



# Visualisation et monétisation

---

RAPPORT NUMÉRIQUE 2021

EN PARTENARIAT AVEC

[ TIVIAN ]



# Visualisation et monétisation



## Créez des visualisations pertinentes avec vos données grâce à Tableau, la plateforme analytique en libre-service novatrice qui facilite la prise de décisions data-driven

**V**isualisation et monétisation grâce à Tableau, tel est le credo de Pete Chizlett, le vice-président régional pour l'analytique embarquée chez Tableau EMEA qui aide les entreprises à transformer la manière dont elles utilisent les données.

Dans le contexte post-COVID, les grands vainqueurs seront ceux qui réussiront à se transformer par la data et à monétiser cette ressource précieuse. Tableau aide les entreprises à clarifier le partage de leurs données, grâce à une plateforme analytique en libre-service intuitive, qui permet aux utilisateurs de prendre des décisions data-driven pertinentes, de trouver des réponses à leurs questions et de générer des insights, quel que soit leur niveau de compétence.

« La course est lancée, et les entreprises se doivent d'évoluer rapidement pour survivre et s'épanouir », explique Pete Chizlett.

« Toutes les organisations disposent de données, quelle que soit leur taille, et toutes pensent à en tirer parti en externe. Cette compétition a fait émerger une nouvelle théorie de l'évolution à l'ère du digital. »

Des dizaines de milliers d'entreprises dans le monde entier, comme Charles Schwab, Verizon, Schneider Electric, Southwest Airlines ou Netflix, s'appuient sur Tableau pour voir et comprendre leurs données, et aider leurs clients à en faire de même.

La société Tableau a été fondée en 2003 à Mountain View en Californie, et est basée à Seattle, dans l'État de Washington aux États-Unis. En 2019, elle a fait l'objet d'une acquisition par Salesforce pour un montant de 15,7 milliards de dollars. Elle poursuit sa mission à grande échelle, pour aider les clients à voir et à comprendre leurs données, tout en mettant en parallèle l'accent sur la recherche et le développement.



Pete Chizlett

**PETE CHIZLETT**

FONCTION : VICE-PRÉSIDENT RÉGIONAL  
ANALYTIQUE EMBARQUÉE,  
TABLEAU EMEA

LIEU : ROYAUME-UNI

SECTEUR : LOGICIELS INFORMATIQUES

» Pete Chizlett dispose d'une expérience de plus de 25 ans dans le secteur des technologies où il a occupé diverses fonctions. Il a débuté chez Hewlett-Packard en interne puis est devenu commercial, avant d'intégrer la division Microsoft Services en 2008.

En 2012, il a pris la direction d'équipes chez Microsoft, tout d'abord pour les ventes d'applications métier, puis dans les segments Enterprise et Commercial. Il a rejoint Tableau en avril 2019 pour prendre la direction des équipes commerciales de la zone EMEA Nord, avant d'encadrer les équipes dédiées à l'analytique embarquée et aux solutions OEM. Il vit à Binfield avec sa femme et ses deux enfants.

« Salesforce a compris que la plateforme analytique pouvait lui permettre de proposer des offres innovantes à ses clients. Nous pouvons d'ores et déjà bénéficier des retombées de cette acquisition, avec l'ajout d'Einstein Discovery à Tableau ainsi que le renforcement des initiatives de recherche et développement. »

**L'objectif : voir et comprendre les données**

La mission de Tableau est d'aider les utilisateurs à voir et comprendre les données pour prendre des décisions sur la base de leurs découvertes.

« Rappelez-vous qu'avant l'arrivée des outils de business intelligence, nous utilisions essentiellement des lignes et des colonnes de chiffres, qui ne permettaient pas d'identifier facilement les anomalies ou les opportunités », explique Pete Chizlett, qui a notamment collaboré avec une compagnie aérienne pour l'aider à comprendre le problème d'absentéisme auquel elle devait faire face.

« Nous avons travaillé avec une compagnie aérienne qui n'avait absolument pas envisagé que le problème provenait des réservations avant de voir les données dans Tableau. Les données ont montré que l'absentéisme se produisait le mardi, car les employés déclarant être malades un mardi ne pouvaient être réintégrés dans la rotation avant plusieurs jours.



2003

Année de création

Plus de 50 000

Nombre d'employés dans le monde

15,7 milliards USD

Montant de l'acquisition  
par Salesforce

HISTORIQUE DE TABLEAU



« L'équipe n'aurait jamais pu le comprendre en observant une simple feuille de calcul. C'est la visualisation créée à partir des données, avec une carte de chaleur ou un graphique, qui a permis de révéler les faits. Voilà comment nous venons en aide aux entreprises. Dans ce cas précis, la satisfaction des employés s'est améliorée en modifiant les politiques de constitution des équipes, avec à la clé une augmentation du CA et un renforcement de la fidélité des clients. Bien qu'elle soit indirecte, il s'agit bien là de l'une des nombreuses formes que revêt la monétisation des données. »

Autre exemple de monétisation des données : un acteur majeur de la vente en ligne au Royaume-Uni propose à ses fournisseurs un accès payant à des informations sur les articles les mieux vendus. « Les fournisseurs peuvent ainsi affiner leurs promotions, tarifs et approvisionnements pour tous les vendeurs », explique Pete Chizlett. « Ce client aide les organisations externes à générer leurs propres insights et à les utiliser dans la prise de décision. »

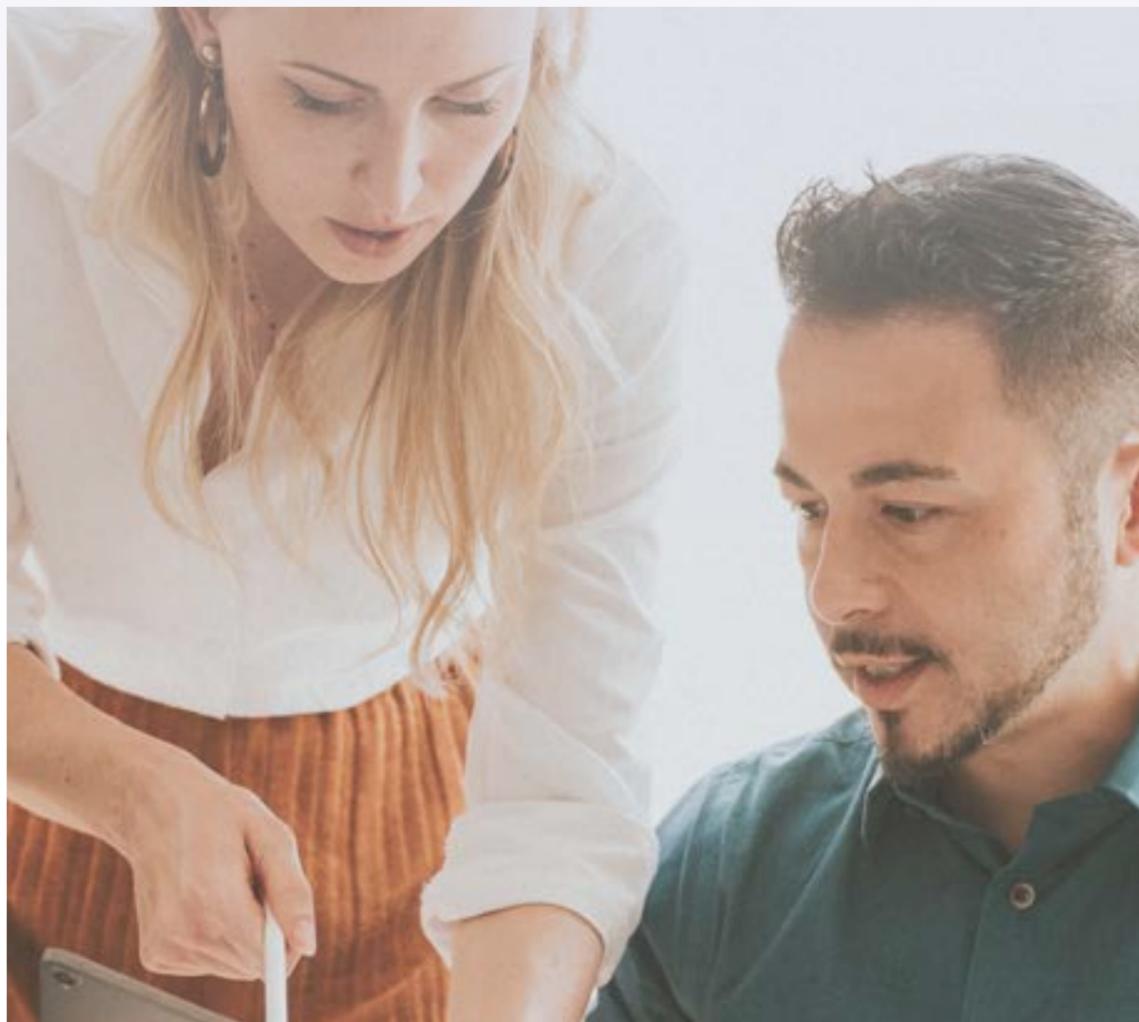
## « Visualisation et monétisation grâce à Tableau »

PETE CHIZLETT  
VICE-PRÉSIDENT RÉGIONAL  
DE L'ANALYTIQUE EMBARQUÉE, TABLEAU EMEA

**Tivian en tant que client et partenaire**

« Le principal atout de Salesforce et Tableau, c'est la confiance. Nous mettons notre expérience en la matière au service des clients, pour les guider dans leur transformation stratégique », explique Pete Chizlett. « Notre réussite dépend de leur réussite.

Lorsqu'un client utilise nos produits, nos experts en réussite client l'aident pour le déploiement et l'adoption afin d'en tirer le meilleur parti. Lorsque



## COMPRENDRE LES DONNÉES DE L'EXPÉRIENCE



« Chez Tivian, nous avons à cœur d'améliorer en permanence l'expérience des clients et des employés. Nous avons conclu des partenariats avec de nombreuses grandes entreprises, comme Ipsos, Kantar PwC et, bien sûr, Tableau Software », précise Rob Austin.

« Les données d'enquêtes figurent parmi les plus complexes. Mon équipe et moi-même avons pour mission de les rendre compréhensibles. » En ce qui concerne l'avenir, Rob Austin explique que l'entreprise se concentre actuellement sur l'approfondissement de l'IA et de l'analyse textuelle.



[ TIVIAN ]

[ TIVIAN ]

## LES DONNÉES D'EXPÉRIENCE, MOTEUR DE SOLUTIONS

Décrite comme « ouverte et créative » par son partenaire Tableau Software, la société Tivian élabore ses solutions à partir de données d'expérience en recherchant systématiquement : Pourquoi ?



Cette question simple aide Tivian à enrichir les données de ses partenaires internationaux et à améliorer l'expérience des clients, mais aussi des employés.

Tivian est l'un des leaders de la gestion des données d'expérience. Société de logiciels en tant que service (SaaS) implantée dans 35 pays depuis plus de 20 ans, Tivian s'est associée avec Tableau Software pour créer des solutions basées sur l'analyse de données internes et externes.

Rob Austin, directeur BI chez Tivian, explique : « la grande force de Tivian réside dans son extraordinaire capacité à révéler les défis auxquels les entreprises sont confrontées. Nous recueillons des données d'expérience, les analysons et les interprétons par intelligence artificielle, puis les transformons en solutions exploitables.

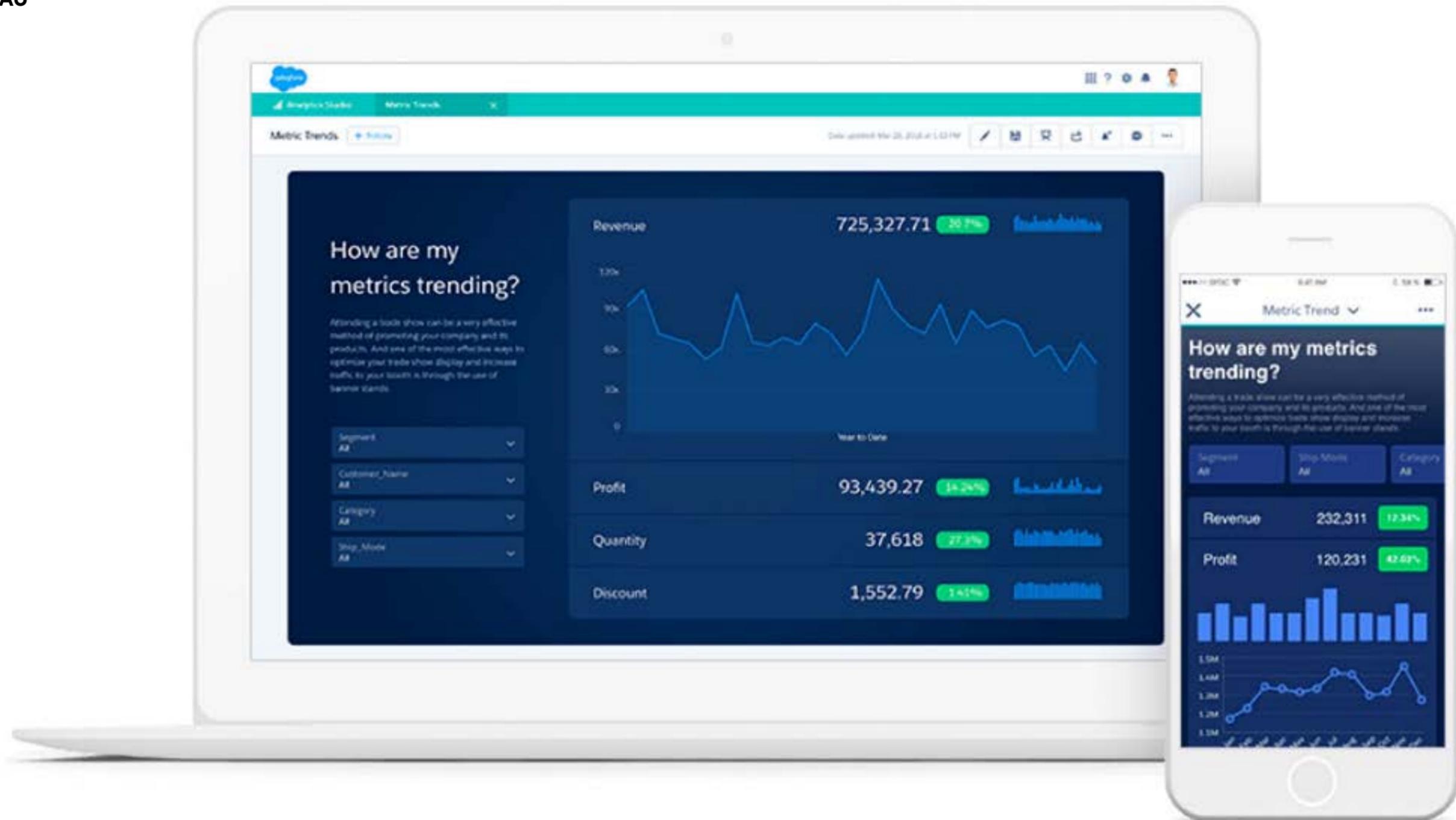
Pour moi, les données et la BI constituent une sorte de GPS qui aide à prendre des décisions. Et si on y ajoute des données d'expérience, le système de navigation devient alors capable de fournir l'état du trafic en direct. »



### AIDE À LA DÉCISION EXTERNE

Tivian se concentre sur l'aide à la décision externe. « Nous étudions aussi bien nos clients que les leurs et partageons les tableaux de bord avec eux. La question fondamentale qui nous intéresse est : « Pourquoi ? ». Pour y répondre, nous interviewons les personnes adéquates, par le biais d'études de marché. Nous cherchons à enrichir les données qui répondent à la question « Quoi ? » avec celles qui répondent à la question « Pourquoi ? » afin d'obtenir une vue la plus complète possible. »

Rob Austin explique également que l'équipe d'experts en données sur l'expérience des clients et des employés permet de différencier Tivian de ses concurrents. « Nous disposons généralement de millions de points de données que nous traitons à l'aide d'outils d'analyse textuelle et une IA de pointe. »



« Toutes les entreprises disposent de données, quelle que soit leur taille, et toutes pensent à en tirer parti en externe. Cette compétition a fait émerger une nouvelle théorie de l'évolution à l'ère du digital »

PETE CHIZLETT  
VICE-PRÉSIDENT RÉGIONAL  
DE L'ANALYTIQUE EMBARQUÉE, TABLEAU EMEA

l'utilisateur est proche de nous, nous pouvons établir un partenariat pour garantir sa réussite ainsi que celle de ses clients. Tivian, client et partenaire depuis 2014, fait preuve d'une grande ouverture et de créativité.

« Nous avons récemment commencé à collaborer de manière beaucoup plus proactive, dans le cadre de notre programme Embedded Partnership. Ce partenariat permet à Tivian d'accéder à des insights du groupe de produits Tableau, en échange de commentaires sur

les produits. Ce groupe est au plus proche de nos clients. Cela nous permet d'obtenir des insights pour développer des produits qui répondent au mieux aux besoins des clients.

« Notre programme de partenariat implique également une mise au diapason sur les objectifs métier que Tivian souhaite atteindre. Nous abordons ces objectifs ensemble, pour déterminer comment Salesforce et Tableau peuvent aider Tivian à réussir dans ses initiatives.

## TABLEAU

En travaillant avec Tivian, nous savons que nous collaborons avec un partenaire qui donne la priorité à l'innovation dans le secteur de l'analytique. Lorsque vous considérez votre produit comme le nec plus ultra en matière d'analytique, ce type de partenariat est essentiel. »

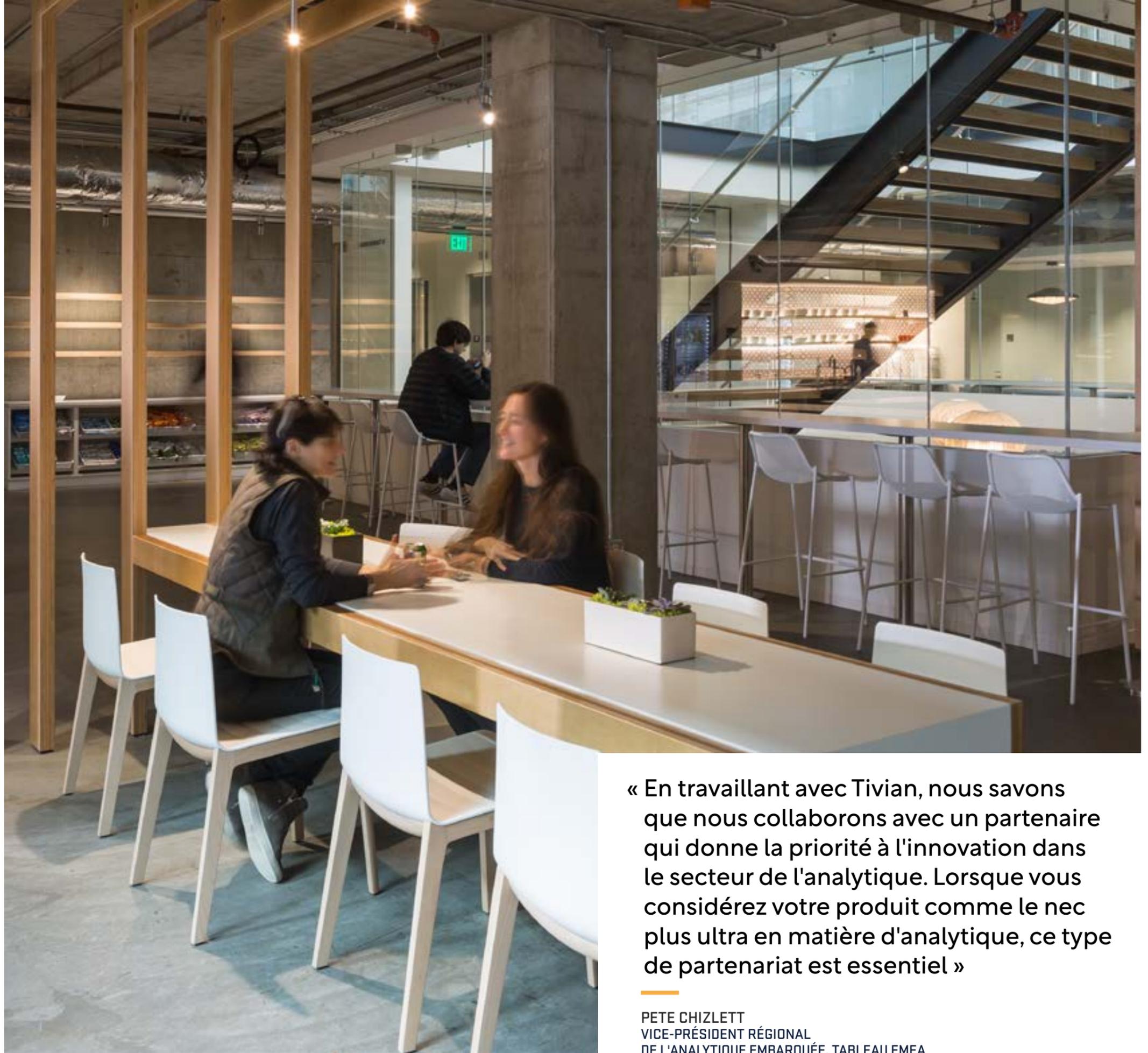
### Se démarquer de la concurrence

Comme l'explique Pete Chizlett, l'un des avantages apportés par l'intégration de l'analytique dans des portails B2B, des sites ou des logiciels pour les clients et les établissements publics est la capacité à se démarquer de la concurrence.

« Les utilisateurs et les citoyens demandent à accéder à davantage d'informations, et il est essentiel de pouvoir se démarquer. Si vous repensez aux 18 derniers mois, la demande d'informations a explosé en raison du contexte d'incertitude, et il était indispensable de générer de la valeur et de garantir une grande transparence. Il ne s'agit pas uniquement d'informer les citoyens, mais de leur fournir les insights qui leur permettront de prendre des décisions éclairées. « Il en va de même pour les entreprises.

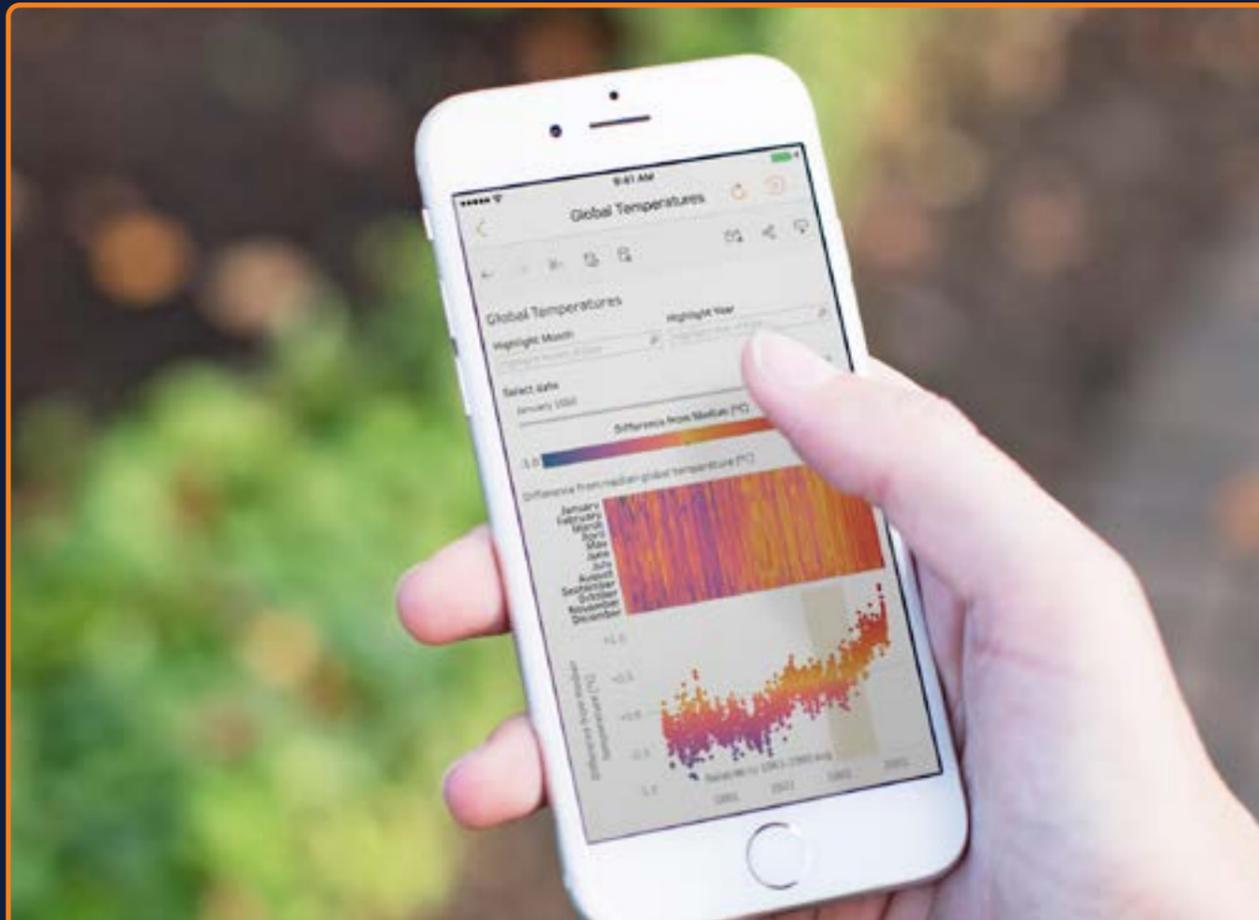
Pour les organisations B2B, l'objectif n'est pas seulement de se démarquer, mais aussi de présenter l'analytique et de la partager avec les clients, car c'est aujourd'hui plus que jamais ce qu'ils attendent. »

« Pour les fournisseurs de logiciels indépendants, il est important de se démarquer. Lorsqu'un utilisateur se connecte à une application, il s'attend à pouvoir accéder à des insights, et ne voit plus ces applications comme de simples référentiels contenant des informations. S'il n'est pas en mesure d'en retirer des insights, il considèrera l'application comme un simple emplacement de stockage pour des informations. Les référentiels ont évidemment leur utilité, mais c'est la capacité à générer des insights à partir de ces informations qui change véritablement la donne pour les clients. »



« En travaillant avec Tivian, nous savons que nous collaborons avec un partenaire qui donne la priorité à l'innovation dans le secteur de l'analytique. Lorsque vous considérez votre produit comme le nec plus ultra en matière d'analytique, ce type de partenariat est essentiel »

PETE CHIZLETT  
VICE-PRÉSIDENT RÉGIONAL  
DE L'ANALYTIQUE EMBARQUÉE, TABLEAU EMEA



« Salesforce a compris que la plateforme analytique pouvait lui permettre de garder une longueur d'avance en matière d'engagement client. Nous bénéficions d'ores et déjà des retombées de cette acquisition, avec l'ajout d'Einstein Discovery à Tableau, et un renforcement des initiatives de recherche et développement »

PETE CHIZLETT  
VICE-PRÉSIDENT RÉGIONAL  
DE L'ANALYTIQUE EMBARQUÉE, TABLEAU EMEA

#### Qu'est-ce qu'Einstein Discovery ?

S'appuyant sur le machine learning, Einstein Discovery propose des prédictions et des recommandations au cœur des workflows Tableau, pour des décisions plus éclairées.

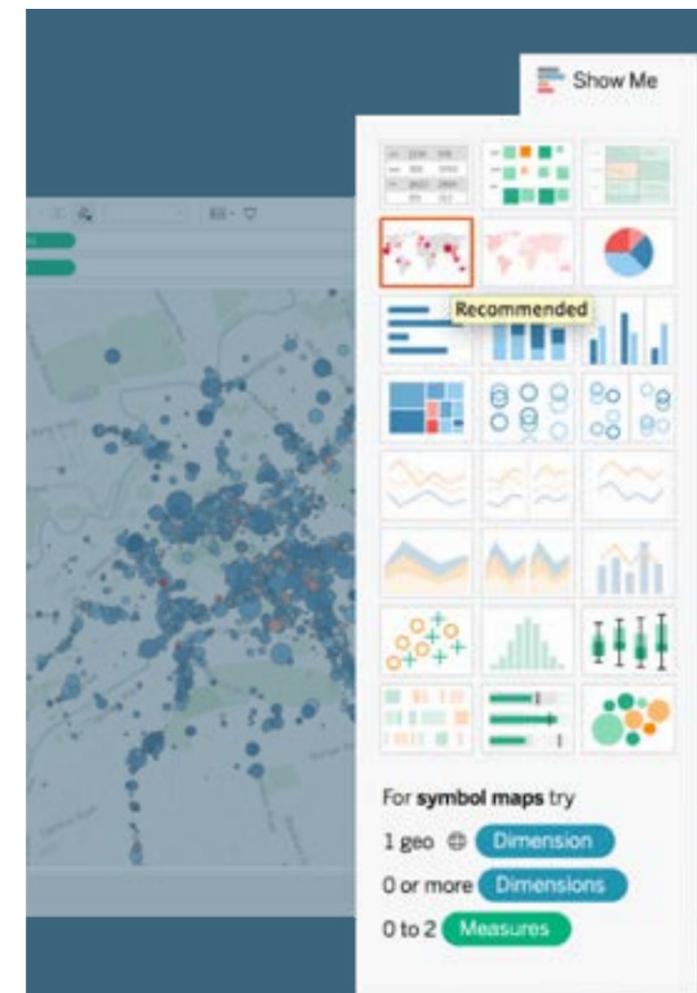
« Einstein Discovery est une solution extrêmement intuitive qui permet à chacun d'accéder à l'analytique Tableau. L'analytique devient ainsi accessible partout. Cette intégration signifie également que les clients de nos clients pourront interroger eux-mêmes les données. »

La plateforme permet aux data scientists, aux analystes et aux utilisateurs métier de toute l'entreprise de créer des modèles prédictifs puissants, sans recourir à des algorithmes. C'est un environnement intuitif et sans code qui permet à tous les utilisateurs de prendre des décisions rapidement et en toute confiance, grâce à l'IA éthique et transparente dans Tableau.

Elle permet d'intégrer l'avenir à vos décisions d'aujourd'hui en quelques clics, en incorporant des prédictions personnalisées aux conceptions Tableau que vous pourrez ensuite partager. Les insights d'Einstein Discovery s'inscrivent dans votre workflow Tableau sans interrompre votre flux d'analyse.

#### Prévisions

Pour Pete Chizlett, l'analytique embarquée a un bel avenir devant elle, avec un taux de croissance composé annuel de 14 % jusqu'en 2027.



## HISTORIQUE DE TABLEAU

La société Tableau a été fondée par Chris Stolte, Pat Hanrahan et Christian Chabot lorsque le département de la Défense des États-Unis a contacté le département informatique de l'université Stanford pour discuter d'un projet qui permettrait d'évaluer la capacité des personnes à analyser les données.

Comme l'explique Pete Chizlett, vice-président régional de l'analytique embarquée chez Tableau EMEA, Chris Stolte a été déçu par les outils alors disponibles sur le marché.

« Tout le monde connaît la suite de l'histoire : c'est ainsi que sont nés Tableau et VizQL, le moteur qui fait fonctionner la plateforme. »

« Les 10 années qui ont suivi, Chris Stolte, Pat Hanrahan et Christian Chabot ont bâti un empire de plusieurs millions de dollars, et la société a été introduite en bourse en 2013.

La raison de cette réussite ? Aucune autre solution n'était aussi conviviale, et Tableau a innové en permanence pour répondre à l'évolution des besoins des clients. »

En 2019, Salesforce a acquis Tableau pour 15,7 milliards USD, renforçant ainsi le potentiel de croissance et de recherche/développement de la société.

Marc Benioff, co-PDG de Salesforce, explique : « Nous combinons le n° 1 des CRM et le n° 1 des plateformes analytiques. »

« Tableau aide les utilisateurs à voir et comprendre leurs données, tandis que Salesforce les aide à interagir avec leurs clients et à mieux les comprendre. Grâce à cette alliance, nos clients profitent du meilleur des deux mondes pour mieux comprendre le contexte qui les entoure. »

« Le principal atout de Salesforce et Tableau, c'est la confiance. Nous mettons notre expérience en la matière au service des clients, pour les guider dans leur transformation stratégique. Notre réussite dépend de leur réussite. »

PETE CHIZLETT  
VICE-PRÉSIDENT RÉGIONAL  
DE L'ANALYTIQUE EMBARQUÉE, TABLEAU EMEA

« En période d'incertitude, les utilisateurs, les citoyens, les clients et les entreprises ont de plus en plus besoin de données pour acquérir une plus grande certitude. La pandémie a poussé bon nombre d'organisations à accélérer leur transformation digitale, qui induit obligatoirement une transformation par la data.

Chaque client dispose de données, et le volume de ces données augmente. La monétisation des données ne passe pas nécessairement par le développement de nouveaux produits, mais peut par exemple consister en l'exploitation de ces données dans le but d'acquérir un avantage concurrentiel ou de se démarquer. »

« Je pense que la résolution de problèmes et la curiosité sont des caractéristiques typiquement

humaines. Notre Communauté Tableau compte plus d'un million de membres passionnés qui cherchent à voir et comprendre les données. Si vous posez une question relative à Tableau, vous obtiendrez facilement une réponse. La réactivité et la rapidité des membres sont telles que nous ne sommes pas loin d'en faire une discipline olympique ! »

Allez plus loin avec les livres blancs Tableau :

[La puissance de l'analytique dans les solutions fintech](#)

[La valeur générée par la monétisation des données](#)





---

255 boulevard Pereire,  
75017 Paris

[www.tableau.com/fr-fr](http://www.tableau.com/fr-fr)

---

AVEC LE SOUTIEN DE :

