



# 7 meilleures pratiques pour la BI mobile

Ellie Fields, Senior Director, Gestion des produits

# La BI mobile

La BI mobile permet d'accéder aux données à tout moment, aussi bien au détour d'une conversation de couloir que lors des visites sur site et des discussions avec les clients. Les bénéfices potentiels sont énormes. La BI mobile concrétise en quelque sorte l'une des promesses de la BI : la possibilité de s'appuyer sur les données pour prendre des décisions où que l'on soit.

De plus, la BI mobile n'est pas seulement une question de lieu. C'est aussi une question de personnes. En effet, elle permet enfin à tous les utilisateurs de l'entreprise d'accéder aux données, qu'il s'agisse des commerciaux, des responsables des entrepôts, des employés du service à la clientèle ou encore des personnes qui sont rarement assises devant un ordinateur. En plaçant des outils analytiques puissants et ciblés directement sur les appareils mobiles des utilisateurs, vous mettez les données entre les mains de tous ceux qui cherchent à comprendre le contexte de leurs activités.

La BI mobile enrichit et étend la BI traditionnelle à plusieurs égards. Les analyses deviennent accessibles et exploitables sur un plus grand nombre d'appareils (smartphones, tablettes et ordinateurs portables) et répondent à des besoins plus ciblés : par exemple, trouver des données sur un client particulier en un lieu précis. Mais surtout, ceux qui cherchent des réponses sont dans un état d'esprit différent. Assis à leur bureau, ils prennent le temps d'explorer et d'analyser leurs données, alors qu'en déplacement, ils voudront obtenir des réponses rapidement pour prendre une décision. Ils attendent une expérience utilisateur en phase avec le rythme de leurs activités. Ils ne veulent pas perdre de temps à attendre.

Alors que la BI évolue pour s'adapter à la mobilité, nous vous proposons **7 meilleures pratiques** à mettre en œuvre pour une expérience réussie sur appareil mobile :

1. Évitez la prolifération des tableaux de bord.
2. Appliquez les meilleures pratiques de la visualisation de données.
3. Tenez compte des spécificités des utilisateurs en déplacement.
4. Exploitez le contexte.
5. Tirez parti de la dimension sociale de l'appareil mobile.
6. Garantissez la sécurité et l'intégration.
7. Proposez l'accès hors connexion.

## Évitez la prolifération des tableaux de bord.

La BI mobile ne consiste pas simplement à prendre vos tableaux de bord pour les mettre sur un smartphone. Il ne s'agit pas de réinventer la roue, mais simplement d'adapter l'approche. En fin de compte, il s'agit d'utiliser les mêmes tableaux de bord qu'au bureau, mais en déplacement et d'une manière légèrement différente.

Évitez le piège de la prolifération des tableaux de bord. Ne recréez pas chacun de vos tableaux de bord importants pour chaque appareil mobile différent. Cela peut sembler plus simple de prime abord, mais en fait le développement du contenu et la gestion du pipeline de données nécessitent beaucoup de temps. Il vaut mieux créer une seule fois le contenu pour le distribuer sur différents formats d'écrans : pensez à adapter les tableaux de bord existants et mettez-les à disposition sur tous les appareils nécessaires.

Cette approche nécessite une solution BI qui permette de créer vos tableaux de bord une seule fois, puis de les distribuer sur plusieurs supports. Cette solution doit par exemple détecter les différents appareils et proposer la meilleure disposition pour chacun d'eux. Si votre solution vous oblige à créer un nouveau tableau de bord, et à avoir un nouveau pipeline de données, pour chaque appareil, vous passerez énormément de temps à rectifier les inévitables disparités entre les différentes sources. Si vous adaptez vos tableaux de bord plutôt que de les recréer, vous pouvez gagner beaucoup de temps et réduire les fastidieuses opérations de maintenance.

Pour plus d'informations, lisez notre article de blog sur la **création de tableaux de bord pour appareils mobiles.**



Alors, comment adapter les tableaux de bord à une utilisation sur mobile, plutôt que de les recréer ? En appliquant les meilleures pratiques de la visualisation et en tenant compte des nouvelles habitudes de vos interlocuteurs.

## Appliquez les meilleures pratiques de la visualisation de données.

La taille d'affichage des tablettes, bien que supérieure à celle des smartphones, reste inférieure à celle des ordinateurs de bureau. C'est sur les smartphones que l'espace est le plus réduit. Cette différence a un impact important sur la manière dont les utilisateurs consultent leurs données et interagissent avec elles.

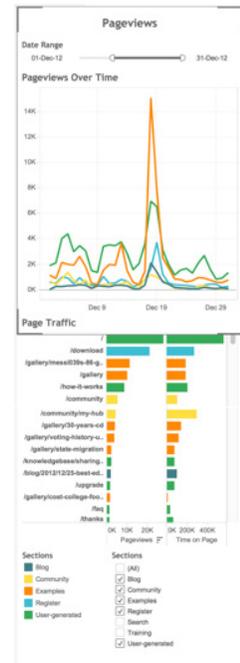
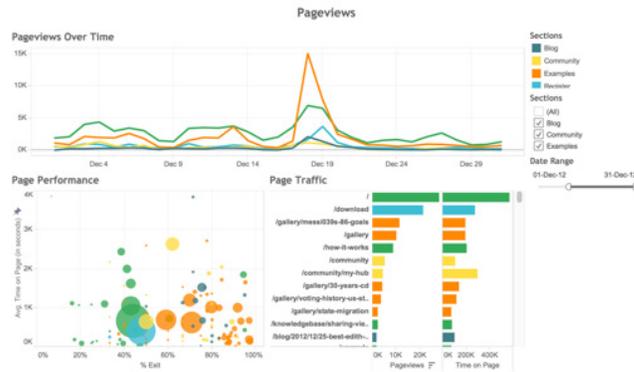
Tout est une question d'utilisation judicieuse de l'espace. Même sur un petit écran, vous avez assez de place pour présenter vos données si vous suivez les règles de base.

Voici quelques conseils pour la publication de contenu sur l'espace réduit d'une tablette.

1. Placez la vue la plus importante en haut à gauche. C'est là que les utilisateurs posent naturellement les yeux au début.
2. Ne mettez pas plus de 2 à 4 vues dans votre tableau de bord. Avec un écran encombré, le tableau de bord est moins pratique à utiliser en déplacement.
3. N'abusez pas des légendes et des filtres. Conservez uniquement ce qui est indispensable pour vos visualisations et tableaux de bord. Par exemple, si les couleurs sont déjà identifiées dans la vue, avez-vous vraiment besoin d'une légende ?
4. Plus c'est gros, mieux c'est. Utilisez des repères de grande taille pour faciliter la sélection tactile. Ajoutez des titres pour donner davantage de contexte aux utilisateurs.

Pour vos dispositions destinées aux téléphones mobiles, suivez ces conseils.

1. Si vos utilisateurs emploient principalement leur smartphone, empilez vos vues verticalement. Ainsi, chacune restera facile à utiliser.
2. Adaptez votre premier tableau de bord à l'écran initial, en mode portrait ou paysage. Pour les vues suivantes, proposez un défilement vertical à l'utilisateur, plutôt qu'un défilement horizontal. Affichez le titre de la vue suivante au bas du premier écran, pour indiquer qu'il y a encore du contenu à consulter.
3. Placez vos filtres et légendes tout en bas de la visualisation. Si vous pensez qu'un filtre est absolument indispensable, placez-le sous le titre en haut. C'est ce que vos utilisateurs verront en premier.



Lorsque vous pouvez créer le contenu une fois pour toutes, l'interactivité est automatiquement optimisée pour les écrans tactiles. Vous ne devriez pas avoir à créer une version différente de chaque tableau de bord pour vos utilisateurs mobiles.

La version pour smartphone a été simplifiée pour afficher les vues les unes en dessous des autres. Ici, la vue la plus importante, Pageviews over time, est plus grande et placée en haut. Le filtre de date figure également en haut. Le titre de la vue suivante s'affiche au bas de l'écran, à côté du cadre. Le nuage de points a été entièrement supprimé, car il ne convient pas aux besoins des utilisateurs mobiles.

Pour plus d'informations, suivez notre [webinaire sur les meilleures pratiques de la visualisation](#).

## Tenez compte des spécificités des utilisateurs en déplacement.

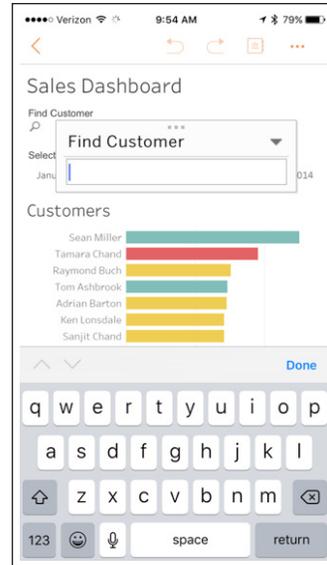
Autre différence majeure entre les appareils mobiles et les ordinateurs de bureau pour la publication d'analyses : vos interlocuteurs n'ont pas le temps de creuser. Ils vont probablement rechercher des informations générales ou au contraire très précises, pour des actions immédiates.

Pour votre plate-forme analytique, vous devez dans l'idéal opter pour un prestataire qui concevra l'expérience mobile à partir de zéro. Vous pouvez également adapter votre contenu pour les appareils mobiles. Voici ce que vous devez prévoir pour vos tableaux de bord destinés à être consultés sur appareil mobile :

1. **Autorisez l'exploration des niveaux de détail.** Vos tableaux de bord doivent servir de point de départ. Votre solution doit permettre d'accéder aux détails des différentes catégories de données. Les utilisateurs pourront ainsi suivre le cheminement naturel de leur propre réflexion. Par exemple, un rapport sur la productivité et sur la satisfaction client dans vos centres d'appels doit permettre d'explorer précisément les données sur les horaires de travail et sur les employés de chaque centre. Si ce n'est pas le cas, vous ne pourrez pas repérer les problèmes.

2. **Proposez des filtres adéquats aux employés en déplacement.**

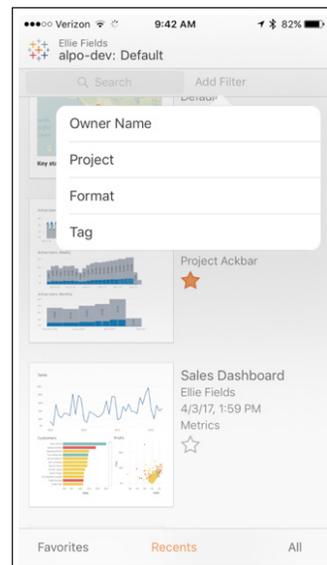
Vous créez une vue pour un technicien qui intervient chez les clients ? Ajoutez un filtre de recherche de client plutôt que de l'obliger à parcourir les secteurs d'activité ou les emplacements. Mais n'en faites pas trop : avec le bon ensemble de filtres, ni trop ni trop peu, vos employés feront un meilleur usage de la BI mobile.



Proposez des filtres adaptés aux tâches de vos utilisateurs. Un commercial peut par exemple avoir besoin de retrouver rapidement un client particulier.

3. **Proposez la recherche de contenu.**

Dans un tableau de bord, il est important de trouver les informations nécessaires. Mais cela n'a de sens que si vous pouvez d'abord trouver le bon tableau de bord. La plupart des entreprises ont des dizaines, voire des centaines de rapports. Donnez-leur la possibilité de stocker dans un emplacement centralisé et visible les tableaux de bord qui sont utilisés le plus souvent. Présentez-leur aussi le contenu le plus récent. Enfin, facilitez la recherche de contenu par projet, auteur ou autres paramètres, pour qu'ils trouvent ce dont ils ont besoin.



Comment retrouver un tableau de bord déjà consulté ? La recherche de contenu, rapide et efficace, est cruciale dans la BI mobile.

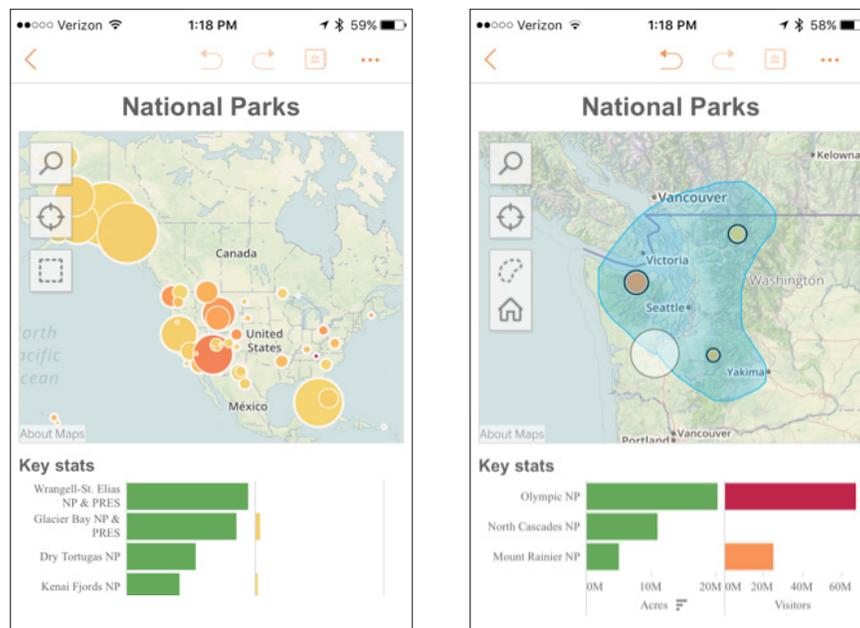
Pour découvrir de nouvelles manières de présenter des informations, demandez à vos utilisateurs lesquelles sont les plus difficiles à obtenir, et à quel moment ils en ont besoin. Suivez l'un d'eux pendant une journée et observez son quotidien. Notez à quels moments il a besoin d'informations, ce qu'il parvient à obtenir et à quelle vitesse.

Enfin, demandez-vous si vos utilisateurs ont besoin d'une formation. Si l'expérience mobile manque d'accessibilité, ils auront besoin de temps pour l'assimiler. Et si vos utilisateurs doivent apprendre de nouvelles interactions pour utiliser votre contenu sur appareil mobile, ils ne seront pas motivés. Privilégiez une interface familière et intuitive.

## Exploitez le contexte.

Pour beaucoup, la mobilité est associée à une version dégradée de l'expérience utilisateur avec un navigateur : l'écran est plus petit et les sources de distraction sont nombreuses. Pourtant, les possibilités n'en sont pas moins énormes. Lorsqu'un utilisateur est en déplacement et fait ce qu'il ne pourrait pas faire au bureau, cela vous donne l'opportunité de vous appuyer sur le contexte.

L'élément le plus utile dans le contexte, c'est le lieu. Sur un smartphone, le GPS permet de trouver plus vite ce que l'on cherche. Le responsable d'une grande chaîne de magasins peut par exemple vouloir un tableau de bord filtré automatiquement en fonction d'un magasin dès qu'il y met les pieds, grâce aux données GPS. Lisez [cet article](#) pour mieux comprendre ce concept et voir une démonstration du filtrage par géolocalisation.



Les commandes de géolocalisation vous permettent d'utiliser le contexte pour trouver des informations plus rapidement.

Pour autant, la géolocalisation n'est pas le seul moyen d'obtenir du contexte avec un appareil mobile. Benedict Evans nous en dit plus sur l'utilité du capteur de l'appareil photo de nos smartphones : « Le capteur d'images de nos smartphones est en train de devenir un capteur universel qui joue le rôle de source d'informations. » En effet, vous pouvez utiliser votre appareil photo pour lire des codes-barres ou des codes QR. À l'avenir, la détection d'images vous aidera probablement à sélectionner des éléments dans vos données.

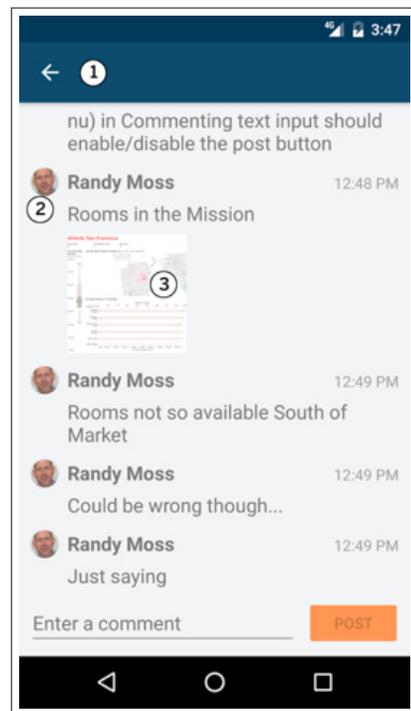
## Tirez parti de la dimension sociale de l'appareil mobile.

Les smartphones et tablettes sont, chacun à sa manière, des appareils à dimension sociale. À la base, un smartphone est un appareil personnel pour la communication. Il propose des applications pour envoyer et recevoir des SMS et des appels, mais aussi des applications plus professionnelles, comme Slack ou Chatter. En général, lorsqu'un utilisateur en déplacement utilise ses données, c'est pour une tâche particulière. Combiner l'analytique aux fonctionnalités de communication d'un appareil mobile permet par exemple de faciliter l'envoi de l'image d'un tableau de bord à un collègue, avec des commentaires.

La dimension sociale des tablettes est plus particulière. Ces appareils sont pratiques à transporter, démarrent instantanément et peuvent facilement changer de mains. Les commerciaux ont notamment adopté l'analytique mobile pour la collaboration autour des données lorsqu'ils n'ont pas accès à un projecteur. Ils peuvent utiliser leur tablette en discutant avec leurs clients, que ce soit le gérant d'un restaurant ou un médecin. Les données les aident à passer d'un discours commercial à un discours de conseiller.

Voici comment favoriser les échanges.

1. Autorisez les commentaires sur les vues pour éviter que les questions et les observations se perdent.
2. Proposez le filtrage interactif, le tri, la vue panoramique et le zoom pour permettre aux utilisateurs de manipuler les données en direct pendant une réunion.
3. Assurez-vous que votre solution soit suffisamment rapide pour suivre le rythme de la discussion. Si le tableau de bord ne se charge pas rapidement, les intervenants ne disposeront pas des informations nécessaires au bon moment.
4. Demandez-vous si vous avez besoin de fonctionnalités hors connexion, par exemple des instantanés récemment mis à jour pour vos données.



L'utilisation de commentaires favorise l'engagement des utilisateurs pour les analyses clés.

Tirez parti des possibilités de collaboration qu'offrent les appareils mobiles, non seulement pour obtenir des réponses, mais aussi pour faciliter la prise de décision.

## Garantissez la sécurité et l'intégration.

Les utilisateurs ont horreur d'avoir à se connecter sur un appareil mobile. C'est frustrant, ça les déconcentre et ça les empêche d'utiliser leurs données. Pourtant, les entreprises doivent prendre des mesures pour sécuriser leurs données et s'assurer que la perte d'un appareil ne viendra pas compromettre l'intégrité d'informations confidentielles. Que faire ? Plusieurs approches permettent de garantir à la fois la sécurité des données et la satisfaction des utilisateurs.

1. Utilisez une solution de gestion des appareils mobiles (MDM) comme Airwatch, MobileIron, Good ou Citrix. Cela permet de distribuer des applications, des données et des configurations en toute sécurité à des utilisateurs vérifiés.

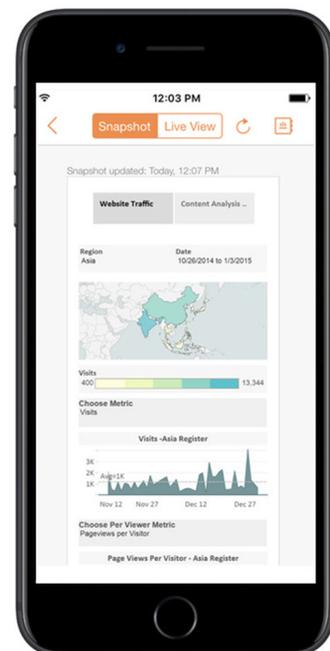
Ces systèmes offrent d'autres possibilités :

2. Supprimez des applications et des données à distance en cas de perte de l'appareil.
3. Dirigez les utilisateurs vers des serveurs spécifiques pour faciliter la connexion.
4. Fournissez les versions les plus récentes des applications aux utilisateurs.
5. Vérifiez que le fournisseur de votre application mobile utilise des connexions réseau sécurisées lorsque celle-ci demande des données au serveur.
6. Faites en sorte que vos applications analytiques mobiles chiffrent les données au repos.
7. Utilisez un système d'authentification unique (SSO) comme SAML pour que les utilisateurs puissent facilement s'identifier sur leurs appareils et rester connectés en toute sécurité.

Lisez l'article de notre blog [sur la gestion des déploiements mobiles](#) avec AirWatch ou MobileIron.

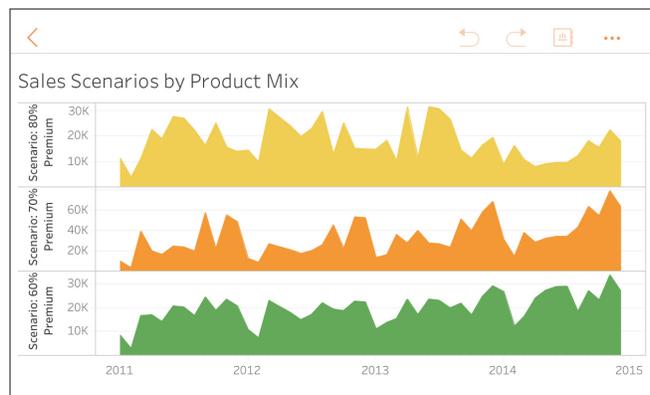
## Proposez l'accès hors connexion.

Les utilisateurs ne disposent pas forcément d'un smartphone et d'une connexion sans fil lorsqu'ils doivent accéder aux données. L'accès hors connexion est indispensable pour travailler sur un réseau lent ou sans réseau. La solution la plus simple pour offrir un accès hors connexion est de proposer des instantanés des tableaux de bord les plus utilisés. Ces instantanés doivent pouvoir s'actualiser automatiquement en arrière-plan. Ainsi, vous disposez toujours des données les plus actuelles lorsque vous passez hors connexion, sans avoir à procéder vous-même à l'actualisation.



En raison des limitations des appareils mobiles, il est cependant difficile d'y conserver énormément de données pour réaliser des analyses complexes. Néanmoins, la situation va s'améliorer grâce aux améliorations à venir en matière de mémoire et de bases de données mobiles. Optez pour une stratégie qui vous permette de tirer parti de nouvelles fonctionnalités sans avoir à effectuer vos propres développements chaque fois que vous souhaitez changer d'approche. Si vous choisissez un prestataire d'analytique mobile qui s'investit fortement dans l'amélioration de sa solution, vous aurez l'assurance de toujours profiter des mises à niveau.

Vous pouvez prendre les devants et vous assurer que toutes les informations pertinentes sont visibles dans les vues principales. Ainsi, vos utilisateurs mobiles peuvent en profiter lorsqu'ils passent hors connexion. S'ils ont par exemple besoin de voir les ventes et les coûts sous différents angles, êtes-vous en mesure de rendre ces informations visibles dans vos tableaux de bord ?



Les instantanés sont un moyen simple et rapide de mettre les données à disposition hors connexion. Si vous optez pour cette approche, créez des vues pour mettre les informations cruciales en évidence, et testez des outils d'actualisation automatique pour que les utilisateurs n'aient pas à se soucier de rechercher les instantanés les plus récents.

## Conclusion

La BI mobile va enfin permettre à un secteur d'activité vieux de 30 ans de tenir ses promesses : donner accès à l'information quand il faut et où il faut. Mais pour tirer le meilleur parti de la mobilité, vous avez besoin d'une stratégie qui s'appuie sur vos ressources BI existantes, tout en les adaptant à un environnement mobile.

Les meilleures pratiques que nous présentons ici sont toutes indispensables à la réussite d'un projet de BI mobile. Ensemble, elles vous permettront d'aborder résolument l'ère de la mobilité. Mais ne vous reposez pas sur vos lauriers. La collaboration, l'analytique et la sécurité vont continuer d'évoluer à mesure que la BI va sortir du cadre du bureau.

Chez Tableau, nous vous aidons à accéder aux données là où vous en avez besoin. Tableau Mobile est le moyen le plus rapide de garder vos données à portée de main sur smartphone ou tablette. Grâce à sa fluidité, vous pouvez passer de la question à la réponse en quelques gestes simples. Effectuez des sélections, filtrez vos données et explorez-les en détail pour interagir avec des visualisations et tableaux de bord optimisés pour les interfaces tactiles. Vous pouvez ajouter des calculs et des filtres, et même tester différents types de visualisations avec Montre-moi, et voir vos données, interagir avec elles et travailler par itération où que vous soyez. Pour en savoir plus sur Tableau Mobile, rendez-vous sur [tableau.com/fr-fr/products/mobile](http://tableau.com/fr-fr/products/mobile).

# À propos de Tableau

Tableau aide les utilisateurs à transformer leurs données en informations exploitables qui marquent les esprits. Connectez-vous facilement à vos données, peu importe leur format ou leur emplacement de stockage. Réalisez rapidement des analyses ad hoc pour identifier des opportunités à explorer. Créez des tableaux de bord interactifs par glisser-déposer avec l'analytique visuelle avancée, puis partagez-les dans toute l'entreprise pour permettre à vos collègues d'explorer les données comme ils l'entendent. Des grandes multinationales aux startups naissantes en passant par les TPE, tout le monde utilise la plate-forme analytique de Tableau pour voir et comprendre les données.

## Ressources

[Tableau Mobile](#)

[Aide de Tableau Mobile](#)

[Guide des meilleures pratiques de l'analytique visuelle](#)

