

LA BUSINESS INTELLIGENCE TRADITIONNELLE

AVIS D'EXPERT

est-elle menacée ?



Par Arnaud DELAMARE | Directeur du Centre Innovation du Groupe Keyrus

La Business Intelligence (BI) traditionnelle peine à satisfaire les besoins d'analyse des entreprises. Une nouvelle génération d'outils séduit les directions métiers par leur facilité d'utilisation et la valeur quasi immédiate qu'en tirent les utilisateurs. Ces outils sont-ils en passe de détrôner la BI traditionnelle ? Peuvent-ils au contraire la régénérer en lui apportant la souplesse et la réactivité qui lui fait défaut ?

Dès l'origine, une promesse majeure de la business intelligence (BI) a été de mettre la manipulation et l'analyse de données à la portée des non-spécialistes. Avec une quinzaine d'années de recul, force est de constater que ce n'est pas vraiment le cas : la BI s'est effectivement démocratisée, mais principalement en tant qu'outil de reporting et de diffusion d'informations – informations dûment contrôlées et validées, ce qui n'est pas le moindre apport de la BI traditionnelle face à la marée informationnelle qui frappe toutes les entreprises. Dans le domaine de l'analyse, le moins qu'on puisse dire est que les utilisateurs n'ont pas suivi la voie fixée par les éditeurs. La dernière enquête de Gartner auprès des utilisateurs de BI confirme ce que nous constatons chez nombre de nos clients : largement utilisées (76%), les fonctions de reporting obtiennent une note de satisfaction de 8,5 sur 10, tandis que les capacités d'interrogation et d'analyse ad-hoc sont jugées insuffisantes ou inadéquates et rencontrent, par conséquent, une faible adhésion.

LES RAISONS DE LA DÉSAFFECTION

Ce n'est pas faute de besoins que les fonctions d'analyse des plates-formes décisionnelles classiques n'ont pas rencontré leur public. Au contraire : le nombre de métiers de l'entreprise où il est indispensable de pouvoir manipuler des données de plus en plus complexes n'a pas cessé d'augmenter. Trois facteurs expliquent en grande partie

le relatif insuccès de ces outils auprès des utilisateurs. Tout d'abord, ils ne sont pas si simples qu'on a bien voulu le dire ! Ils exigent de l'utilisateur un investissement considérable, et en particulier une bonne compréhension des données sous-jacentes et de logique de la plate-forme elle-même. Or, vu la pression et les rythmes de travail actuels, rares sont ceux qui ont le temps – et le désir – de se plonger dans les arcanes d'un outil de travail qui, étant nécessaire, devrait a minima être facile à utiliser.

Ensuite, les grands systèmes de BI que les entreprises ont adoptés comme standard sont structurellement rigides. Pour des raisons techniques et d'architecture, ils ne peuvent fondamentalement répondre qu'à des questions prévues et préalablement modélisées. Cette réalité ne correspond pas à la façon de raisonner et de réfléchir des utilisateurs dans des contextes professionnels qui évoluent très vite et où la valeur ajoutée se mesure précisément à la capacité à trouver rapidement des réponses pertinentes à des questions inédites.

Enfin, même les utilisateurs chevronnés, capables de modéliser des requêtes plus ou moins sophistiquées, sont rapidement dépendants du département informatique qui,

« Les contraintes de la BI traditionnelle sont incompatibles avec la réactivité, la créativité et l'autonomie que l'entreprise attend aujourd'hui de ses managers et de ses collaborateurs. »

LA BUSINESS INTELLIGENCE TRADITIONNELLE EST-ELLE MENACÉE ?

dans la majorité des entreprises, reste le point de passage obligé pour toute nouvelle demande liée au système décisionnel. Si ce processus est garant de la cohérence du tout, les nouvelles demandes rejoignent une file d'attente souvent déjà fort longue – au regret des équipes informatiques (manquant de ressources) et au grand dam des demandeurs (toujours pressés)...

LES OUTILS QUI APPORTENT LA RUPTURE

De telles contraintes sont incompatibles avec la réactivité, la créativité et l'autonomie que l'on attend aujourd'hui des managers et des opérationnels. Conséquence, le taux d'utilisation des plates-formes qui font référence dans le

« Ces nouveaux outils créent la rupture en accompagnant l'utilisateur dans son raisonnement et en lui permettant de suivre le cheminement de son choix pour trouver les réponses à ses questions »

monde de la BI a tendance à stagner, voire à diminuer. Ce recul se fait au profit d'une nouvelle génération d'outils d'analyse qui, aux yeux des utilisateurs, concrétisent la promesse initiale de la BI : faciliter et fiabiliser la prise de décisions grâce à la possibilité d'explorer et analyser rapidement les données disponibles.

La percée de solutions comme QlikView, Tableau ou encore

Spotfire s'explique aisément. Ces solutions possèdent nativement les qualités qui font défaut aux plates-formes plus anciennes ou qu'elles peinent à acquérir : pour l'utilisateur, l'intuitivité et l'interactivité qu'offre une approche très graphique des données ; pour les directions métiers, une rapidité de déploiement et une plus grande indépendance vis-à-vis de la direction informatique.

Ces outils fonctionnent en effet sans demander la construction d'une couche sémantique et acceptent directement les données de la plupart des sources structurées que l'on trouve dans les entreprises. Ainsi, là où une direction métier devait attendre plusieurs mois la création d'un datamart correspondant à ses besoins – ce qui revenait à définir et modéliser ex ante toutes les questions que seraient susceptibles de poser les utilisateurs et les axes selon lesquels ils pourraient analyser les indicateurs –, elle peut aujourd'hui disposer en quelques jours d'un outil performant du point de vue des principaux intéressés : les utilisateurs.

UN ENGOUEMENT CONTAGIEUX

Les bénéfices rapides de ces nouveaux outils poussent les utilisateurs à s'en faire les promoteurs enthousiastes. Le bouche à oreille fonctionne d'un département à l'autre, d'une entreprise à l'autre. La contagion progresse si

bien que les directions sont de plus en plus nombreuses à rechercher de ce côté ce qu'elles n'arrivent pas à obtenir des systèmes de BI traditionnels : la souplesse, la réactivité, l'autonomie.

Ce qui séduit en premier lieu les utilisateurs, c'est la rapidité avec laquelle une solution comme QlikView, Tableau ou certaines nouvelles lignes de produits des grands éditeurs leur apportent une aide tangible dans leurs tâches et décisions quotidiennes, sans nécessiter des heures et des heures d'apprentissage. Ils se piquent rapidement au jeu de leur approche très visuelle et abandonnent sans regret l'analyse d'indicateurs purement chiffrés, plutôt fastidieuse, pour des représentations graphiques variées qui rendent immédiatement saillants les exceptions, les écarts, voire les aberrations sur lesquels ils doivent concentrer leur attention. Grâce à leurs capacités intrinsèques d'analyse, de comparaison dans le temps et entre indicateurs, d'inclusion, d'exclusion et de lien entre plusieurs analyses, ces outils intuitifs libèrent complètement l'utilisateur de la complexité sous-jacente, tout en le mettant à l'abri des erreurs de construction les plus grossières. Les modélisations se font à la volée, les traitements sont instantanés, les analyses par simple glisser-déposer ne brident pas l'utilisateur. Bien au contraire, elles accompagnent et stimulent son raisonnement et lui permettent de vérifier ses hypothèses et ses intuitions, en procédant par tâtonnements, par retours en arrière – sans perte de temps ni conséquences sur le système. De plus, si un cheminement s'est révélé fructueux, l'utilisateur peut le mémoriser et le partager très facilement via des outils de commentaires et de collaboration.

JOUER LA SYNERGIE PLUTÔT QUE LA CONCURRENCE

Face à cet engouement, les DSI sont prises entre deux feux. Ces nouveaux outils d'analyse et de dashboarding sont incontestablement porteurs d'une rupture attendue, qui bénéficie tant aux utilisateurs métiers qu'aux équipes informatiques dont ils allègent a priori la charge de travail. D'un autre côté, les DSI s'inquiètent de voir se multiplier des projets départementaux dispersés qui, s'ils satisfont les utilisateurs, sont susceptibles de porter atteinte à la cohérence globale du système décisionnel de l'entreprise.

Pour les DSI, la contrepartie de l'autonomie décisionnelle acquise par les directions métiers qui déploient ces solutions est en effet le risque de voir proliférer des instruments d'analyse reposant sur des technologies hétérogènes, sur des systèmes insuffisamment sécurisés et sur autant de définitions de données qu'il y a d'outils, sinon d'utilisateurs. Cela va bien sûr à l'encontre d'un des fondamentaux de la BI, à savoir : faire en sorte que toute l'entreprise parle le même langage.

LA BUSINESS INTELLIGENCE TRADITIONNELLE EST-ELLE MENACÉE ?

Comme il est illusoire d'espérer voir reculer la popularité de ces technologies, les DSI ont intérêt à jouer la carte de la complémentarité plutôt que celle de la concurrence avec l'environnement décisionnel existant. En répondant efficacement à des besoins que la BI traditionnelle ne satisfait pas, ces technologies ont indiscutablement leur place dans le système décisionnel de l'entreprise. En revanche, l'expérience prouve qu'elles ne donnent leur pleine mesure que si elles s'appuient sur un substrat décisionnel solide.

Une autre stratégie consiste à retarder l'échéance et à s'appuyer sur les partenaires éditeurs historiques car les grands acteurs de la Business Intelligence ne comptent pas laisser passer le train. Ainsi Microsoft a largement communiqué sur Powerpivot ou encore SAP peut faire valoir Xcelsius et les technologies liées à l'acquisition de Sybase. En conséquence, les DSI qui veulent renforcer les synergies entre ces deux générations d'outils, peuvent engager deux

types d'actions : d'une part, réaliser un audit approfondi de l'utilisation du système décisionnel pour identifier ce qui n'est pas utilisé et comprendre pourquoi ; d'autre part, construire le cadre méthodologique et de gouvernance dans lequel les directions métiers pourront développer leurs initiatives sans réduire à néant les années d'efforts et d'investissements BI qui ont permis de normaliser et de fiabiliser les informations de l'entreprise. Les nouveaux acteurs de la Business Intelligence ont indéniablement comme vertu de mettre en exergue deux enjeux : tout d'abord, que l'ergonomie, à l'instar de tout applicatif, est clé dans le succès d'une application analytique. D'autre part, que la conservation d'espaces de libertés reste une nécessité pour toutes les directions métiers. En cela, ils ne sont évidemment pas antinomiques de la construction de socles décisionnels solides.

A.D.

Arnaud DELAMARE, directeur du Centre Innovation de **Keyrus**, pilote aujourd'hui ce centre après avoir passé plus de 10 années au sein du Groupe à accompagner les plus grandes entreprises françaises et internationales dans l'intégration de technologies de Business Intelligence et de Performance Management. Il s'appuie dans sa mission sur une équipe dédiée d'experts répartis dans les 11 pays d'implantations du Groupe ainsi que sur un dispositif de capitalisation des savoir-faire à l'échelle du Groupe **Keyrus**.

A PROPOS DE KEYRUS

Acteur majeur du conseil et de l'intégration de solutions de Business Intelligence et d'e-Business pour les grands comptes et de solutions ERP/CRM pour le Mid Market, **Keyrus** emploie à ce jour près de 1300 collaborateurs dans 11 pays et accompagne ses clients dans l'optimisation de leur performance en leur offrant une gamme complète de prestations dans les domaines suivants :

- BUSINESS INTELLIGENCE - PERFORMANCE MANAGEMENT
- E-BUSINESS – PERFORMANCE WEB
- SOLUTIONS DE GESTION POUR L'ENTREPRISE (ERP/CRM)

Le Centre Innovation de **Keyrus**, transverse à l'ensemble des activités du Groupe, est en quelque sorte l'ADN de **Keyrus**. Il a pour mission de porter en interne, dans un premier temps, le processus d'incubation des nouvelles offres de Gestion de la Performance puis de faire bénéficier les clients du Groupe de ses expériences et nombreux tests. Il anticipe ainsi l'émergence de technologies de rupture, les évalue et les incube en mode projet, afin d'en proposer une lecture pragmatique et d'en dégager les leviers de Performance.

Le Centre Innovation de **Keyrus** conseille ainsi quotidiennement sur la base de nombreux retours d'expérience, les clients du Groupe **Keyrus**, curieux d'innovation et en quête de nouveaux avantages concurrentiels, au travers de laboratoires d'évaluation des technologies, de benchmarks ou de missions de veille technologique.

Le Groupe **Keyrus** est coté à l'Eurolist d'Euronext Paris (Compartiment C/Small caps - Code ISIN : FR0004029411 – Reuters : KEYR.LN – Bloomberg : KEYP FP)

Plus d'informations sur : www.keyrus.fr