

**keyrus**  
make data matter

A man with short, light brown hair and a slight smile is the central focus. He is wearing a dark grey, zip-up jacket over a dark polo shirt with a white stripe on the collar. He stands behind a desk with a computer mouse and a pen. The background is a blurred office environment with shelves and lights.

# Livre blanc pour vendredi noir

Le *modern stack* hybride  
pour repenser **Black Friday**

# Livre blanc pour vendredi noir

## Le *modern stack* hybride pour repenser **Black Friday**

Les entreprises contemporaines gagnent en autonomie, et cherchent à répondre dynamiquement aux demandes du marché, grâce à des technologies avancées. Plus que jamais, elles se concentrent sur la qualité des données, avec un accent sur les technologies d'IA. Cela leur permet d'analyser en profondeur les tendances du marché, les préférences des consommateurs, et leurs performances opérationnelles.

A cette recherche des performances viennent désormais s'ajouter les questions de responsabilité environnementale et de gestion des coûts. La réponse à cette quadruple problématique commerciale, opérationnelle, environnementale et financière se situe probablement dans l'adoption de ce qu'on appelle le *modern stack hybride*, une combinaison stratégique de solutions *on-cloud* et *on-premise*, qui offre une flexibilité sans précédent.

Pour le *Black Friday*, cette approche hybride semble particulièrement pertinente puisqu'elle favorise une gestion optimale de la croissance et des pics d'activité conséquents.

Evolutive, robuste, efficace, et durable, cette solution permet en effet aux retailers d'adapter rapidement leur activité aux fluctuations de la demande et d'optimiser l'utilisation des systèmes informatiques, contribuant ainsi à une meilleure empreinte carbone et à une réduction des coûts énergétiques et financiers.

Ainsi, la gestion de la croissance du *Black Friday* se présente comme un exercice d'équilibre, et les promesses du *modern stack* hybride dépassent de loin les enjeux du célèbre marronnier d'automne ; novembre n'a pas tout dit...

Installez-vous confortablement, on vous raconte l'essentiel.

Images générées par Midjourney, avec la consigne : « Photo realistic portrait of a retail marketing manager in casual gear, working on optimising business results, processes and performance for Black Friday. »



## L'innovation technologique au cœur du *Black Friday*

L'innovation technologique est devenue un pilier incontournable dans la croissance des entreprises, en particulier lors d'événements commerciaux d'envergure tels que le *Black Friday*. Cette période, synonyme de forte activité commerciale, exige des entreprises une réactivité et une adaptabilité accrues, rendues possibles grâce aux progrès technologiques. Les entreprises, de plus en plus autonomes, s'arment de technologies avancées pour répondre de manière dynamique et efficace aux exigences fluctuantes du marché. Cette autonomie, soutenue par l'innovation, transcende la simple liberté décisionnelle pour embrasser une capacité d'adaptation rapide aux tendances changeantes.

Au cœur de cette transformation se trouve la data, utilisée de manière stratégique pour éclairer et guider les décisions commerciales. La qualité de cette data, analysée par des outils d'intelligence artificielle (IA), fournit une compréhension approfondie des tendances du marché et des préférences des consommateurs. Par exemple, des détaillants utilisent l'analyse prédictive pour anticiper les produits les plus demandés pendant le *Black Friday*, permettant ainsi un stockage optimisé et une réduction significative des invendus. De même, des plateformes de vente en ligne emploient des algorithmes d'IA pour recommander des produits personnalisés à leurs clients, augmentant ainsi les taux de conversion et la fidélité client.

La gestion des pics d'activité, autre défi central du *Black Friday*, nécessite quant à elle des solutions technologiques évolutives et résilientes. La technologie moderne permet aux entreprises de prédire avec précision ces pics de demande et de s'y préparer efficacement. Par exemple, les systèmes de gestion de la chaîne logistique basés sur le cloud permettent une synchronisation en temps réel des inventaires et des opérations de livraison, assurant ainsi une réponse fluide et rapide aux fluctuations de la demande. De même, les solutions de gestion de la relation client (CRM) alimentées par l'IA offrent un aperçu en temps réel des comportements des clients, permettant aux entreprises de réagir rapidement aux changements de préférences ou aux problèmes de service.

Image générée par Midjourney, avec la consigne (prompt) :  
« Cover illustration of a White paper for retailers about optimising business results, processes and performance for Black Friday, with AI computing and Data. »



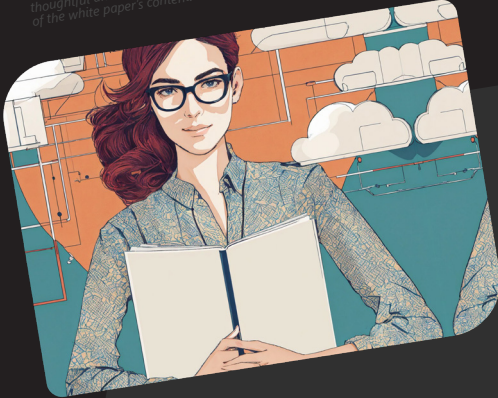
En résumé, le *Black Friday* exige des entreprises une intégration judicieuse de l'innovation technologique dans leurs stratégies commerciales. Celles qui adoptent et mettent en œuvre efficacement ces technologies se trouvent mieux équipées pour non seulement répondre aux défis de ce pic commercial, mais aussi pour se positionner de manière avantageuse dans un marché de plus en plus compétitif et exigeant.

Mais ces innovations technologiques, bien que cruciales pour la gestion efficace des exigences du *Black Friday*, ne représentent qu'une facette de la stratégie globale des entreprises. L'impact de ces technologies s'étend au-delà de la performance opérationnelle immédiate, touchant des aspects plus vastes et fondamentaux des opérations commerciales, ce qui nous amène à deux autres aspects cruciaux (et liés) de la stratégie d'entreprise : la responsabilité environnementale et la gestion économique.

En effet, alors que les entreprises continuent d'évoluer dans un paysage commercial de plus en plus axé sur la durabilité, la manière dont elles intègrent ces considérations dans leurs stratégies globales devient primordiale.

“ La **gestion des pics** d’activité, autre défi central du Black Friday, nécessite quant à elle des **solutions technologiques évolutives et résilientes.** ”

Image générée par Lexica Aperture v3.5, avec la consigne :  
« Create a portrait of a woman, dressed in smart yet casual outfit, holding or reading the white paper. The background should be sleek and professional, with subtle hints of technology, such as digital patterns or abstract representations of cloud computing and AI. The overall color scheme should be modern and understated, convey a sense of technology and professionalism. The man should appear thoughtful and engaged, reflecting the serious and innovative nature of the white paper's content. »



## Croissance. Performance. Responsabilité.

Cela ne vous aura pas échappé, la conscience environnementale est en augmentation constante et les entreprises sont de plus en plus appelées à intégrer la responsabilité environnementale dans leurs stratégies globales.

Tout le monde s'y met, et c'est une bonne chose. Par exemple, une grande chaîne de mode a récemment lancé une initiative visant à réduire son empreinte carbone en optimisant ses chaînes d'approvisionnement et en utilisant des matériaux plus durables, montrant ainsi comment les considérations environnementales peuvent être intégrées dans les décisions commerciales. De même, dans le secteur de l'électronique, des entreprises innovent en recyclant les composants et en utilisant des matériaux recyclés pour leurs nouveaux produits, répondant à la fois aux préoccupations environnementales des consommateurs et à la nécessité d'une production plus durable.

En parallèle de la responsabilité environnementale, la gestion économique efficace est (depuis la nuit des temps) un autre pilier essentiel pour les entreprises, en à plus forte raison dans des moments de forte activité comme celui du *Black Friday*. La gestion des coûts est depuis toujours un exercice d'équilibre complexe, où chacun doit maximiser les profits tout en minimisant les dépenses, on ne vous apprend rien...

Mais l'intégration du *modern stack* hybride dans les systèmes informatiques offre désormais une solution stratégique supplémentaire pour réduire les coûts. Faisons un petit focus.

## Le *modern stack* hybride pour une économie repensée

Malgré son nom quelque peu futuriste, le *modern stack* hybride (MSH) n'est pas une créature sortie d'un univers *Marvel* ! Non, il ne s'agit pas de science-fiction mais tout simplement d'une réponse innovante aux besoins changeants des entreprises dans le paysage informatique actuel. Ce concept a émergé de la convergence des technologies de *cloud computing* et des systèmes informatiques traditionnels, souvent appelés systèmes *on-premise*. Il est né de la nécessité de trouver un équilibre entre la flexibilité et l'efficacité offertes par le *cloud* et la sécurité et le contrôle fournis par les infrastructures sur site. La nécessité de rééquilibrer les coûts n'est pas non plus complètement étrangère à cette tendance.

Concrètement, le MSH est un ensemble de technologies et d'outils marketing numériques qui combine à la fois des solutions hébergées dans le *cloud* (*on-cloud*) et des applications sur site (*on-premise*), ainsi que des outils intégrés dans des suites logicielles et des solutions indépendantes (*stand alone*). Cette approche hybride offre une flexibilité maximale, permettant aux entreprises de choisir le meilleur de deux mondes en fonction de leurs besoins spécifiques.

Des exemples concrets illustrent l'efficacité de cette approche :

- Dans le secteur financier, une entreprise peut choisir de garder ses données les plus sensibles, comme les informations client, sur des serveurs *on-premise* pour une sécurité renforcée, tout en exploitant la puissance du *cloud* pour des applications moins critiques nécessitant davantage de flexibilité.
- Dans le commerce de détail, une entreprise peut utiliser le *cloud* pour gérer son site e-commerce, profitant ainsi de l'évolutivité nécessaire pour gérer les pics de trafic durant des périodes comme le *Black Friday*, tout en gardant ses systèmes de gestion des stocks sur des serveurs locaux pour une meilleure intégration avec ses opérations en magasin. Un détaillant en ligne, par exemple, a réussi à réduire ses coûts opérationnels en adoptant un tel système, lui permettant de gérer efficacement les pics de trafic pendant le *Black Friday* tout en conservant une structure de coûts viable.
- Le *modern stack* hybride offre également des avantages significatifs en termes de responsabilité environnementale. En optimisant l'utilisation des ressources informatiques, il permet une utilisation plus rationnelle de l'énergie, contribuant ainsi à une réduction de l'empreinte carbone. Des études de cas ont montré que des entreprises ayant adopté cette approche ont non seulement amélioré leur efficacité énergétique, mais ont également réalisé des économies substantielles en termes de coûts opérationnels.

En résumé, le MSH représente une stratégie informatique hybride qui permet aux entreprises de rester agiles, sécurisées et compétitives. Mais si le principe de l'hybridation reste universel, sa mise en œuvre, quant à elle, l'est beaucoup moins. Le bon mix *cloud/premise* varie inmanquablement en fonction de nombreux critères propres à chaque entreprise et chaque situation. Et là, deux stratégies existent...




Image générée par Lexica Aperture v3.5, avec la consigne :  
\* The image should portray a portrait of a marketing professional, either a man or a woman, working in retail. They should appear busy and focused, surrounded by elements indicative of Black Friday preparations. Include visual elements like digital screens displaying sales data, graphs, and calendars marked with the Black Friday date. The professional could be interacting with a digital tablet or computer, showcasing graphs or hybrid cloud technology interfaces. The setting should be a modern office environment, highlighting a blend of technology and retail. The color scheme should be vibrant yet professional, with a mix of light and dark blues, and subtle hints of vibrant sale colors like red, orange or yellow. A sense of urgency and innovation, resonating with the theme of preparing for a significant retail event. \*

Historiquement, le MSH a vu le jour à mesure que les technologies informatiques évoluaient. Initialement, le *cloud computing* a été adopté par de nombreuses entreprises pour sa capacité à réduire les coûts opérationnels et à offrir une grande agilité. Cependant, il est rapidement devenu clair que certaines applications et données étaient mieux gérées ou sécurisées sur des systèmes locaux. De plus, les entreprises ont commencé à comprendre qu'une solution entièrement basée sur le *cloud* (ou *full-cloud*) ou entièrement *on-premise* ne pouvait pas répondre à toutes leurs exigences spécifiques.

Le MSH combine donc des éléments de *cloud computing*, qu'il soit public, privé ou hybride, avec des systèmes *on-premise*. Cette combinaison permet aux entreprises de bénéficier de la flexibilité du *cloud*, tout en conservant la sécurité et la fiabilité des systèmes sur site. Ainsi, la flexibilité et la personnalisation sont des composantes clés du MSH, permettant aux de déployer des applications et de stocker des données de manière stratégique en fonction des besoins, réglementations et considérations de coût.

Images générées par Midjourney, avec la consigne (prompt) :  
« Create a photo realistic image portraying either a marketing man or a woman working in retail, busy preparing for Black Friday. The individual should be depicted in a dynamic retail or office setting, surrounded by digital marketing materials, sales plans, and modern technology interfaces symbolizing the preparation for Black Friday, dashboards and diagrams.»




## Buy or make? That is the question!

Les concepts de *Buy* et *Make* représentent deux stratégies fondamentales adoptées par les entreprises dans le développement et l'intégration de leur *modern stack* hybride. Ces approches reflètent différentes manières de répondre aux besoins technologiques et opérationnels des organisations.

Le schéma *Buy* implique l'acquisition d'une solution intégrée, souvent proposée par un grand éditeur de logiciels. Cette solution comprend généralement un ensemble complet de fonctionnalités ou un *stack* qui couvre un large éventail de besoins standards. Typiquement, cette approche est privilégiée par les entreprises bien établies et matures, ayant des activités récurrentes et des structures bien définies.

L'avantage principal de cette méthode réside dans sa capacité à offrir une solution globale, souvent robuste et éprouvée, qui intègre diverses fonctionnalités nécessaires à l'entreprise. Par exemple, une grande entreprise pourrait choisir d'acheter une suite ERP complète, qui gère tout, de la comptabilité et la gestion des stocks à la relation client et les ressources humaines.



Cette solution « lourde » permet à l'entreprise de bénéficier d'une couche de données complète et cohérente, répondant à tous ses besoins standards.

À l'opposé, le schéma *Make* consiste à sélectionner des composants spécialisés auprès de différents éditeurs et à construire un système personnalisé en intégrant ces différentes briques indépendantes. Cette approche offre une grande flexibilité et est souvent choisie par des entreprises cherchant à répondre à des besoins spécifiques non couverts par les solutions standardisées, ou recherchant une intégration rapide, voire réversible.

Images générées par Midjourney, avec la consigne (prompt) : « Create a photo realistic image portraying either a marketing man or a woman working in retail, busy preparing for Black Friday. The individual should be depicted in a dynamic retail or office setting, surrounded by digital marketing materials, sales plans, and modern technology interfaces symbolizing the preparation for Black Friday, dashboards and diagrams.»



Dans ce modèle, il est même possible d'intégrer des composants partiellement concurrents pour des tâches spécifiques, offrant ainsi aux différents départements de l'entreprise la liberté de choisir l'outil le plus adapté à leurs besoins.

Par exemple, une entreprise technologique en pleine croissance pourrait opter pour cette approche en combinant un outil de CRM spécialisé, un système de gestion de projet distinct et une solution de business intelligence avancée, chacun provenant de différents fournisseurs, pour créer un écosystème technologique qui répond précisément à ses exigences uniques, quitte à ce que ces dernières évoluent et nécessitent un remaniement ultérieur de certaines briques du stack.

Choisir la bonne approche n'est pas seulement une question de préférence technologique, mais aussi une décision stratégique cruciale qui peut affecter l'efficacité opérationnelle et la durabilité de l'entreprise pendant toute période critique.

Dans le cadre du *Black Friday*, où les entreprises doivent gérer des volumes élevés de transactions, de données client, et de logistique, le schéma *Buy* peut offrir une solution robuste et fiable. Une suite intégrée, acquise auprès d'un grand éditeur, peut garantir une performance opérationnelle élevée avec moins de risques de défaillance, ce qui est essentiel pendant les pics d'activité. Cette approche permet également une meilleure prévisibilité en termes de coûts et de maintenance, contribuant ainsi à la durabilité économique à long terme de l'entreprise.

D'un autre côté, le schéma *Make*, avec sa capacité à s'adapter aux besoins spécifiques et à intégrer diverses technologies, peut permettre aux entreprises de répondre de manière plus agile et personnalisée aux exigences du *Black Friday*.

Par exemple, une entreprise peut développer un système sur mesure pour gérer les commandes en ligne, offrant ainsi une expérience client améliorée et une gestion des stocks plus précise, tout en intégrant des solutions de logistique durable pour minimiser l'impact environnemental.

“ Choisir la bonne approche n’est pas seulement une question de préférence technologique, mais aussi une décision stratégique qui peut affecter l’**efficacité opérationnelle** et la **durabilité** de l’entreprise pendant toute période critique. ”

image générée par Lexica Aperture v3.5, avec la consigne : « The image should feature a portrait of a man, dressed in smart business attire, holding or reading the white paper. The white paper's title "Optimizing Growth for Black Friday 2023: The Rise of the Hybrid Modern Stack" should be visible on the cover. The background should be sleek and professional, with subtle hints of technology, such as digital patterns or abstract representations of cloud computing and AI. The overall color scheme should be modern and understated, with a focus on blues and greys to convey a sense of technology and professionalism. The man should appear thoughtful and engaged, reflecting the serious and innovative nature of the white paper's content. »



En définitive, que les entreprises choisissent la stratégie *Buy* pour sa fiabilité et sa cohérence, ou *Make* pour sa flexibilité et sa personnalisation, la décision doit aligner les besoins technologiques avec les objectifs de performance opérationnelle et de durabilité, surtout dans un contexte aussi dynamique et exigeant que celui du *Black Friday*. Ces stratégies ne sont pas mutuellement exclusives ; en fait, de nombreuses entreprises trouvent une valeur en adoptant une combinaison des deux pour optimiser leur performance tout en restant agiles et responsables.

## Keyrus au rendez-vous de *Black Friday* et de vos défis !

Lorsqu'il s'agit de naviguer dans le paysage complexe de la technologie d'entreprise, surtout en préparation d'événements à haute pression comme le *Black Friday*, le rôle d'un guide expérimenté est crucial. Keyrus se positionne comme un tel guide, offrant un accompagnement stratégique aux entreprises dans le choix et la mise en œuvre des solutions technologiques les plus adaptées à leurs besoins. Une partie significative de cet accompagnement consiste à aider les entreprises à décider entre les approches *Buy* et *Make* pour leurs solutions technologiques.

En tant qu'expert dans la transformation des données en insights précieux et en valeur commerciale, Keyrus comprend que chaque entreprise possède des besoins uniques et des défis spécifiques. Pour certaines, l'option *Buy* est la voie à suivre et Keyrus les aide à sélectionner, acquérir et intégrer des solutions complètes, garantissant ainsi une mise en œuvre harmonieuse et efficace.

D'autres entreprises, en particulier celles qui sont en phase de croissance ou qui ont des besoins très spécifiques, peuvent bénéficier de l'approche *Make*. Dans ce cas, Keyrus travaille étroitement avec elles pour développer des solutions sur mesure, en choisissant et intégrant des composants spécialisés pour créer une plateforme qui répond précisément à leurs exigences uniques. Que ce soit pour intégrer des outils de gestion des données avancés ou pour développer des plateformes de commerce électronique personnalisées, Keyrus guide ces entreprises à travers chaque étape du processus de développement, de la conception à la mise en œuvre.

En tant que partenaire stratégique, Keyrus agit comme un facilitateur pour la croissance durable et la transformation numérique. Cela signifie aider les clients non seulement à répondre aux défis immédiats du *Black Friday*, mais aussi à planifier et à mettre en œuvre des stratégies à long terme qui prennent en compte à la fois leurs objectifs commerciaux et leur vision globale. Cela implique souvent l'élaboration d'une stratégie de données à long terme qui non seulement optimise les performances pour la saison des ventes imminente, mais jette également les bases pour une efficacité et une croissance accrues à l'avenir.

Vous l'aurez compris, Keyrus est votre allié indispensable pour optimiser votre performance pour le *Black Friday* et vous préparer aux défis futurs.

Bon vendredi noir à tous !

Article co-écrit par keyrus, Chat-GPT<sup>4</sup> et Google Bard

Vous avez trouvé cette lecture utile ? Vous souhaitez sûrement lire aussi :



# RetAll data: so iconic!

Le duo glamour redéfinissant  
le e-commerce

Dans le monde scintillant du commerce, deux protagonistes ont récemment fait leur entrée sur le tapis rouge, captivant l'attention de tous : la data et l'IA. Et cette alliance semble aussi puissante et glamour que celle du duo iconique de l'ERP et de la supply chain. Mais au-delà du strass et des paillettes, cette union revêt des enjeux majeurs pour l'avenir du retail.

Le retail, ce vétéran du commerce, a toujours su s'adapter et évoluer. Mais face à la révolution numérique, il se trouve à un carrefour. D'un côté, il y a le risque de l'obsolescence, de devenir un simple souvenir d'une époque révolue. De l'autre, l'opportunité de se réinventer, de briller de mille feux dans un monde en constante mutation. C'est ici que la data et l'IA entrent en scène, telles des étoiles montantes, avec la promesse de transformer chaque aspect du retail, de la compréhension des clients à la création d'expériences sur mesure.

Mais comment cette alliance peut-elle concrètement redéfinir les contours du retail ?

Parcourez cet eBook et découvrez quels sont les véritables enjeux derrière cette fusion glamour. Plongez dans l'univers fascinant de la data et de l'IA, où de plus en plus de décisions et d'innovations sont le reflet d'une danse harmonieuse entre ces deux acteurs.



SCAN ME

# keyrus

make data matter

Acteur international du conseil et des technologies, Keyrus a pour mission de donner du sens aux données, en révélant toute leur portée, notamment sous un angle humain.

Parce que ce ne sont pas tant les données elles-mêmes qui importent, mais les opportunités que nous pouvons développer en les apprivoisant vraiment, nous nous efforçons constamment de comprendre les objectifs que nos clients souhaitent atteindre. Nous explorons et mesurons les comportements, nous les comprenons et les traduisons en un résultat concret. Nous donnons un sens aux réalités que les données portent afin d'aider nos clients à prendre des décisions plus efficaces.

Les données, qu'elles soient grandes, petites, humaines, complexes, historiques ou prospectives, n'ont de sens que lorsqu'elles sont utilisées pour développer les expériences, affiner la compréhension du quotidien et prendre les meilleures décisions.

Notre proposition de valeur est fondée sur cinq grands groupes de services, chacun comprenant des offres multiples :

- **Automatisation et intelligence artificielle** : nous fournissons à nos clients les moyens d'améliorer leur productivité et leur précision sur l'ensemble de leurs processus, afin de se concentrer sur le travail à plus forte valeur ajoutée.
- **Expérience numérique centrée sur l'humain** : la relation avec les clients et l'engagement des collaborateurs constituent deux des plus grands contributeurs au succès global des entreprises. Nous aidons les entreprises à imaginer et à créer des expériences numériques multimodales et fluides pour atteindre leurs objectifs.
- **Mise en œuvre des données et des analyses** : les données sont une clé incontournable du succès pour les entreprises. Lorsqu'elles sont utilisées intelligemment, elles ouvrent des opportunités uniques pour faire face aux défis actuels et futurs. Nous permettons aux organisations de déployer tout le potentiel de leurs données : nous mettons la science des données au profit du développement de l'entreprise.
- **Cloud et sécurité** : le Cloud et les plateformes numériques ont le potentiel de révolutionner la façon dont les données sont transformées en valeur, tout en portant l'extensibilité et la flexibilité à un niveau supérieur. Nous sécurisons l'ensemble de vos données et veillons à ce qu'elles soient protégées et confidentielles.
- **Transformation et innovation** : pour prospérer dans l'écosystème actuel, chaque entreprise doit non seulement accélérer sa transformation numérique, mais aussi acquérir des compétences pour stimuler son adaptabilité, sa résilience et sa compétitivité. Nous aidons nos clients à se transformer avec succès pour développer un meilleur futur.

S'appuyant sur l'expérience cumulée de plus de 3 000 collaborateurs et présent dans 22 pays sur 4 continents, Keyrus est l'un des principaux experts internationaux en matière de données, de conseil et de technologie.

Pour en savoir plus : [www.keyrus.fr](http://www.keyrus.fr)

**Jean-Philippe CLAIR**

Directeur Marketing, Communication & Innovation Keyrus

[jean-philippe.clair@keyrus.com](mailto:jean-philippe.clair@keyrus.com)