

keyrus
make data matter

talend
A Qlik Company



**Baby you can
drive my car(t)**

Quand l'IT flirte avec les métiers !

Baby you can drive my car(t)

Quand l'IT flirt avec les métiers !

Dans la chanson *Drive my car*¹ des Beatles, Lennon et McCartney, lassés des chansons à l'eau de rose, s'amuse en imaginant une scène où un séducteur tente sa chance auprès d'une fille, celle-ci retournant la situation en se demandant comment son interlocuteur pourrait la servir. Elle lui indique qu'il pourrait éventuellement être son chauffeur lorsqu'elle sera actrice. C'est puissant parce que cette idée de second degré fait de la jeune femme l'héroïne de l'histoire, qui se développe ensuite avec une chute encore plus plaisante : elle n'a pas de voiture en fait, mais lorsqu'elle en aura une, le jeune homme fera un chauffeur superbe.

C'est une situation similaire à laquelle nous pouvons assister en matière de collaboration entre la DSI et le métier dans le secteur du retail. Les silos entre l'IT et les métiers s'estompent quand le travail autour de la donnée est facilité par des solutions comme Talend qui permettent à l'IT de gérer les données de manière plus efficace et de fournir aux métiers un accès à des données de confiance.

Images générées par Lexica Aperture v2 et v3, avec la consigne : « Baby you can drive my retail car(t) » et upscalée par le moteur d'IA Upscale.media de PixelBin.io



¹ *Drive my Car*, Beatles, <https://open.spotify.com/track/06ypiqmLMdVeaiErMFA91?si=664bd9e0b2cf4455>

Efficacité opérationnelle et retail²

On connaît donc la chanson, l'objectif maintes fois célébré d'une plateforme de gestion de données complète, fiable et flexible est de permettre à une entreprise d'exploiter efficacement ses données pour prendre des décisions éclairées, améliorer ses opérations, répondre aux exigences réglementaires, et finalement gagner en compétitivité sur le marché.

Appliqué au secteur du retail, une plateforme de gestion de données comme celle proposée par Talend aide à consolider et à harmoniser les données provenant de diverses sources - comme les points de vente, les entrepôts de marchandises, les sites web, les applications mobiles, et les réseaux sociaux - en une seule vue. Cela permet aux détaillants de mieux comprendre le comportement des clients, d'optimiser les opérations de la chaîne d'approvisionnement, d'améliorer la gestion des stocks et d'offrir une expérience client plus personnalisée et efficace.

Mais sortons un instant de l'incantation, et soyons plus précis, concrets.

Dans l'univers du retail, de nombreux systèmes d'information doivent fonctionner en temps réel (on parle d'interconnexion de systèmes en mode *event driven*). Par exemple, lorsqu'un client effectue un paiement en caisse, il peut être nécessaire de mettre à jour les stocks ou les points de fidélité du client. La solution de Talend permet de déclencher des flux de données en réponse à de tels événements et de transformer les données pour qu'elles soient utilisables par les systèmes cibles.

Par ailleurs, le secteur de la (grande) distribution utilise un large éventail de logiciels spécialisés, tels que pour la gestion des entrepôts de stocks, la gestion des magasins, les référentiels de produits, et la gestion des programmes de fidélité.

Image générée par Lexica Aperture v2, avec la consigne :
« Baby you can drive my retail car(t) ».



L'agrégation des informations de ces différents systèmes est essentielle pour fournir une vision unifiée et précise aux décideurs. Là encore, les solutions Talend permettent d'unifier les données au travers de n'importe quel environnement cloud, hybride ou multi-cloud. Grâce aux modules no-code et low-code de Talend, les experts en données et les utilisateurs métier peuvent collaborer pour découvrir, transformer, gouverner et partager des données à l'échelle de toute l'organisation. Cela veut dire que les gens du marketing et des achats, par exemple, peuvent réaliser facilement des **analyses de données selon une vue à 360 degrés**³ des clients, des fournisseurs et des produits.

² Retail, Braintax, <https://open.spotify.com/track/6uFoNCCdwU1b4EQqVyh28T?si=7e7b89fb32e4401>

³ 360°, Charlotte-Amalie, <https://open.spotify.com/track/1CYbTqhfKil17T8UvUuc1s?si=7b7cd5673dcf4b4b>

“ L’agrégation des informations de ces différents systèmes est essentielle pour fournir une vision unifiée et précise aux décideurs. ”

Image générée par Lexica Aperture v2, avec la consigne :
« IT and marketing managers having an open discussion about data, in a computer room, in a business office. »

Enfin, les détaillants sont souvent amenés à **partager certaines données avec leurs partenaires** logistiques, les franchisés et/ou les fournisseurs. Par exemple, certaines enseignes partagent leurs niveaux de stocks avec leurs fournisseurs pour faciliter les propositions de réapprovisionnement. Pour ce faire, elles doivent mettre en place des points d'interface de données (API). Talend propose une solution qui réduit le temps de développement de ces interfaces et qui aide à documenter les paramètres et les données attendus en entrée et en sortie, une tâche souvent négligée.



Bon, bref. La messe est dite (chantée) ? Pas tout à fait...

Je t'aime moi non plus⁴

Malgré ces immenses avantages pour plus d'efficacité concurrentielle, l'adoption des plateformes de gestion de données se heurte encore parfois à des différences d'alignement entre les initiatives DSI qui proposent de « donner la main⁵ » aux métiers, et les attentes de ces derniers, qui ne se montrent que partiellement enthousiastes notamment parce que :

- trouver de la donnée qualifiée, et l'utiliser en toute autonomie n'est pas nécessairement le rêve le plus spontané des métiers, qui ont par ailleurs besoin d'un accompagnement, de comprendre la valeur et l'usage ; les équipes métiers peuvent en effet avoir **des difficultés à comprendre comment la décentralisation des données et l'autonomie peuvent bénéficier à leur travail quotidien** ;

- **les impacts sur l'organisation** sont multiples et peuvent nécessiter une refonte en profondeur de certains processus de travail, des changements dans les rôles et responsabilités, et une formation significative ; les équipes métiers peuvent être réticentes à ces changements, en particulier si elles ne sont pas impliquées dans le processus de prise de décision ;
- dans un environnement décentralisé, les équipes métiers peuvent se voir attribuer la responsabilité de la qualité, de la sécurité et de la conformité de leurs propres données, et cette approche peut amener **de nouvelles difficultés en fonction de la maturité data et du niveau de data literacy des équipes** ;
- enfin, **la complexité technique et le manque d'évolution technologique de certaines solutions** peuvent freiner l'adoption des outils par les métiers.

Dit autrement, et fort heureusement, si la plateforme développée par Talend se démarque aujourd'hui, c'est parce qu'elle propose **la meilleure expérience de l'appropriation des données**, pour un alignement DSI-métiers assez unique.

⁴ Je t'aime moi non plus, Serge Gainsbourg, <https://open.spotify.com/track/5P0tWf5JzqD0i5wq2OaiFH?si=045e61cbe3c4d4dd>

⁵ Hand It Over, MGMT, <https://open.spotify.com/track/1s20ewEkFG9eF9Mq7MyvCV7si=e388fd79b3d34767>



Are you experienced⁶

« Une meilleure expérience de l'appropriation des données » ? Kesako ? Nouveau concept fumeux des *marketeux* adeptes de Bob Marley.⁷

Pas du tout. On parle juste de liberté de consommer de la donnée sans entrave. Liberté de consommer, certes. Mais aussi devoir de préserver, de contrôler et d'enrichir. Et c'est ce triptyque **liberté-responsabilité-facilité** (on y vient), qui renouvelle l'expérience de l'appropriation des données de manière unique et innovante.

Ainsi, au cœur de l'approche Talend de la plateforme de données, examinons ce qu'est la donnée en *self-service*.

⁶ Are You Experienced, Jimi Hendrix, <https://open.spotify.com/track/02POyqtbndmYQ3RxsTrYMD?si=06e93b6c6db074a65>

⁷ Bob Marley, Johnnie Smoke, <https://open.spotify.com/track/6c9g9SLZ28ECUuq5sdc01F?si=1b040a11450045c3>

Pour maximiser la valeur des données, elles doivent aussi être accessibles au plus grand nombre. Un accès de type *Marketplace* permet aux utilisateurs qui ont besoin de données pour prendre des décisions de rechercher des jeux de données auxquels ils ont droit d'accéder. Beaucoup d'organisations utilisent encore des fichiers Excel pour traiter des données de comportements d'achats par exemple, prenant le risque d'avoir des données obsolètes ou de mauvaise qualité. L'accès à ces données devient également très compliqué car il n'y a souvent aucune gouvernance de ces fichiers, ni de source centralisée. Avec un accès aux données en *self-service*, on brise les frontières entre les données et ceux qui en ont besoin.

Et parce que les données constituent un élément crucial du patrimoine des entreprises (et dans le retail encore plus qu'ailleurs), elles doivent être valorisées comme tout autre actif. Aussi la gestion de ce patrimoine implique les interventions d'intervenants multiples :

- les experts métiers ;
- les *Data Stewards* ;
- les ingénieurs Data.

La plateforme Talend propose des interfaces intuitives qui permettent à ces acteurs d'établir des règles de qualité des données, d'évaluer la conformité des données à ces règles et de les corriger si nécessaire. Et c'est de cette qualité aussi que participe une meilleure expérience d'appropriation et de consommation.

De plus, l'utilisateur doit pouvoir comprendre la qualité du jeu de données grâce à un indicateur simple. En complément des commentaires d'autres utilisateurs, des indicateurs de qualité, des notes et les descriptions, le *Talend Trust Score™*, joue ce rôle central, et l'on sait combien la confiance en la qualité des données est indispensable pour l'adoption.

“ Un accès de type *Marketplace* permet aux utilisateurs qui ont besoin de données pour prendre des décisions de rechercher des jeux de données. ”



Images générées par Lexica Aperture v2, avec la consigne :
« IT and marketing managers having an open discussion about data, in a computer room, in a business office. »

Facilité enfin. Une fois le jeu de données identifié, il doit être accessible en un clic pour une transformation éventuelle des données et leur analyse dans un outil de visualisation.

Ainsi, Talend fournit une interface qui permet aux utilisateurs de rechercher et d'utiliser les données dont ils ont besoin pour leurs prises de décision, sans monopoliser le temps précieux des équipes informatiques.

Dataman ⁸

Ainsi, qu'il soit rompu depuis longtemps à l'exercice de la manipulation de flux de données, ou qu'il soit plus novice dans cet exercice, dans les deux cas, l'horizon qui s'ouvre à l'utilisateur métier s'élargit soudainement pour le transformer en véritable Dataman. Plus qu'une compétence, cela caractérise un état d'esprit. Et ce mindset particulier est celui des acteurs métiers qui ne se censurent plus et qui s'autorisent – avec raison – à envisager tous les projets quels qu'ils soient.

⁸ *Dataman*, Märtini Brös, <https://open.spotify.com/track/4aJ7ClyMIEk6YH6xXLdLz?si=b9PTY8V7x6736gjA5Ke8Q>



Prenons un cas concret pour illustrer notre propos, celui de Fnac-Darty. L'équipe en charge d'élaborer et d'animer les programmes de fidélité a souhaité repenser son approche pour mettre les programmes au service des ambitions et des objectifs RSE du groupe. L'idée était toute simple (mais novatrice) : transformer les actes vertueux en cagnotte (crédits) sur le compte de clients ayant souscrit au programme de fidélité.

Après une nécessaire phase de rationalisation, les équipes se rendent compte de la grande faisabilité du projet et actent rapidement la création d'un « moteur de générosité » en charge de mobiliser les différentes données nécessaires au lancement de ce nouveau programme. Et c'est là que les performances de Talend en matière de connectivité (qui au passage a largement contribué au rapprochement des systèmes informatiques au moment de la fusion Fnac-Darty) se sont pleinement révélées.

Images générées par Lexica Aperture v2, avec la consigne :
« Data Stewards working on self-service data sets for retail companies. »



En effet, si l'idée repose sur le principe que des actions vertueuses vont déclencher l'attribution de crédits, encore faut-il pouvoir aller chercher dans différentes bases de données les différents *triggers* qui vont entraîner ces attribution de crédits, comme par exemple dans :

- **Les différentes bases qui collectent l'information clients** : les avis émis par les clients, les réponses aux enquêtes de satisfaction.
- **Les bases qui stockent les informations sur les ventes** ; les différentes typologies de ventes pouvant être récompensées différemment, en fonction de critères RSE : le produit vendu est-il un produit étiqueté durable (fabrication propre, acheminement, proximité du lieu de production) ? S'agit-il d'un produit de seconde main ? D'un produit Fnac-Darty en revente d'occasion ? Tout ceci dans l'idée de favoriser une fabrication saine, une seconde vie aux produits, ou de rallonger leur durée de vie.

- **Les bases d'informations logistiques** : quel type de livraison ? Choix du click-and-collect ? ...
- **Les bases du SAV**, là encore, dans l'idée d'encourager la réparation plutôt que de changer un produit, le recours au SAV donne lieu à l'octroi de crédits.
- **Les bases des programmes de services** : l'abonnement à un programme Darty Max (pour faire réparer les appareils électroménagers et là aussi rallonger la durée de vie) va également rapporter un certain nombre de crédits.

Et potentiellement le programme pourrait s'étendre sur toute base comportant une information pertinente d'un point de vue de a durabilité.

Cette application métier passe donc par un moteur de générosité, qui repose sur un socle de données alimentées par Talend, et ce n'est qu'un exemple parmi tant d'autres de la liberté d'entreprendre des projets, qui se présente aujourd'hui aux services de l'entreprise en charge du commerce, de la finance, et de la relation client (la liste des services n'est pas exhaustive).

Conclusion ⁹

En somme, l'équilibre délicat entre séduction et utilité dans le domaine du retail est illustré par l'histoire de *Drive my car* des Beatles. Là où la DSI courtise les métiers avec les avantages alléchants des solutions comme *Talend Data Fabric*, les métiers, en retour, sont invités à déterminer comment ces solutions peuvent les servir au mieux. Les défis ne sont pas absents - la transformation de l'organisation, l'assurance de la qualité des données, et le respect de la conformité peuvent sembler intimidants. Cependant, ces défis sont également des opportunités pour une croissance significative.

Talend, en particulier, met l'accent sur une expérience utilisateur optimisée qui facilite la consommation des données. C'est le triptyque liberté-responsabilité-facilité qui est au cœur de l'approche Talend de la plateforme de gestion de données. Grâce à cette approche, les utilisateurs peuvent naviguer et utiliser les données sans entraves, tout en ayant la responsabilité d'enrichir et de contrôler ces informations. Par conséquent, les données deviennent une ressource accessible et précieuse, à la fois pour les spécialistes de la donnée et pour les décideurs opérationnels.

Ainsi, si vous aspirez à accélérer votre croissance dans le domaine du retail, ne résistez pas à la cour de la DSI et aux charmes de Talend.

Image générée par Lexica Aperture v2, avec la consigne :
« Data Stewards working on self-service data sets for retail companies. »



Laissez-vous séduire par les propositions audacieuses et, plus important encore, découvrez comment ces solutions peuvent vous être utiles. Car dans cette danse entre la DSI et les métiers, le véritable gagnant est l'entreprise elle-même, qui bénéficie d'une meilleure compréhension de ses données, d'une efficacité accrue et d'une compétitivité renforcée. Et dans cette valse technologique, Talend est le véhicule idéal pour vous conduire vers l'excellence opérationnelle.

Alors vous aussi, poussez la chansonnette et exprimez votre *Talend* !

⁹ Conclusion, Keith Jarrett, <https://open.spotify.com/track/7C0NrvdmllaHj79fx0kMA7si=ddccBede611f4074>

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 incontestable 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 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

Jean-Philippe CLAIR

Directeur Marketing, Communication & Innovation Keyrus

jean-philippe.clair@keyrus.com