper, gérer et optimiser sa trésorerie, » affirme Xavier Arruyer. L'outil de gestion des données en question répond précisément à ce besoin.

Adopter une approche orientée par la data repose sur un effort d'harmonisation des données.



Un outil comme MyReport permet d'aller vers l'harmonisation des données entre deux interfaces (chacune traitant d'un aspect de l'activité au sein de l'entreprise comme le CRM et la comptabilité, par exemple, ndlr) pour avoir une lecture transversale plus simple. Notamment pour la directrice financière qui, forcément, chapeaute les deux activités de l'entreprise.

Dans le cadre de cette harmonisation, l'échange entre les plateformes (l'une de gestion d'entreprise qui inclut la comptabilité, la relation client, les aspects sociaux et le commercial et l'autre de gestion de données) doit se faire de manière fluide. Cette transmission des informations garantit l'unicité de l'information, selon Xavier Arruyer.

Une vision ROIste de la culture de la donnée

Le but de l'investissement dans la mise en place d'une culture de la donnée reste d'obtenir des impacts positifs sur l'organisation, parfois jusqu'à l'augmentation du chiffre d'affaires.

Xavier Arruyer explique le rôle très ROIste de la donnée en décrivant une situation précise : « Lors de ma précédente expérience dans l'évènementiel, nous avons traité un besoin très précis. Il s'agissait de coordonner manuellement les dates des congrès tournants avec des trous de planning. [...] J'ai pu mettre en place un outil sur deux et trois mois et qui affichait les congrès qui pouvaient se produire avec les disponibilités dans le planning en face. Il suffisait de repérer une concordance pour proposer la date pour une réservation. Cela a permis d'identifier des pistes intéressantes de congrès à accueillir, en libérant du temps de travail, pour travailler la relation avec un prospect ciblé, plutôt que passer du temps à rassembler manuellement les informations de deux sources différentes. »

La donnée permet également de dessiner des conjectures et effectuer des simulations dans le temps afin d'affiner son positionnement commercial. « Le fait de pouvoir s'appuyer sur des données précises, par exemple les volumes par fournisseur, permet de mieux se positionner par rapport à la négociation de tarifs que quand elle se base sur une vision empirique, » explique Xavier Arruyer. Une analyse ciblée contextualise le chiffre d'affaires généré, ainsi on peut mieux imaginer toutes les orientations stratégiques qui peuvent être établies par un reporting fourni et cohérent.

En effet, la culture de la donnée permet de faire émerger des tendances et des signaux faibles dans l'activité pour en faire des projections et anticiper l'évolution du marché. « Avoir les données de manière accessible et rapide permet d'être plus proactif que réactif, » résume Xavier Arruyer. Enfin, d'un point de vue comptable, « le ROI s'exprime plutôt par l'absence de pertes ou de problèmes dans les relations avec les partenaires bancaires, » soutient-il.

Le facteur de risque humain

Comme mentionné lors d'un chapitre précédent, les irrégularités surviennent en grande partie lors de la manipulation des données par les collaborateurs. Leur saisie manuelle implique que des erreurs peuvent s'y glisser. Ces manquements peuvent certes être corrigés, mais les corrections ne sont pas automatiquement répercutées sur l'ensemble de la collecte de données. Ce cas de figure surgit souvent lors de l'utilisation de plusieurs plateformes de traitement de données comme l'explique Xavier Arruyer : « Comme dans tout ce qui implique de l'humain, il peut toujours y avoir une raison pour laquelle il y a un écart, quelque chose qui a été corrigé a posteriori ; il arrive aussi que ce ne soit corrigé que d'un côté... Quand on arrive au 31 décembre et qu'il faut valider les clôtures des 130 comptes ou opérations, s'il y a des écarts, on passe notre temps à devoir vérifier pourquoi il y a 358 euros de plus ici et moins 37,42 là-bas. Ces choses qui pourraient être revues en cours d'année prennent un temps fou. » Ici, une culture de la donnée peut sensibiliser les collaborateurs à ces problématiques ainsi que développer des processus de vérification plus routiniers.

Le data quality management prévient les erreurs

Émerge donc le besoin de remédier à la marge d'erreur humaine, soit par l'automatisation, soit par le changement dans les processus de collecte et de mise à jour de données. Entre en scène le data quality management. Son bénéfice immédiat est bien entendu de disposer de données cohérentes et vérifiées. Un processus de mise à jour régulière permet aux collaborateurs de traiter ou compléter ces données collectées avec plus de réactivité. Dans un deuxième temps, le fait que l'expert en données n'ait plus à vérifier la véracité et la cohérence de la data signifie qu'il peut transposer ce temps gagné dans l'analyse de la donnée et la création de valeur. « Il y a beaucoup de choses positives dans le contrôle de qualité des données, ça fiabilise et on passe moins de temps à vérifier tout le temps. C'est surtout cela qui est profitable, » appuie Xavier Arruyer.

Dans ce sens, un outil de gestion de données qui intègre une approche de data quality management permet de faire d'une pierre deux coups. « Il est vrai que je gagne du temps aujourd'hui grâce au système de gestion des données MyReport. Les soldes de banque, les prévisionnels à court terme, les niveaux de réservations d'actes, je ne me pose jamais la question de leur justesse. Lorsque je vois les chiffres dans la liste du reporting, je sais qu'ils sont corrects », soutient Xavier Arruyer.

La culture de la data permet en effet de répartir les compétences de manière plus stratégique. Xavier Arruyer explique que la création récente d'un poste de Gestionnaire applicatif a pour objectif de décharger les services financiers des impératifs techniques liés à la gestion de la donnée. Ces derniers peuvent ainsi se consacrer à la partie analytique et aux actions prévisionnelles.

L'accessibilité à la donnée se fait source de cohésion

Ouvrir la lecture de la donnée à l'ensemble des collaborateurs rapproche les différents métiers. De fait, la donnée collectée peut refléter la performance de l'ensemble de l'entreprise. Assurer sa bonne santé devient alors un enjeu commun, et vice-versa comme l'explique Xavier Arruyer : « Je me suis rendu compte qu'il n'y a rien de pire que la dissonance entre services vis-à-vis des données. Par exemple, le commerce assure que tout va bien alors que la finance tire la sonnette d'alarme. »

Le partage de rapports de données lisibles et accessibles au moyen d'un outil de gestion, tel que MyReport, permet d'éclaircir la situation et de mettre chaque partie prenante face à ses responsabilités.

« Quand tout le monde partage une donnée, au moins sur la partie chiffrée, c'est forcément un outil de cohésion et de clarté, » tranche Xavier Arruyer avant de mettre cela en image : « Partager les sources de données entre services évite de passer des réunions à se demander qui a raison. »

Au-delà de l'aspect technique, on en revient à l'humain. La cohérence et l'intégrité des données posent une base de discussion solide pour unifier les collaborateurs dans leur quête de performance augmentée.



Quelques chiffres

40 ans d'expérience

145 collaborateurs

7 agences locales

2 000 lots produits annuellement

À propos de MyReport.

Créée en 2001, l'entreprise française MyReport guide les dirigeants de PME dans la transformation de leur entreprise pour leur permettre de piloter sereinement leur activité grâce à une solution d'analyse des données de l'entreprise simple, évolutive et structurante.

MyReport s'appuie sur un réseau de plus de 200 distributeurs et éditeurs

sur l'ensemble du territoire et affiche un parc de près de 4 500 clients finaux représentant près de 50 000 utilisateurs.

Organisé autour de directions régionales à Albi, Bordeaux, Lille, Lyon, Nantes et Paris, l'entreprise MyReport poursuit sa croissance chaque année et compte aujourd'hui plus de 100 collaborateurs.

Les secteurs où nous sommes présents

- Agroalimentaire
- Associations
- Banques/assurances
- Commerce de détail et grande distribution
- Construction, bâtiment et travaux publics
- Culture, sports et loisirs
- Enseignement
- Équipement
- Hôtellerie et restauration
- Immobilier
- Industrie textile
- Informatique
- Logistique et transports
- Santé, etc.



4800
clients



50 000
utilisateurs

my report

Des solutions
logicielles
de reporting
et de business
intelligence
qui facilitent
l'accès, l'analyse
et la restitution
des données
des PME.

[Demander une démo](#)

myreport.fr