

Majeure Data

Session I

29 janvier - 1 février

~~Théorie 17h30~~ -> **10h30**

1. Prise de décision et systèmes d'aide à la décision
2. Concepts de Business Intelligence et capacités de plate-forme
3. Visualization des données et conception de tableaux de bord
4. Business Performance Management Systems

5. BI-Projet de maturité, de stratégie et de synthèse

TP 10h30



<https://goo.gl/GkQ1H6>

Zinnya DEL VILLAR

WHAT is Data Strategy?

WHY do we need a Data Strategy?

WHEN should I start or have a Data Strategy?

WHO in our organization should drive this Data Strategy?

WHERE do we start with Data Strategy?

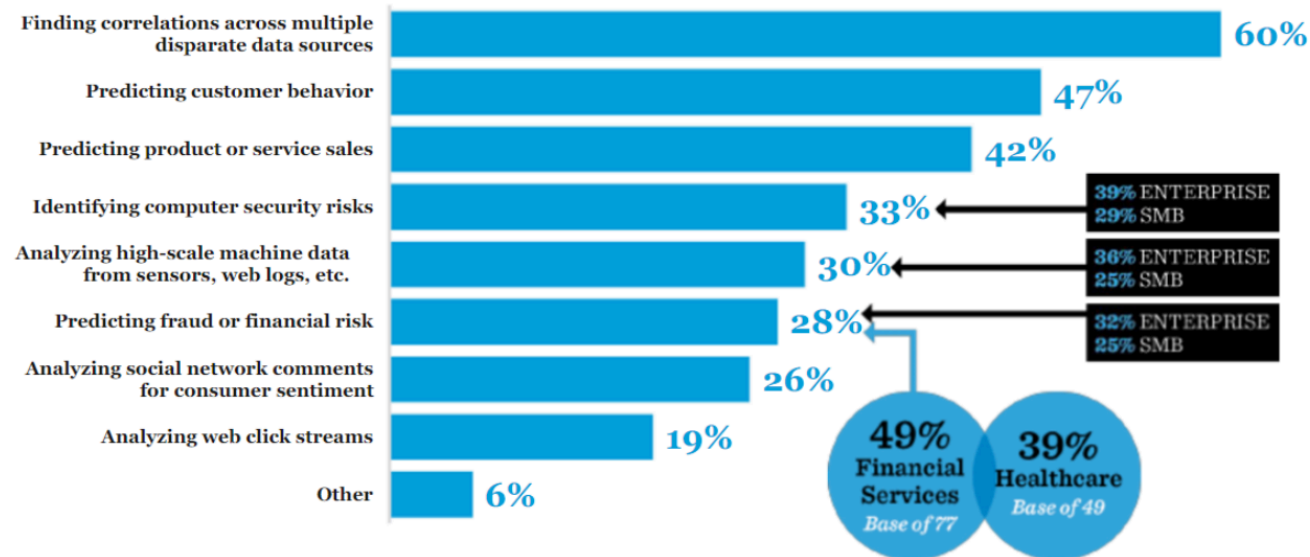
HOW should we go about with Data Strategy?

Stratégie Data

- Stratégie qui définit une vision globale à l'échelle de l'entreprise et jette les bases qui lui permettront d'utiliser des capacités liées aux données ou dépendantes des données.
 - Cette stratégie de données consiste à rendre les données exploitables par votre organisation et votre secteur d'activité et à s'adapter de manière quelque peu évolutive aux forces du marché perturbatrices.
-

Why do we need a data strategy?

Data Solving Organizations Problems



Q. What challenges is your organization aiming to solve with its data-driven initiatives?

Source: IDG Enterprise Data & Analytics Survey 2016

Why do we need a data strategy?

Sans une stratégie de données globale à l'échelle de l'entreprise, comment résoudre l'un des problèmes mentionnés ci-dessus?

When should I start or have a Data Strategy?

Lier votre stratégie de données à une initiative majeure de l'entreprise ou à un cycle de planification d'entreprise.

- initiative de transformation numérique,
- réingénierie commerciale
- planification stratégique annuelle.

Where do we start with a data strategy?

Au niveau de l'entreprise ou au niveau de l'unité commerciale?

La réponse est évidemment au niveau de l'entreprise.

Mais selon le modèle de fonctionnement de l'organisation, c'est-à-dire la structure de celle-ci, il peut parfois être pratique de commencer par une unité opérationnelle.

Who should drive it?

Si votre organisation a un responsable des données (CDO), laissez-le devenir le propriétaire de cette stratégie de données.

Sinon le PDG et/ou COO.

Pas le DSI!!!!

How?



ÉTAPE 1: PLANIFICATION ET DÉCOUVERTE

ÉTAPE 2: ÉVALUATION DE L'ÉTAT ACTUEL

ÉTAPE 3: ANALYSE, PRIORISATION ET FEUILLE DE ROUTE

ÉTAPE 4: GESTION DU CHANGEMENT

ÉTAPE 1: PLANIFICATION ET DÉCOUVERTE

- Identification des objectifs et des besoins de l'entreprise, susciter l'intérêt des clients, améliorer efficacement les produits et services, réduire les risques commerciaux, générer la croissance des revenus et / ou la rentabilité, respecter les réglementations
- la recherche de sponsors et des parties prenantes, Identifier les parties prenantes clés, les membres de l'équipe et les sponsors.
 - (a) sponsor (s) exécutif (s): vous soutiendront dans les hauts et les bas de la formulation de la stratégie de données et de sa mise en œuvre.
 - (b) Le bon talent dans votre équipe: Assurez-vous d'influencer et d'évangéliser les personnes possédant les bonnes compétences / le bon talent pour faire partie de votre équipe.
 - (c) Perturbateurs potentiels: chaque projet / initiative aura des «parties prenantes» qui, soit délibérément, soit involontairement, s'opposent au changement. Savoir qui ils sont et quelles sont leurs motivations vous aideront plus tard dans le processus
- la définition du périmètre et du calendrier,
- la découverte des actifs technologiques et de données.



ÉTAPE 2: ÉVALUATION DE L'ÉTAT ACTUEL

Au cours de cette étape, concentrez-vous principalement sur
les processus métier,
les sources de données,
les actifs de données,
les actifs technologiques,
les fonctionnalités
et les stratégies en cours.

L'évaluation de l'état actuel est généralement réalisée au moyen d'une série d'entretiens avec des employés impliqués dans l'acquisition, la fidélisation et le traitement de la clientèle.



ÉTAPE 3: ANALYSE, PRIORISATION ET FEUILLE DE ROUTE

Cette phase est probablement la phase la plus intense et la plus controversée et constituera sans aucun doute une grande partie du temps consacré à la formulation de la stratégie de données. Avec le Big Data et le cloud computing, l'analyse est devenue encore plus compliquée que par le passé.

En gardant à l'esprit l'état futur souhaité, l'analyse doit être centrée sur l'identification des lacunes dans l'architecture des données, la technologie et les outils, les processus et bien sûr le personnel (compétences, formation, etc.).

L'analyse des lacunes présentera de multiples options stratégiques pour les initiatives et la tâche suivante consiste à hiérarchiser ces options avec les objectifs / besoins commerciaux comme critère principal.

Les sponsors et les parties prenantes auront un rôle clé à jouer dans la hiérarchisation de ces initiatives.

Le résultat final de cette phase est une feuille de route pour déployer les initiatives de données hiérarchisées. Sans entrer dans trop de détails, certaines de ces initiatives de données pourraient être la gouvernance des données, la qualité des données et la gestion des données de base (MDM).



ÉTAPE 4: GESTION DU CHANGEMENT

La gestion du changement devrait englober les changements organisationnels, les changements culturels, les technologies et les processus opérationnels.

La gouvernance des données, qui traite de la gestion globale de la disponibilité, de la convivialité, de l'intégrité et de la sécurité des données, devient un élément crucial de la gestion du changement. Des incitations appropriées et des mesures permanentes devraient constituer un élément clé de tout programme de gestion du changement.

Composants de la stratégie



Background/Context

Cette section doit définir le contexte qui a nécessité la stratégie de données en premier lieu.

Exemples :

la direction stratégique de l'entreprise,
l'initiative de transformation numérique,
le contexte lié aux fusions et acquisitions..

Business Case

Data Strategy a pour seul objectif de générer de la valeur commerciale.

Définir la valeur générée à la fois quantitativement et qualitativement.

Objectifs

Cette section identifie des objectifs spécifiques liés à la stratégie de données et idéalement de manière SMART (spécifiques, mesurables, convenus, réalistes, basés sur le temps).

Road map

Associe la stratégie à la tactique avec une feuille de route sur la manière dont la stratégie sera mise en œuvre sur une période donnée.

Facteurs de risque et de réussite

La stratégie doit viser directement divers facteurs de risque et facteurs de réussite (ou accélérateurs).

Prévisions budgétaires

À quoi sert une stratégie s'il n'a pas de prévisions budgétaires?

KPI's

Pour s'assurer que la stratégie est sur la bonne voie ou doit être ajustée, identifiez les KPI qui doivent être suivis à court et à long terme.

Merci