



**UNITECH**  
**TIC-HAÏTI-BRH**

# **BUSINESS INTELLIGENCE**

MICHEL MARTEL

Marie France Logea DORCIN  
**[logeadorcinmf@gmail.com](mailto:logeadorcinmf@gmail.com)**

# Resume II

## Introduction au Business Intelligence

Selon le deuxième cours, j'ai développé une compréhension plus approfondie de ce qu'est une stratégie d'entreprise efficace. J'ai compris qu'elle ne se limite pas à un plan ou à une vision abstraite, mais qu'elle se construit comme un système cohérent qui relie les intentions de haut niveau à des actions concrètes sur le terrain.

Pour la pyramide de la stratégie tout commence par la mission, les valeurs, et la vision. Ensuite, on identifie les priorités stratégiques, les objectifs à long terme et les initiatives concrètes pour donner forme à cette vision. Enfin, viennent les stratégies, les tactiques et les plans d'action qui permettent d'exécuter la stratégie au quotidien.

A travers l'article How Strategists Lead de Cynthia Montgomery. J'ai retenu que le stratège joue plusieurs rôles fondamentaux qui s'assurent que la stratégie est réalisable et bien exécutée.

J'ai pu comprendre que la BI joue un rôle transversal et déterminant à chaque niveau de la stratégie. Elle permet de transformer les données en informations utiles, de surveiller les indicateurs de performance, de prévoir les tendances, et surtout d'ajuster la stratégie en temps réel. La Business Intelligence s'impose comme un outil stratégique majeur, favorisant à la fois l'alignement sur les objectifs à long terme et la réactivité face aux dynamiques externes.

Le lien entre stratégie, exécution et valeur m'a également permis de mieux comprendre la chaîne de valeur de Michael Porter. Selon lui, chaque entreprise peut être représentée comme une boîte d'activités principales et de soutien. Les activités de soutien comprennent entre autres la gestion des ressources humaines, le développement technologique, les achats et l'infrastructure.

Porter explique que pour le client, la valeur doit être perçue sous forme de rentabilité ou d'unicité fonctionnelle. Du point de vue de l'entreprise, elle doit être capable de délivrer cette valeur efficacement et de manière rentable. Cela m'a permis de comprendre que la stratégie ne peut ignorer aucun de ces maillons, et que chaque activité directe ou de soutien contribue à l'avantage concurrentiel global.

On peut conclure que la Business Intelligence permet d'analyser et optimiser chaque activité de la chaîne, qu'il s'agisse des processus de production, de la satisfaction client, de l'approvisionnement ou même du développement. Elle renforce la capacité de l'entreprise à prendre les bonnes décisions, au bon moment, pour maximiser sa valeur.