

Les données numériques, nouveau levier de croissance ?

Organisation du travail, analyse de marché, amélioration des process, lien de confiance avec le client et les collaborateurs... La donnée peut faire grandir l'entreprise sur le plan éthique mais aussi et surtout, économique. Encore faut-il se doter des bons outils.

Temps de lecture : minute

8 février 2022

Trop. Elles sont beaucoup trop nombreuses, les entreprises qui mésestiment encore le potentiel de leurs données numériques, regrette Nicolas Lambert, CEO d'Axysweb, une startup qui accompagne les entreprises dans la gestion de ces dernières. La raison est simple : " *Il y a un véritable travail d'éducation et de sensibilisation à mener notamment auprès des petites structures.* " Ensuite, pour profiter de ce potentiel, il faut être capable d'extraire ces données et de les analyser correctement.

Organiser le management des données...

Pour cela, pas de secret. Il convient de s'attacher les services, internes ou externes, de spécialistes du management de la donnée, dont les profils diffèrent selon les besoins et les obligations des entreprises : chef de projet IA, data scientist ou prestataire extérieur. Mais justement, comment arbitrer, surtout quand on est par ailleurs en pleine croissance sur son propre cœur de métier ? " *Tout dépend de la stratégie de la société,* recommande Nicolas Lambert. *Elle doit se poser les questions suivantes : mon activité est-elle assez numérisée ? De quelles données ai-je besoin ? Qui les possède ? Quels métiers les collectent ? Comment*

sont-elles stockées ? Quid de la donnée personnelle issue des clients ou salariés ? Mais le traitement de la donnée personnelle n'est pas au cœur des demandes des petites entreprises que nous accompagnons. "

À noter que sur le seul plan réglementaire, certaines structures sont tenues par le RGPD de se doter d'un Délégué à la protection des données (DPD). "*Ceci étant, les entreprises qui n'y sont pas soumises peuvent également y avoir recours*", souligne Me Viviane Gelles, qui possède également la casquette de DPD externe. Pour les entreprises, ce professionnel veille au bon respect de la réglementation, répond aux questions qui en dépendent.

Il peut aussi aider à construire des projets impliquant du traitement de données personnelles basés sur des principes de responsabilisation tels que la *Privacy by design* décrite par le RGPD. "*La démarche vise à intégrer le sujet de la donnée personnelle dès l'amorce du projet*, explique Viviane Gelles. *L'enjeu est alors de privilégier la donnée la moins engageante dans l'identification et la moins intrusive.*" L'avocate lilloise est également sollicitée sur des thématiques liées aux biais discriminatoires d'une IA ou "*pour accompagner la rédaction d'une charte éthique. À partir du moment où la donnée devient un sujet régulier, mieux vaut avoir de la ressource en interne.*"

... pour en faire un levier de croissance

En réalité, les outils ou logiciels métiers sont déjà équipés de leurs propres systèmes d'analyse de la donnée. Mais cela ne suffit pas à créer de la plus-value et de la performance pour les entreprises. "*Elles ont besoin d'être accompagnées dans la manière de croiser les données issues de différents logiciels pour leur donner cette valeur supérieure qui viendra répondre à une stratégie*, souligne Nicolas Lambert. *L'entreprise doit pouvoir collecter, traiter, visualiser ses données. Les possibilités sont importantes, même pour une TPE. Peu de structures y pensent mais*

l'open data peut, par exemple, être intéressante afin d'analyser des marchés. "

Pour Nicolas Lambert, l'enjeu pour les petites structures repose également sur la mise en place de procédures automatisées, afin de libérer du temps pour les collaborateurs. Ces derniers peuvent plancher sur des sujets plus stratégiques et ainsi faire fructifier leurs talents et leurs idées. La démarche est donc intéressante du point de vue managérial, mais bénéficie aussi à la productivité et la compétitivité de l'entreprise.

Comme Axysweb, d'autres structures se sont saisies du potentiel de la donnée pour en faire des leviers de croissance économique et éthique. Les Belges de Cumul.io ont, par exemple, mis au point une plateforme low code qui offre la possibilité de visualiser les données de l'entreprise. Ils proposent des tableaux de bord et des fonctionnalités d'analyse des données (analytics) utilisés par des centaines d'éditeurs de Software as a Service (SaaS).

Dans l'Hexagone, Pigment a créé une solution de planification des dépenses permettant de réaliser des prévisions en continu grâce aux données. Une aide précieuse en temps de crise pour piloter un budget et ressources humaines. L'heure étant à la numérisation à tous les étages, la France a donc toute latitude pour s'imposer comme fer de lance de la donnée "propre".

Maddyness, partenaire média de Salesforce

Développer votre entreprise avec

Maddytips, La newsletter 100% conseils

Deux fois par mois dans votre boîte mail

Abonnez-vous gratuitement



Maddyness



S'abonner

Article écrit par Maddyness, avec Salesforce