

Et si vous monétisiez
vos données ?



La valeur des données

Les professionnels attribuent de plus en plus de la valeur à leurs données. Les revenus générés à travers des business models de la donnée et de l'analytique deviennent un indicateur clé du succès de la transformation numérique.

Prévision Gartner : « D'ici 2022, 90 % des stratégies d'entreprise citeront explicitement l'information comme une ressource vitale de l'entreprise et l'analytique comme une compétence essentielle. »

Source : [« Why Data and Analytics Are Key to Digital Transformation »](#) (Le rôle clé des données et de l'analytique dans la transformation numérique, Smarter with Gartner, 8 mars 2019)

Qu'est-ce que la monétisation des données ?

Voici la définition proposée par le glossaire IT de Gartner :

« La monétisation des données consiste à **utiliser des données pour en retirer des avantages économiques quantifiables**. Cela peut comprendre des méthodes indirectes, comme l'amélioration mesurable des performances commerciales, des conditions avantageuses offertes par des partenaires, l'échange d'informations, la transformation des données en produits (c'est-à-dire la création d'offres basées sur les données), « l'informationnalisation » des produits (lorsque l'information est une valeur ajoutée pour une offre existante) ou la vente directe de données (indépendante, ou via un courtier en données). »

Source : [« Data Monetization »](#) (monétisation des données, glossaire IT de Gartner)

Les diapositives suivantes contiennent des résultats d'enquête du « Business Application Resource Center » (BARC), en rapport avec son étude « *Monétisation des données : cas d'utilisation, mise en œuvre et valeur ajoutée* ».

[Cliquez ici pour accéder au rapport complet.](#)

...ps://online.
...Sales/SalesScoreCard?:embed
...compar=ves" width="800" height="600"></iframe>

Quelles entreprises monétisent déjà leurs données ?

La monétisation des données n'en est encore qu'à ses débuts.

De grandes entreprises des secteurs du commerce de détail, des services, de la finance et de la banque ouvrent déjà la voie. L'IT et le secteur public offrent moins de produits axés sur les données.

- 17 % des entreprises ont intégré la monétisation des données dans leurs processus

- 25 % des entreprises : plus de 10 000 employés
- 23 % des entreprises : entre 1 000 et 9 999 employés



- 12 % préparent ou pilotent une initiative de monétisation des données
- 27 % ont des projets de monétisation immédiats ou à long terme
- 20 % n'ont pas de projets actuellement, mais envisagent la monétisation pour l'avenir

Cas d'utilisation courants

Les grandes quantités de données collectées sont souvent utiles pour d'autres.

Enrichir ces données ou partager les résultats des analyses peut donner de précieux insights qui dicteront les changements à apporter aux produits et services, aux processus métier ou aux business models.

C'est souvent ce qui permet de déceler des risques potentiels ou de nouvelles opportunités.

Utilisations fréquentes des résultats des analyses :

- Profilage des clients
- Personnalisation
- Amélioration des ventes et du marketing
- Détection des fraudes
- Évaluation de la solvabilité
- Gestion des essais cliniques
- Maintenance prédictive

Utilisations fréquentes des données de benchmarking :

- Monétisation des données client anonymisées et segmentées
- KPI (comportement du client ou performances)
- Analyse de la solvabilité
- Utilisation de données télématiques
- Développement de la stratégie de l'entreprise
- Analyses des cycles Purchase-to-order ou Order-to-Cash

Les cas d'utilisation peuvent faire émerger de nouveaux business models

La monétisation des données permet souvent de différencier des produits ou services existants d'une façon inédite.

Parfois aussi, de nouveaux services peuvent donner lieu à des business models totalement nouveaux.

- Personnalisation de produit
- Amélioration des interfaces utilisateur
- Gamification des produits pour plus d'engagement
- Amélioration de l'expérience client grâce à des chatbots
- Scoring client afin de guider les activités marketing
- Prévisions pour la gestion de l'énergie

Les avantages de la monétisation des données



Les principaux obstacles à la monétisation des données



« Avec le RGPD, les entreprises veillent plus à la **sécurité des données**. Pour beaucoup, les risques liés à l'utilisation des données pour la monétisation interne et externe l'emportent sur les avantages potentiels. Il faut clarifier ce qui est possible et réalisable dans le cadre de ces nouvelles réglementations. »

Étude BARC : « *Data Monetization – Use Cases, Implementation and Added Value* » (Monétisation des données : cas d'utilisation, mise en œuvre et valeur ajoutée)

La monétisation est-elle pour vous ?

Ne manquez pas une opportunité en or de monétiser vos données.

Si l'idée vous séduit, voici quelques éléments clés à considérer.

- Vos données sont-elles **pertinentes pour votre audience**, **statistiquement significatives** en termes de volume et **exclusives ou uniques** pour votre organisation ?
- Pouvez-vous **préparer et présenter** vos données clairement, en montrant leur exactitude, exhaustivité et contexte, afin que vos acheteurs sachent qu'elles sont **dignes de confiance** ?
- Pouvez-vous proposer vos données d'une façon **sûre et sécurisée**, en réduisant les risques de piratage ou d'accès par des tiers ?
- Êtes-vous en mesure de respecter les **règles de conformité et de confidentialité des données** ? Avez-vous, par exemple, les autorisations nécessaires pour collecter, anonymiser et distribuer les données sans être soumis à d'importantes restrictions ?
- Votre structure est-elle prête à développer de nouvelles initiatives pour la monétisation des données, notamment au niveau des **talents et ressources**, de la **technologie**, des **stratégies de commercialisation**, etc. ?

Que peut vous apporter une plate-forme analytique moderne ?


Des données prêtes pour la monétisation :

- Nettoyez, préparez et enrichissez les données avec des sources supplémentaires
- Anonymisez les données client ou personnelles
- Agrégez ou séparez les données en fonction des audiences

Accélération des délais de mise sur le marché :

- Tirez parti d'une analytique efficace au lieu de partir de zéro
- Profitez des intégrations natives aux sources de données, technologies d'authentification, etc.
- Expérimentez la flexibilité du déploiement et la facilité de l'accès aux données (y compris des applications et portails personnalisés)

Valeur ajoutée pour les utilisateurs finaux :

- Expérience utilisateur intuitive, moderne et en libre-service
 - Collaboration et interactivité dépassant les possibilités des rapports statiques
- 

Étude de cas

Avec Tableau, Airlines Reporting Corporation booste sa BI et son chiffre d'affaires

- Tableaux de bord Tableau embarqués dans 6 solutions BI, représentant plusieurs millions de dollars de revenus
- Accélération du prototypage et de la création de rapports (plusieurs mois gagnés)
- Meilleur engagement client grâce à des solutions data basées sur Tableau
- Plus de 94,7 milliards de dollars de données transactionnelles traitées en 2018, pour 235 compagnies aériennes et plus de 12 000 agences de voyage

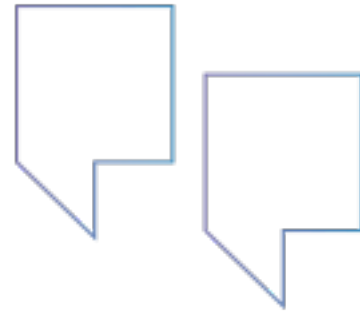
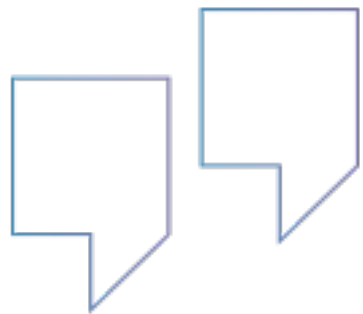


Tableau a fourni aux clients d'ARC les insights complets, l'analytique avancée, la visibilité sur les performances et le benchmarking dont ils avaient besoin pour renforcer leurs partenariats et booster leur efficacité opérationnelle. Ils apprécient tout particulièrement l'analytique accessible directement dans leurs tâches et la possibilité de suivre facilement les tendances des ventes.

— Shital Sabne, Manager, Product Design & Data Solutions, Airlines Reporting Corporation

[Cliquez ici pour accéder au descriptif complet.](#)



Pourquoi choisir Tableau pour l'analytique embarquée ?

Tableau est un leader du secteur tourné à 100 % vers la data et l'analytique moderne. Sa plate-forme analytique peut être embarquée dans votre solution, ce qui vous permet de concentrer tous vos efforts sur le développement de celle-ci et ainsi d'économiser du temps, des ressources et de l'argent.

Créez des offres uniques et de qualité pour générer davantage de revenus avec vos produits actuels et vos nouvelles solutions.

Fournissez une analytique visuelle et interactive pour assurer la réussite de vos clients et favoriser l'adoption du produit.

Pour en savoir plus : tableau.com/fr-fr/embedded-analytics

Autres ressources

[Étude BARC : Monétisation des données : cas d'utilisation, mise en œuvre et valeur ajoutée](#)

[Webinaires sur la monétisation des données](#)

[7 critères à prendre en compte pour la BI embarquée](#)

[Transformez vos données en produits : du data scientist au business owner](#)



