

Améliorez les résultats de votre entreprise avec l'analytique des affaires

Pourquoi les entreprises qui ont recours à l'analytique connaissent une meilleure performance que leurs pairs

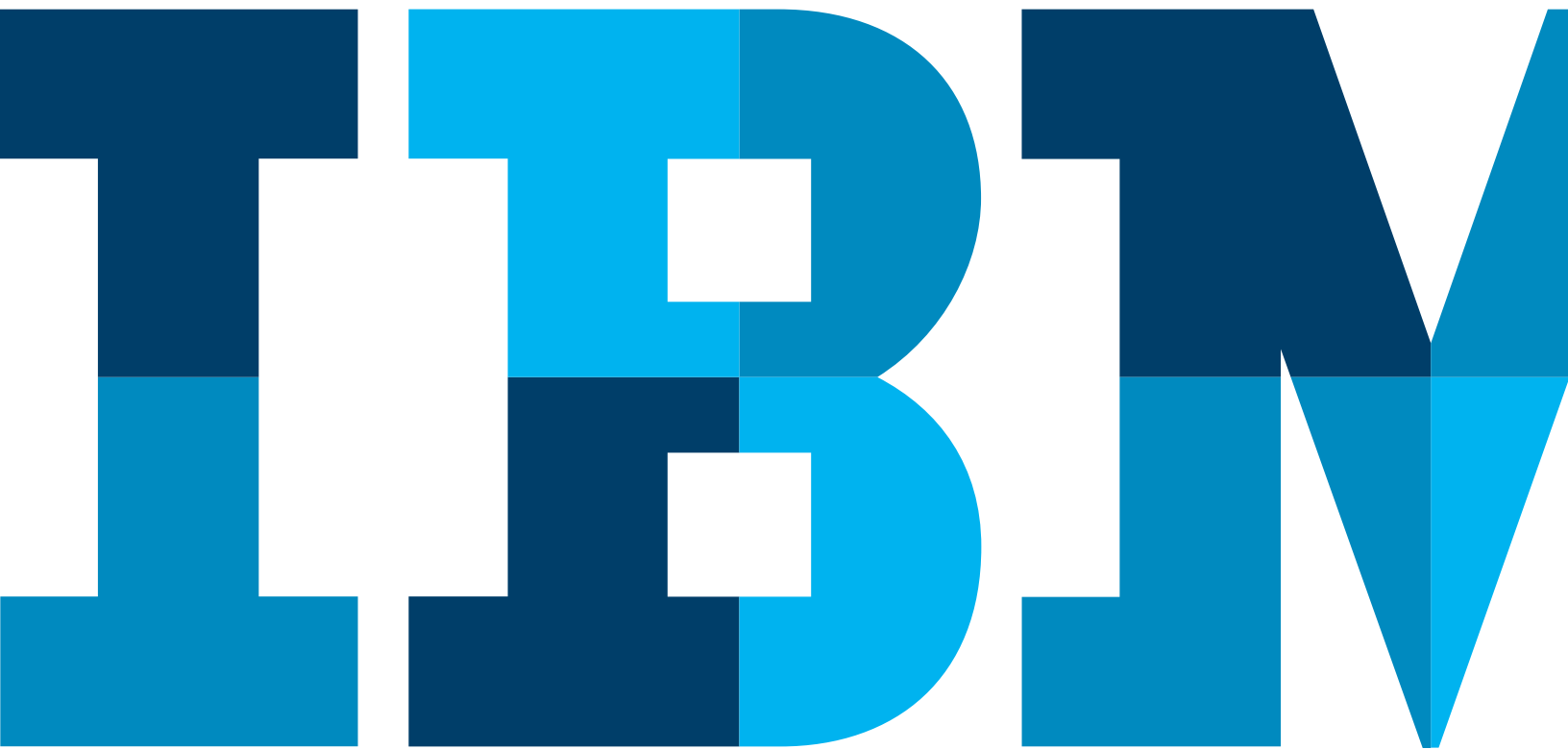


Table des matières

- 2 L'obligation d'améliorer les résultats de l'entreprise
 - 4 Pourquoi l'analytique des affaires?
 - 7 Quel est votre QA?
 - 8 Augmentez votre QA
 - 9 Les outils dont vous avez besoin
 - 9 IBM offre des avantages uniques
 - 12 À propos de l'analytique des affaires IBM
-

L'obligation d'améliorer les résultats de l'entreprise

Les gestionnaires et les travailleurs intellectuels ont le devoir d'améliorer en permanence les résultats de l'entreprise : augmentation du chiffre d'affaires, ainsi que réduction des coûts et des risques.

En apparence, ces objectifs n'ont rien de nouveau; ils constituent une préoccupation essentielle depuis l'invention du commerce.

Mais si les résultats souhaités sont les mêmes, la quasi-totalité du contexte économique a changé. De nos jours, les organisations doivent atteindre leurs objectifs dans un environnement économique féroce et sans pitié. Tout en s'efforçant de demeurer rentables, elles doivent être sensibles à leurs clients, qui exigent dorénavant un service impeccable, et à leurs actionnaires et aux organismes de réglementation, qui exigent une plus grande transparence et qui ne tolèrent pas la gestion approximative des risques.

La « nouvelle normalité »

L'environnement actuel est beaucoup plus volatile, plein d'incertitudes et complexe. Plus que jamais auparavant, les événements, les menaces et les opportunités convergent et s'influencent les uns les autres pour créer des situations entièrement nouvelles. La stabilité des périodes « normales » d'antan semble être révolue. La « nouvelle normalité » se caractérise par des changements rapides, spectaculaires et perturbants, qui touchent tous les secteurs économiques, toutes les entreprises et chacun d'entre nous. Aucune organisation n'est épargnée.

L'un des récents changements, par exemple, concerne le fait que les clients font dorénavant entendre leur opinion haut et fort, ce qui modifie radicalement la dynamique entre vendeurs et acheteurs, ainsi qu'entre gouvernements et citoyens.

Une pression considérable

Les décideurs ont compris que les hypothèses et les méthodes qu'ils employaient jusqu'ici ne sont plus utilisables. Cette constatation fait peser une pression énorme sur les gestionnaires et les travailleurs intellectuels, car c'est à eux qu'incombe la responsabilité d'optimiser les résultats commerciaux au point d'impact, par exemple au moment de décider s'ils doivent accorder du crédit à un fournisseur, de choisir quelle promotion offrir à un client joint par téléphone ou de décider des produits ou des services connexes s'afficheront au cours d'une interaction en ligne.

Le service financier doit contrôler l'accès aux données financières confidentielles et développer des processus de gestion des performances plus dynamiques, afin de garantir la conformité, de réduire les risques au minimum et de rationaliser les coûts dans toutes les activités, tout en veillant à ce que les autres directeurs commerciaux reçoivent tous les renseignements nécessaires à une prise de décision éclairée.

Quant au service informatique, il doit réaliser, de façon rentable et dans les délais prévus, des déploiements fiables et qui s'adapteront aux besoins croissants des utilisateurs. Une autre tendance concerne de ce que l'on appelle la « consommarisation des technologies de l'information », c'est-à-dire l'adaptation du marché au désir des clients d'utiliser dans leur milieu de travail des produits technologiques aussi conviviaux que ceux qu'ils utilisent à des fins personnelles, afin de pouvoir accéder instantanément aux connaissances requises pour prendre des décisions éclairées.

Les organisations doivent trouver un juste équilibre entre, d'une part, les besoins de liberté et de flexibilité des directeurs commerciaux et, d'autre part, le besoin de rationaliser les coûts, de garantir la sécurité et d'assurer la gestion adéquate de la gouvernance, des risques et de la conformité du service financier et du service des TI.

« Près de huit chefs de la direction sur dix prévoient une augmentation de la complexité, mais moins de la moitié d'entre eux s'y sentent préparés. »

— Étude mondiale IBM de 2010 auprès des chefs de la direction

Et les volumes massifs de données ne font qu'accroître la complexité de ce paysage. Le nombre de plus en plus important d'appareils offrant une vaste gamme de fonctionnalités et de possibilités d'interconnexion engendre des quantités massives de données. Ces dernières ne se retrouvent pas seulement dans les systèmes de gestion des relations avec les clients, du service de la production et du service des finances, mais également à l'extérieur des des pare-feu de l'entreprise, dans les statistiques sur l'industrie et l'économie, les revues de presse et, bien sûr, les médias sociaux.

IBM offre la plate-forme la plus étendue pour les volumes massifs de données, ce qui permet de répondre aux défis posés par le volume, la variété et la vitesse de ces dernières. Toute organisation en mesure de tirer des connaissances utilisables de ces volumes massifs de données aura un net avantage concurrentiel.

Alors, comment votre organisation peut-elle obtenir et utiliser ces connaissances? Avec l'analytique des affaires.

Pourquoi l'analytique des affaires?

Ces dernières années, les chefs d'entreprise ont fait de l'analytique des affaires une priorité stratégique. Par exemple, lorsque, dans le cadre de son Étude 2010 auprès des chefs du service de l'information, IBM a demandé à plus de 2500 responsables informatiques dans 78 pays, 19 secteurs d'activité et dans des entreprises de toutes tailles, de citer un ou plusieurs de leurs projets visionnaires visant à améliorer la compétitivité de leur entreprise, 83 % d'entre eux ont répondu : « les solutions d'intelligence d'entreprise et d'analytique ».¹

Et cette tendance se confirme : selon l'étude *Analytics : The widening divide, réalisée conjointement, en 2011*, par le magazine *MIT Sloan Management Review* et l'Institut IBM de recherche en valeur commerciale, en l'espace d'un an seulement, le nombre d'organisations déclarant utiliser l'analytique afin d'obtenir un avantage concurrentiel s'est accru de 57 %.²

L'analytique des affaires, c'est la capacité d'analyser des volumes massifs de données riches provenant de différentes sources et d'en tirer des connaissances utilisables sur lesquelles s'appuyer pour prendre des décisions éclairées et améliorer les résultats de l'entreprise.

L'étude du *MIT Sloan Management Review* soulignait les avantages associés à l'utilisation de l'analytique. Les organisations dans lesquelles l'analytique était profondément implantée avaient 2,2 fois plus de chances de connaître de meilleures performances que celles qui ne faisaient que commencer à l'utiliser.³

Les « organisations qui misent sur l'analytique », c'est-à-dire celles qui intègrent l'analytique à leurs processus stratégiques de base et à leurs activités quotidiennes, utilisent l'analytique dans le but d'atteindre les objectifs cruciaux suivants :

- Pour attirer et retenir leurs clients, ainsi que pour accroître la valeur de ces derniers
- Pour planifier les ressources, produire des rapports à leur sujet et harmoniser leur utilisation avec les objectifs
- Pour cerner, évaluer et gérer les risques
- Pour améliorer l'efficacité opérationnelle

Des résultats manifestement supérieurs

Des recherches indépendantes réalisées par des cabinets d'études, comme Nucleus Research, confirment que le rendement du capital investi obtenu par les organisations qui ont recours à l'analytique est très élevé. Et ce rendement élevé est observable dans de nombreuses industries, ainsi que dans les administrations publiques et les organismes sans but lucratif.

*Une récente recherche du cabinet Nucleus Research a démontré que chaque dollar investi dans l'analytique rapporte 10,66 \$.*⁴

- Le producteur mondial de colorants et de produits bioagronomiques Becker Underwood a augmenté la rotation de ses stocks de 50 % et a réalisé des économies qui lui ont permis d'obtenir un rendement de 383 % du capital investi dans l'analytique.
- En utilisant l'analytique pour affecter plus efficacement ses ressources marketing, la First Tennessee Bank a obtenu un rendement de 600 % du capital investi dans l'analytique.
- Après avoir déployé une solution d'IBM pour la gestion des renseignements commerciaux et la production de rapports destinée aux utilisateurs finaux, Concept One, un fournisseur d'accessoires mode, de divertissement et de sports, a obtenu un rendement de 866 % du capital investi; l'entreprise a ainsi pu récupérer l'investissement initial associé à la solution d'analytique en seulement deux mois.

- La compagnie d'assurance sud-africaine Santam a détecté une transaction frauduleuse moins de 30 jours après avoir mis en œuvre une solution d'analytique destinée à optimiser la gestion des décisions. En plus d'économiser 2,5 millions de dollars relativement à des réclamations frauduleuses, Santam a raccourci son délai de traitement des réclamations de près de 90 %, ce qui lui a permis de rationaliser ses coûts et d'accroître la fidélité de ses clients.
- En Californie, l'Alameda County Social Service Agency a mis en œuvre une solution d'analytique dans le but de diminuer la rémunération excessive et d'améliorer sa productivité. L'organisme a récupéré son investissement initial en seulement deux mois et il a obtenu un rendement de 631 % du capital investi.
- Un fournisseur d'électricité figurant au classement FORTUNE 500, et ayant fusionné avec un autre fournisseur de services publics d'une valeur de plusieurs milliards de dollars, devait répondre aux exigences en matière de production de rapports de nombreux États, d'organisations fédérales et de la Securities and Exchange Commission (Commission des valeurs mobilières des États-Unis). Il n'a fallu qu'un an à l'entreprise pour planifier et mettre en œuvre une solution d'analytique des affaires IBM pour la gestion de la conformité, ce qui lui a permis de répondre à ces exigences. Cette solution a également fourni aux directeurs principaux la visibilité et le soutien à la prise de décision qui les ont aidés à prévoir ou à atténuer les risques associés à la conformité, ainsi qu'à optimiser le rendement commercial de l'entreprise.

Ces organisations ont ce qu'IBM appelle un « quotient analytique » élevé. La valeur de ce quotient indique où en est l'organisation relativement à la mise en œuvre d'outils d'analytique des affaires. Plus vous les utilisez dans votre entreprise, plus votre QA est élevé et plus votre entreprise est en mesure de connaître une meilleure performance que ses concurrents.

Votre entreprise aussi peut connaître le succès grâce à l'analytique. Vous pouvez commencer par évaluer où vous en êtes aujourd'hui, puis évoluer en améliorant vos connaissances sur l'analytique et les meilleures façons de l'appliquer à votre entreprise.

[Découvrez d'autres histoires de réussite en matière d'analytique en vous rendant à \[ibm.com/software/analytics/customer-programs/case-studies.html\]\(https://www.ibm.com/software/analytics/customer-programs/case-studies.html\)](https://www.ibm.com/software/analytics/customer-programs/case-studies.html)

Quel est votre QA ?

Le « quotient analytique » (QA) de votre organisation mesure le niveau de préparation et la capacité de votre entreprise à localiser et à utiliser les informations clés parmi toutes les données disponibles, afin d'optimiser les résultats commerciaux.

Pour connaître le niveau de maturité analytique actuel de votre organisation et en savoir davantage sur les quotients analytiques, il suffit de répondre à un court questionnaire. Rendez-vous simplement à ibm.com/software/analytics/aq/

IBM a établi les quatre niveaux de maturité analytique suivants :

- **Novice.** À ce niveau, les entreprises n'ont qu'une vue limitée ou historique des données, souvent sous forme de feuilles de calcul. Elles sont conscientes qu'elles peuvent faire mieux.
- **Apprenti.** À ce niveau, les entreprises ont instauré une collaboration plus large entre leurs équipes, généralement au sein d'un même service, disposent à la fois d'une vue actuelle et d'une vue historique, et connaissent les tendances pour le passé et l'avenir.
- **Leader.** À ce niveau, les entreprises utilisent des mesures opérationnelles et financières bien définies dans plusieurs de leurs services. Elles ont recours à la planification intégrée pilotée par les moteurs de l'activité pour aligner leurs ressources, et à des modèles prédictifs pour étudier des scénarios de performance et de risque.
- **Expert.** À ce niveau, les entreprises définissent des objectifs du haut vers le bas et affectent leurs ressources en fonction de leurs priorités et de dynamiques évolutives. Chacun connaît ces objectifs et sait comment collaborer avec le reste de l'entreprise pour les atteindre.

Les entreprises dont le QA est élevé peuvent agir sur la base d'une compréhension de leur histoire et des contextes antérieurs, guidées par l'analyse prédictive, qui leur permet de développer des prévisions éclairées, d'optimiser les recommandations et d'automatiser les décisions de façon judicieuse.

Cependant, des avantages s'ajoutent tout au long de l'évolution de l'entreprise. Chaque étape franchie en direction de la maturité analytique permet à votre entreprise d'accroître sa capacité à améliorer ses résultats et à atteindre ses objectifs.

Augmentez votre Q.A

En intégrant l'analyse à tous vos processus de décision, vous ne serez plus obligé d'agir uniquement sur la base de vos intuitions ou de vos craintes, mais vous pourrez utiliser des informations précises issues d'une analyse rigoureuse et permanente des solutions qui fonctionnent et de celles qui ne fonctionnent pas. La performance individuelle, l'efficacité des décisions et les processus d'entreprise essentiels peuvent être quantifiés, analysés et optimisés, les résultats obtenus alimentant une boucle de rétroaction qui permet de les améliorer de façon continue.

Que votre entreprise s'efforce d'augmenter sa maturité analytique depuis plusieurs dizaines d'années ou qu'elle commence seulement à le faire, elle est confrontée à certaines réalités. Dans un cas comme dans l'autre, en plus de faire face aux défis posés par les volumes massifs de données dont nous avons déjà traité, vous devez composer avec les réalités suivantes :

- **Le besoin d'options de déploiement souples.** Il se peut que vous-même, vos fournisseurs ou partenaires commerciaux possédiez différents systèmes informatiques anciens. Vous devez pouvoir accéder à toutes ces sources de données et les utiliser de façon rentable et sécurisée, puis gérer les déploiements au niveau d'une personne, d'une équipe, d'un service, de l'entreprise, de l'extranet et d'Internet.
- **Des utilisateurs aux attentes élevées.** Comme nous l'avons déjà souligné, les travailleurs intellectuels veulent pouvoir accéder aux outils d'analyse rapidement, facilement, n'importe où et n'importe quand. Ils veulent également des logiciels agréables à utiliser, rationnels et qui donnent des résultats instantanés, à l'image de leurs outils de productivité personnelle.

- **Un personnel désirant une collaboration accrue.** Grâce à la popularité croissante des outils de réseautage social, les travailleurs intellectuels sont aujourd'hui plus enclins à faire appel à l'intelligence collective de l'entreprise pour s'informer et prendre des décisions.
- **Une pénurie de compétences en analytique des affaires.** Pour réaliser un déploiement durable, les entreprises doivent avoir une certaine expertise technique et des connaissances dans les disciplines et les techniques de gestion qui permettent de contribuer à leur réussite.
- **Des attentes plus élevées en matière de gestion des risques.** Au cours des dernières années, les sources potentielles de risques commerciaux se sont multipliées et toute tolérance envers une gestion approximative des risques s'est évanouie. Ce contexte pousse votre organisation à accorder une importance capitale au développement de sa capacité à analyser tous les types de risques auxquels vous pourriez être exposés et à intégrer ces connaissances à vos plans d'action.

De toute évidence, vous devez réfléchir à vos besoins à long terme et étudier les solutions capables de gérer tous les types de données que vous utilisez, ainsi que les besoins de toutes les personnes qui devront accéder à ces données pour les analyser et les gérer.

Les outils dont vous avez besoin

Le groupe Analytique des affaires d'IBM peut se révéler un partenaire précieux de vos efforts visant à augmenter votre QA et à améliorer vos résultats.

Au travers de diverses acquisitions et de sa croissance organique, IBM a mis au point une solution d'analytique des affaires puissante, innovante et efficace, dont voici les principaux éléments :

- **Intelligence d'entreprise.** Les outils de création de requêtes et de rapports, l'analyse, les fiches de performance et les tableaux de bord aident les décideurs de toute l'organisation à trouver, à analyser et à communiquer facilement les informations dont ils ont besoin pour prendre de meilleures décisions.
- **Analytique prédictive et évoluée.** Les outils d'exploration de données, de modélisation prédictive, de simulation, de statistique et d'analyse textuelle permettent aux organisations d'identifier les structures et les corrélations significatives dans les données, y compris les données de médias sociaux, afin de prévoir les événements futurs et d'évaluer l'intérêt de différentes orientations.
- **Gestion des performances financières.** La budgétisation et la planification, la consolidation financière, l'évaluation des performances, la gestion de la stratégie, l'analyse financière et les fonctions associées de production de rapports permettent de simplifier, de structurer et d'automatiser les pratiques de gestion des performances financières et de la stratégie, en les rendant dynamiques et durables.
- **Analyse des risques.** La visibilité accrue des processus associés à la gestion des risques opérationnels et financiers permet aux gestionnaires de comprendre l'incidence qu'auront ces risques sur la performance future de l'organisation avant même qu'ils ne se concrétisent. La prise en charge des méthodologies existantes en matière de gestion de la gouvernance, des risques et de la conformité donne une vision exhaustive des risques que court l'entreprise.

IBM offre des avantages uniques

Ce qui distingue ces logiciels, c'est qu'ils s'appuient sur un ensemble de fonctionnalités de base qu'IBM est seule à proposer. En faisant d'IBM votre partenaire, vous vous assurez de pouvoir utiliser *tous les types de renseignements* et de les rendre accessibles à *tous ceux* qui en ont besoin, afin d'optimiser *toutes les décisions* en procurant des connaissances sur *toutes les perspectives* et les horizons temporels. Résultat : des décisions optimisées et éclairées, au point d'impact.

Les renseignements dont vous avez besoin

L'utilisation d'une solution IBM d'analytique des affaires permet de tirer parti des capacités de pointe d'IBM en matière de gestion de l'information; vous pouvez ainsi obtenir des données pertinentes et fiables, que ces dernières proviennent de systèmes transactionnels, d'entrepôts de données, de systèmes de gestion de documents, de dossiers de données géospatiales ou d'autres sources. L'analytique des affaires s'exécute ainsi sur des bases solides.

Les outils dont vos employés ont besoin

IBM fournit des outils complets et intégrés d'analytique des affaires, qui répondent aux exigences de plus en plus élevées de tous les utilisateurs, qu'ils fassent partie de votre organisation ou de votre réseau de partenaires, des cadres supérieurs ou des premières lignes, tout en offrant aux services informatiques un faible coût total de possession, ainsi qu'un contrôle et une gouvernance d'entreprise sécurisés.

Seule IBM offre un large éventail d'options de déploiement souples : produits à usage individuel pour ordinateurs de bureau; logiciels client-serveur, pour groupes de travail et d'entreprise à gestion centralisée; systèmes à charge de travail optimisée; services en nuage.

Grâce à l'ouverture et à la flexibilité du système IBM d'analytique des affaires, l'ensemble ou une partie de ces options de déploiement peuvent coexister harmonieusement, ce qui vous permet de commencer facilement votre parcours d'analytique à n'importe quel stade, d'évoluer vers n'importe quel stade et de déployer de nouvelles solutions à mesure que vos besoins évoluent.

De l'aide pour toutes les décisions

La capacité à prendre les bonnes décisions au bon moment dépend, dans une large mesure, du fait de disposer des bonnes informations dans un contexte qui met en lumière les détails les plus pertinents, au lieu de les masquer. Cela vaut aussi bien pour les décisions stratégiques et tactiques prises par les directeurs ou les gestionnaires que pour les recommandations ou les mesures suggérées par les systèmes automatisés. Les fonctionnalités d'automatisation uniques des solutions IBM alimentent un « cercle vertueux » : les résultats des décisions et des mesures prises aujourd'hui amélioreront la qualité des décisions et des mesures qui seront prises demain.

Visibilité de toutes les perspectives

Les solutions IBM d'analytique des affaires procurent des renseignements de tous les horizons temporels; les preneurs de décisions peuvent ainsi consulter les données historiques, les combiner aux données en temps réel relatives à la performance actuelle et, en outre, utiliser des modèles prédictifs et des scénarios de simulation pour évaluer différentes possibilités et différents risques potentiels, afin d'optimiser les résultats.

Expertise inégalée relativement aux industries et aux services

IBM met à votre disposition sa riche expérience provenant de la mise en œuvre de milliers de solutions d'analytique dans une vaste gamme d'industries. IBM vous propose des méthodes éprouvées, des accélérateurs et des solutions d'analytique entièrement adaptables à vos principaux processus analytiques, en particulier dans le domaine des finances, des risques, de la lutte contre la fraude, de la chaîne d'approvisionnement, des opérations, de l'analyse de la clientèle et de la gestion du capital humain. De plus, IBM encourage la création de communautés d'intérêt, notamment dans les centres d'innovation IBM pour l'analytique des affaires, les comités consultatifs de clients et de partenaires, le groupe Recherche IBM et les ateliers d'analytique des affaires.

Un indéfectible engagement envers l'innovation en matière d'analytique des affaires

Voici ce qu'IBM a réalisé au cours des cinq dernières années :

- IBM a investi plus de 14 milliards de dollars dans les logiciels (y compris Cognos, SPSS, Clarity, OpenPages et Algorithmics) afin de développer la gamme d'offres la plus robuste de l'industrie.
- IBM a ouvert huit centres spécialisés dans l'analytique pour aider ses clients du monde entier à détecter les informations clés dissimulées dans leurs données.

- IBM a continué à investir dans la recherche, ce qui a notamment conduit à la mise en marché de Watson, en 2011 : un ensemble de technologies capable d'analyser de gigantesques quantités d'informations à haute vitesse, d'évaluer la probabilité des résultats, d'effectuer des choix et d'apprendre des expériences passées.

Résultat : une analytique plus intelligente

IBM comprend que, pour pouvoir optimiser leurs résultats dans l'environnement d'aujourd'hui, les entreprises doivent devenir plus intelligentes. Leurs dirigeants doivent effectuer des choix stratégiques plus intelligents. Les gestionnaires doivent prendre des décisions plus intelligentes en matière de ressources et de tactiques. En résumé, chaque employé doit prendre des décisions plus intelligentes en ce qui concerne l'utilisation de son énergie et de son temps de travail.

IBM est le partenaire dont vous avez besoin dans votre parcours vers une plus grande intelligence, où que vous en soyez dans celui-ci, et nous serons heureux de vous aider à explorer plus avant les possibilités qu'offre l'analytique.

À propos de l'analytique des affaires

Les logiciels d'analytique des affaires d'IBM fournissent les informations utiles dont les décideurs ont besoin pour améliorer la performance de leur entreprise. IBM propose une gamme complète et unifiée d'applications d'aide à la décision, d'analyse prédictive évoluée, de gestion de la stratégie et de la performance financière, de gouvernance, de gestion des risques et de la conformité, et d'analytique.

Avec les logiciels IBM, les entreprises peuvent détecter les tendances, les modèles récurrents et les anomalies, comparer des scénarios de simulation, prédire les menaces et les possibilités, identifier et gérer les principaux risques, ainsi que planifier, budgéter et prévoir les ressources. Grâce à ces capacités d'analytique approfondie, nos clients du monde entier sont en mesure de mieux comprendre, prévoir et contrôler les résultats de leur entreprise.

Pour en savoir plus

Pour en savoir plus, allez à ibm.com/smarterplanet/ca/fr/business_analytics/ideas



IBM Canada Ltd.

3600, Steeles Avenue East
Markham, Ontario L3R 9Z7
Tél. : 905 316-5000
Télééc. : 905 316-2535

La page d'accueil IBM se trouve à :

ibm.com

IBM, le logo IBM, ibm.com et SPSS sont des marques d'International Business Machines Corp., déposées dans de nombreuses juridictions dans le monde entier. Les autres noms de produit et de service peuvent être des marques de commerce d'IBM ou d'autres entreprises. La liste à jour des marques d'IBM est disponible sur le Web sous « Droits d'auteur et marques de commerce » à :

ibm.com/legal/copytrade.shtml

L'information contenue dans ce document était à jour à la date de sa publication initiale, et peut être modifiée sans préavis par IBM.

Certains produits et services ne sont pas offerts dans tous les pays où IBM exerce ses activités. L'INFORMATION CONTENUE DANS LE PRÉSENT DOCUMENT EST FOURNIE « TELLE QUELLE », SANS GARANTIE EXPLICITE OU IMPLICITE. IBM DÉCLINE EXPRESSÉMENT TOUTE RESPONSABILITÉ QUANT AUX GARANTIES RELATIVES À LA VALEUR MARCHANDE, À LA CONFORMITÉ À UN USAGE PARTICULIER OU À L'INVOLABILITÉ. Les produits IBM sont garantis conformément aux modalités des contrats en vertu desquels ils sont fournis.

- ¹ *Le chef du service de l'information : un acteur essentiel. Extraits de l'étude mondiale auprès des chefs du service de l'information*, Institut IBM de recherche en valeur commerciale, 2011, page 6.
- ² *Analytics : The widening divide : Comment les entreprises qui appliquent les concepts d'analytique gagnent plus de terrain sur leurs concurrents*. Institut IBM de recherche en valeur commerciale et *MIT Sloan Management Review*, 2011, page 2.
- ³ Ibid., page 6.
- ⁴ Nucleus Research. *Note de recherche : chaque dollar investi en analytique rapporte 10,66 \$*. Document L122, novembre 2011, page 1.

© Copyright IBM Corporation, 2012.



Veillez recycler.