Bonjour, aujourd’hui nous allons vous présenter notre SAE S1.04 qui a pour thème l’économie numérique. Nous allons ainsi étudier comment créer de la valeur ajoutée à partir des données d’une entreprise. Pour cela, nous allons commencer par expliquer ce qu’est l’économie numérique, qui est essentielle à cette question. Nous étudierons ensuite la question en elle-même à savoir comment les entreprises font pour gagner de l’argent avec les données qu’elles collectent. Enfin, nous verrons les dérives de cette nouvelle économie et le moyen de s’en prémunir. Le terme économie numérique se définit par la production et la vente de services et produits numériques. A la différence de l’économie traditionnelle, l’économie numérique possède tout un pan orienté C2C, c’est-à-dire consumer to consumer, donc de particulier à particulier à l’instar de Uber eBay ou encore Airbnb. Mais la chose qui les différencie le plus ce sont bien l’utilisations des données. Vous n’êtes pas sans savoir que toute action sur internet génère des données. Que se soit un clic, une recherche, une connexion, une position … Tout laisse des traces sous formes de données qui peuvent être plus ou moins intéressante pour les entreprises du secteur. Ces données jouent un rôle déterminant dans la croissance et l’innovation des entreprises car elle améliore non seulement la qualité mais également la quantité de l’information. En soit, une donnée seule est inutile, mais elle devient intéressante lorsqu’elle est en grand nombre et qu’elles sont croisées avec des données qui provient d’une autre source comme une autre base de données. Elles offrent ainsi d’innombrables possibilités d’innovation et de développement économique. Ces données sont récoltées à chacune de vos actions : remplir un formulaire d’inscription donnera accès à votre nom/ prénom/ mail/ téléphone, aller sur les réseaux indiquera ce que vous aimez (like sur Instagram/Facebook/twitter/TikTok) et peux même dévoiler votre géolocalisation avec la carte de Snapchat ou tout simplement une publication sur laquelle vous indiquez le lieu. C’est avec ces données que les entreprises créer de la valeur ajoutée.

La première idée qui peut nous venir en tête quand on nous parle de créer de la valeur ajoutée avec des données reposent sur la vente de ces dernières. Et en effet la vente de ces données à des entreprises tierces fait partie de la création de valeur ajoutée. Les ventes de ces données permettent aux acheteurs de faire de la publication ciblée et donc de vendre plus efficacement car les publicités seront proposées à des personnes qui seront plus enclins à consommer un produit en particulier. Toutefois, ce n’est pas la seule façon de créer cette valeur ajoutée grâce à des données. Une autres des façons est de conserver et d’analyser ces données afin de développer son entreprise avec une amélioration des performances ou même la création d’un nouveau produit qui correspondrait mieux aux consommateurs. C’est le cas de Instagram ou même YouTube qui ont respectivement intégré les reels/shorts afin de conserver leurs utilisateurs plus longtemps sur leur application et éviter qu’ils partent utiliser une autre application. Le choix des reels/shorts n’est pas anodin car avec une collecte de données suffisante sur une personnes, on peut réussir à lui proposer que du contenu qui l’intéresse et en quantité ce qui permet de le maintenir un temps potentiellement conséquent sur l’application. Ainsi ses utilisateurs verront plus de pub (potentiellement ciblé ce qui rapporte beaucoup plus d’argent) et c’est ainsi que la valeur ajoutée via l’analyse et la garde des données peut être effectué. En ce qui concerne les reels/shorts, ils ont une autre fonction qui est de faire de la concurrence à Tiktok afin d’éviter que leurs utilisateurs ne partent utilisées l’application de leur concurrent