

Service de presse
IBM France
17, avenue de l'Europe
92270
Bois Colombes

IBM et le MIT SMR identifient la culture d'entreprise comme étant le principal frein à l'adoption des technologies BAO dans les entreprises

*Ces sont les défis organisationnels, et non la technologie, qui
empêchent une adoption rapide de ces technologies*

Paris, le 14 novembre 2011 - Une nouvelle étude publiée par le MIT Sloan Management Review et l'Institute Business Value d'IBM révèle que les défis organisationnels, plus que les obstacles technologiques, empêchent les entreprises d'adopter pleinement les technologies BAO au sein de leur entreprise.

Selon une étude mondiale réalisée auprès de plus de 4500 dirigeants, cadres et analystes de 30 industries dans plus de 120 pays, 44% des organisations estiment que les barrières culturelles, telles que l'exigence pour de nouvelles compétences en leadership et la résistance organisationnelle aux nouvelles idées, sont les principaux freins à l'adoption des technologies de BAO au sein des entreprises. Elles ne sont en revanche que 24% à citer les problèmes technologiques.

Le nouveau rapport se base sur les résultats de l'étude menée par le MIT SRM et IBM en 2010 et destinée à comprendre la manière dont les entreprises intègrent les solutions de BAO dans leurs processus et opérations. L'étude 2010 révèle que les organisations appartiennent à l'un des trois niveaux de maturité : Les simples utilisateurs sont les entreprises « Appétentes », suivis par les entreprises « Expérimentées » et les plus expérimentés sont appelés les entreprises « Transformées ». Les comparaisons d'année en année montrent que les utilisateurs les plus avisés déploient les solutions de BAO et surpassent de plus en plus leurs pairs en termes de performance.

Par exemple, entre 2010 et 2011, le pourcentage de répondants qui citent un avantage compétitif basé sur les technologies de BAO augmente de 23% pour les entreprises « Transformées » et 66% pour les organisations « Expérimentées ». Ces mêmes organisations sont deux fois plus susceptibles de surpasser leurs concurrents. En revanche les organisations « Appétentes » perdent du terrain en termes de compétitivité, chutant de 4% depuis l'année dernière.

"Nos recherches montrent que les utilisateurs les plus précoces de solutions de BAO réalisent des gains de performance et de compétitivité assez significatifs » relate **Fred Balboni, Responsable Mondial BAO d'IBM**. *« Ces indicateurs montrent un besoin urgent pour les organisations de favoriser une culture centrée sur les données, et de mener une stratégie qui intègre les éclairages factuels dans les prises de décision et les processus à tous les niveaux de l'entreprise. »*

"Nous avons trouvé qu'il existe trois piliers du « Competitive Analytics » : une culture basée sur les données, une compétence en management de l'information, et une

expertise analytique » explique **David Kiron, rédacteur en chef du MIT Sloan Management Review**. « *Les entreprises qui possèdent ces trois piliers utilisent les solutions BAO pour détenir un avantage compétitif sur le marché* »

L'étude révèle que la majorité des organisations utilisent les solutions BAO pour gérer les activités financières et opérationnelles, mais qu'elles sont moins susceptibles de s'appuyer sur des éclairages analytiques dans leur prise de décision concernant d'autres domaines clés.

En moyenne, moins de 25% des organisations « Appétentes », et la moitié des organisations « Transformées » estiment qu'elles s'appuient sur les données et les solutions BAO pour prendre des décisions impliquant les clients, la stratégie de l'entreprise et les ressources humaines. Même les organisations « Transformées » n'utilisent pas les technologies BAO au maximum de leur potentiel, ce qui souligne les nombreuses opportunités pour les entreprises « Transformées » de faire toujours plus, et pour les organisations les moins avisées de créer un avantage compétitif en adoptant les solutions de BAO aux activités stratégiques clés.

Alors que les organisations « Transformées » utilisent les solutions BAO plus largement au sein de leur organisation que leur concurrente, elles se différencient toutefois en se concentrant sur trois domaines d'applications :

- Une prise de décisions plus rapide : Les organisations « Transformées » sont trois fois plus susceptibles de se focaliser sur une meilleure prise de décisions et dans des délais plus brefs que les entreprises « Appétentes »

- Gestion des risques : 86% des organisations « Transformées » adressent l'ensemble des risques organisationnels qui peuvent impacter l'entreprise, alors qu'aucune des organisations « Appétentes » n'a le même niveau de précision. Les organisations « Transformées » utilisent les solutions BAO non seulement pour atténuer les risques mais aussi pour les anticiper.

- Intéresser le client : Les organisations « Transformées » distancent leurs concurrents en exploitant l'énorme volume de données disponibles aujourd'hui afin d'engager de nouveaux dialogues avec le client. Deux tiers d'entre elles placent l'analyse dans les mains des employés orientés clients afin de générer des ventes et plus de productivité – alors qu'elles ne sont qu'un quart des entreprises « Appétentes » à le citer.

L'étude examine comment les organisations « Transformées » obtiennent un avantage compétitif sur le marché. L'analyse montre que parmi toutes les caractéristiques exposées, la compétence dans les six domaines suivants distingue le plus les entreprises les plus performantes.

Capacité à analyser les données – 78%

Capacité à capturer et agréger les données – 77%

Une culture ouverte aux nouvelles idées – 77%

Les solutions BAO comme partie intégrante de la stratégie et des opérations de l'entreprise – 72%

L'intégration des analyses prédictives dans les processus – 66%

Des éclairages à portée de ceux qui en ont besoin – 65%

Pour accéder à l'étude complète, vous pouvez visiter le site du [MIT SMR](#) ou celui d'[IBM](#).

Pour plus d'informations sur le projet New Intelligence Enterprise du MIT SMR/IBM :
<http://mitsmr.com/DataHub>

Contacts presse :

IBM

Catherine Laforêt

Tél. : 01 58 75 25 91

catherine_laforet@fr.ibm.com

Text 100 pour IBM

Rivély Monampassi

Tél. : 01 56 99 71 42

rively.monampassi@text100.fr