



Conquérir le marché réel de l'Internet des Objets, les entreprises de Télécommunication saisissant une première approche des données

Auteur : Bill Bauman

Traduction : Winael

2015-12-09

Conquérir le marché réel de l'Internet des Objets, les entreprises de Télécommunication saisissant une première approche des données

Pour beaucoup, l'Internet des Objets ne concerne que les "gadgets" domestiques. Mais en réalité, le marché de l'Internet des Objets est beaucoup plus vaste et peut grandement aider les entreprises de télécommunications à monétiser de nouveaux services.

Canonical publie un eBook à destinations des TelCos afin de les sensibiliser à cet autre Internet des Objets.

Bonne lecture !

Conquérir le marché réel de l'Internet des Objets, les entreprises de Télécommunication saisissant une première approche des données

**Par Bill Bauman
le 9 Décembre 2015
Traduction : Winael**

Je lisais récemment sur un [blog du Wall Street Journal](#) que l'IDC (International Data Conseil) annonce que le marché de l'IdO est censé atteindre 1,7 trillions de dollars d'ici 2020. Soyons clairs, pas 1,7 BILLIONS, mais 1,7 TRILLIONS (USD 1 700 000 000 000) de dollars américains.

Chez Canonical, nous travaillons fébrilement pour aider nos entreprises de télécommunications et fournisseurs de services partenaires à mieux se rentabiliser dans cet espace en plein essor. Mais cela soulève une question intéressante. Est-ce que les telcos (TELEcommunication COmpanys, ou entreprises de télécommunication) saisissent le marché réel de l'IdO ?

Je demande le innocemment, mais si vous êtes dans l'activité de fourniture d'accès et de connectivité, avez-vous pensé au-delà du simple courtage de connexions ? Si nous regardons la façon dont Google et d'autres sociétés nées sur Internet monétisent les données, ce n'est pas dans le tuyau ou le flux de données que se trouve la valeur réelle.

La valeur réelle semble se tenir dans l'information sur le flux de données. Qui fait quoi, et quand ? Pourquoi le font-ils ? Combien de fois le font-ils ? A-t-on été incité ? Ceux sont le genre de questions qui mènent à des réponses monétisables. La valeur de l'entreprise et des nouveaux métiers est dérivée de la manipulation quotidienne de données.

Si vous êtes une compagnie des télécoms ou un fournisseur de service, et que vous êtes assis au milieu du chemin de données, avez-vous envisagé l'énorme potentiel de la valeur de ces bits de données apparemment sans importance qui entourent ce chemin de données ? Mieux comprendre les actions de vos clients, prédire quand il va y avoir un pic, ce qu'ils voudront après, et de manière proactive offrir les services qu'ils peuvent ou ne peuvent pas déjà savoir qu'ils veulent, sont toutes des façons d'ajouter des recettes supplémentaires à votre résultat net.

Alors que de nombreux opérateurs de télécommunications veulent faire plus avec les données à leur disposition, ils peuvent ne pas avoir l'expertise technique pour réaliser les analyses. Ils peuvent même ne pas avoir de logiciels, ou comprendre quels morceaux de logiciels utiliser ensemble. Canonical a publié un eBook (NdT: en anglais) basé sur des exemples de cas d'utilisation qui explique l'importance des données, les situations spécifiques pour lesquelles regarder les données, et est même prescriptive sur les composants potentiels d'une solution.

Pour en savoir plus sur l'importance d'un premier modèle de revenus de données, [téléchargez l'ebook, Analytique et Big Data Analytics, des solutions flexibles pour l'évolution des sociétés de télécommunications.](#)

Table des Matières

Conquérir le marché réel de l'Internet des Objets, les entreprises de Télécommunication saisissant une première approche des données	1
Conquérir le marché réel de l'Internet des Objets, les entreprises de Télécommunication saisissant une première approche des données	2
Conquérir le marché réel de l'Internet des Objets, les entreprises de Télécommunication saisissant une première approche des données	2