



Le parcours de la donnée productive en entreprise

Janvier 2016

Synthèse

Insights

- Parmi la multitude d'indicateurs utilisés par les décideurs, la *customer centricity* (dimension marché et clients) constitue un élément clé du pilotage de l'entreprise.
- Les entreprises se convertissent incontestablement aux indicateurs digitaux, même s'ils interviennent encore peu dans le pilotage de l'activité au quotidien.
- La fonction études (annonceurs et instituts), confirme sa position centrale auprès des décideurs. Elle fait partie du cercle privilégié des principaux partenaires de la prise de décision et s'inscrit dans une relation pérenne.
- A côté des Instituts d'études, les cabinets de conseil et les acteurs du web s'affirment également comme les principaux acteurs de la donnée décisionnelle.
- Outre la qualité et finesse d'analyse, sa capacité à donner du sens aux données, la fonction études chez l'annonceur a su démontrer son orientation business... avec des marges de progression possibles.
- Pour leur part, les instituts d'études sont d'abord perçus comme les garants de la fiabilité de la donnée.
- Parmi les incontournables de la donnée, soulignons enfin la réactivité avec laquelle la fonction études dans son ensemble a su démontrer sa performance.

Pistes de réflexion

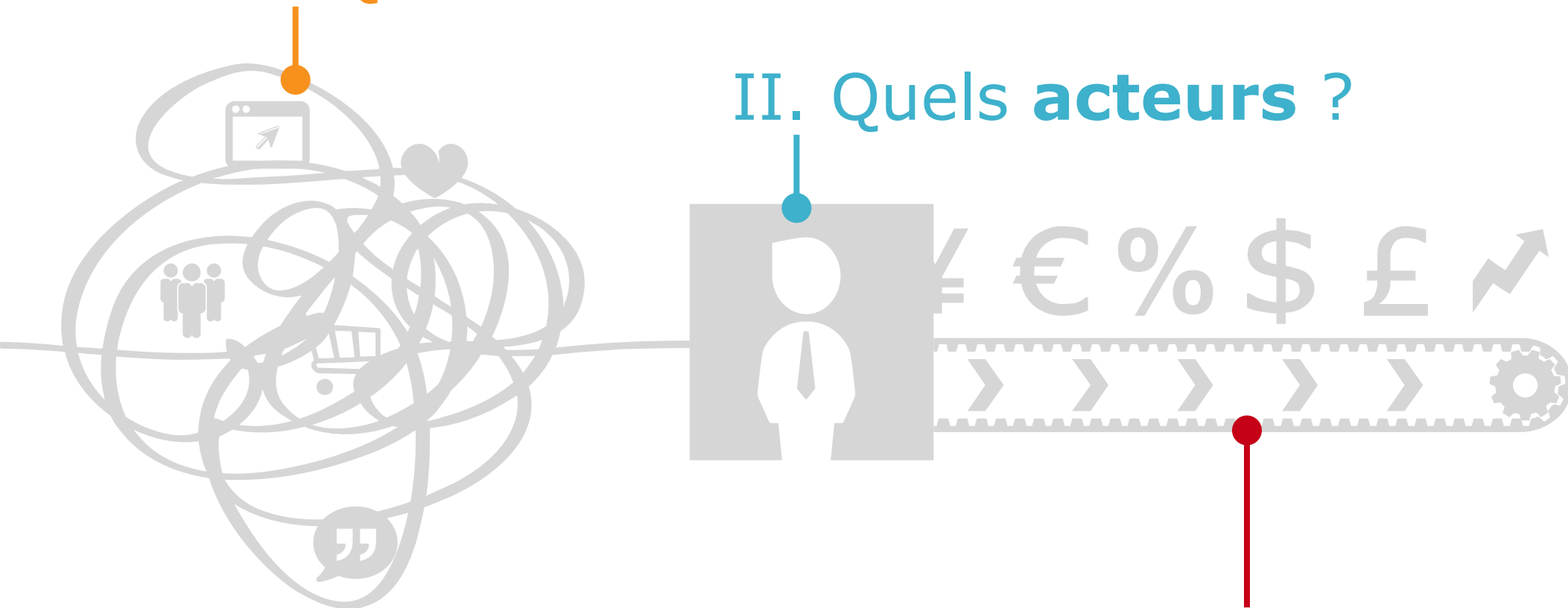
- Dans un environnement 3.0 où le parcours de la donnée est devenu polymorphe, la maîtrise et l'intégration de nouvelles sources de données sont un enjeu capital pour la fonction études.
- Pour en saisir toutes les opportunités, elle pourra cultiver les approches collaboratives en multipliant les passerelles avec les autres acteurs de la donnée, qu'ils soient internes ou partenaires externes.
- 3 axes de travail possibles :
 - Développer les complémentarités avec les grands acteurs du web et les cabinets de conseil.
 - Favoriser les approches co-créatives.
 - Valoriser la réactivité en prenant des initiatives visibles et impactantes autour du digital (écoute des réseaux sociaux, KPIs digitaux...).
- Les professionnels des études (annonceurs et instituts) ont véritablement l'opportunité d'avancer ensemble pour renforcer la productivité de la donnée au bénéfice de l'entreprise. C'est ainsi qu'ils deviendront les champions de la smart data.
- Ils le feront en cultivant leurs domaines d'excellence respectifs et complémentaires : ouverture, agilité, garantie de fiabilité, impact business et réactivité.

C'est l'histoire de la donnée productive...

I. Quelles **données** ?

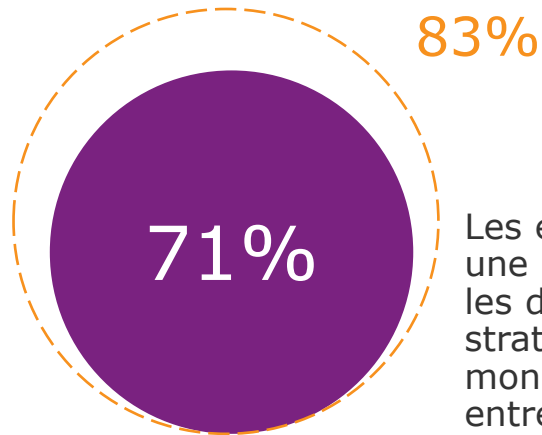
II. Quels **acteurs** ?

III. Quelle **productivité** ?

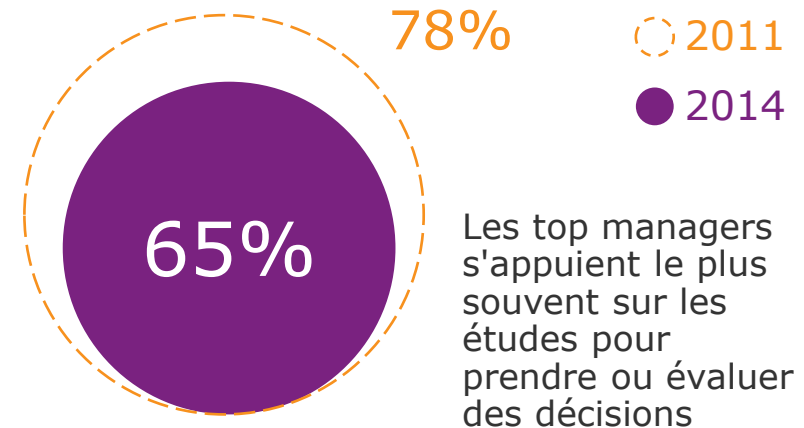


Les défis de la fonction études en 2011 et 2014

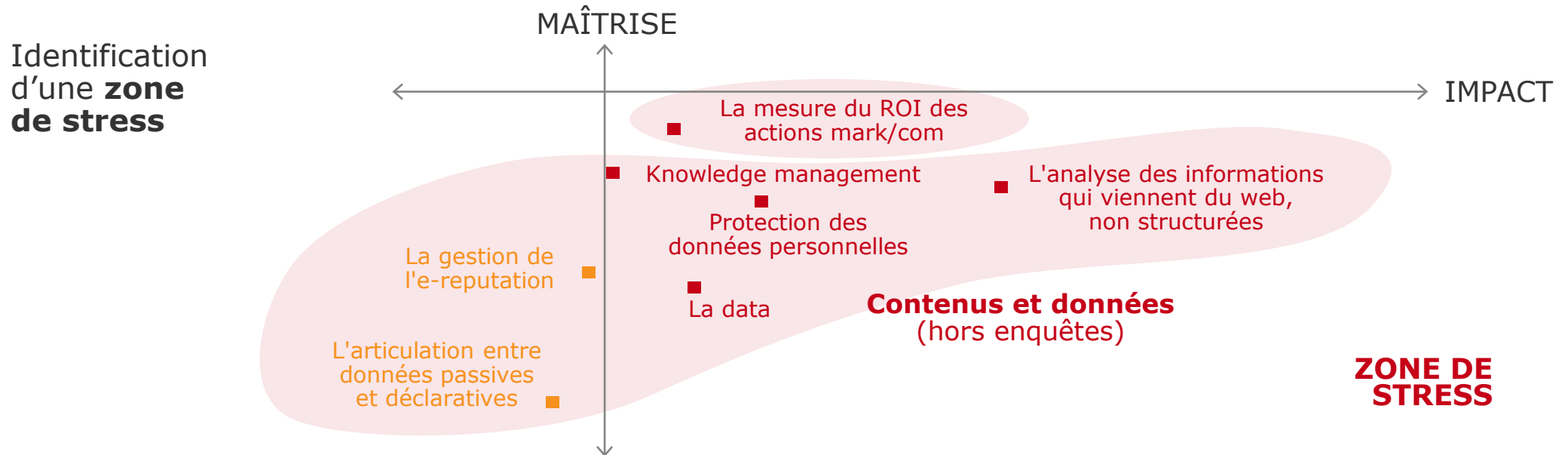
L'influence générale de la fonction étude auprès d'une grande variété de fonctions



Les études ont une influence sur les décisions stratégiques de mon groupe / entreprise



Les top managers s'appuient le plus souvent sur les études pour prendre ou évaluer des décisions



Fin 2015, une étude miroir sur la fonction études

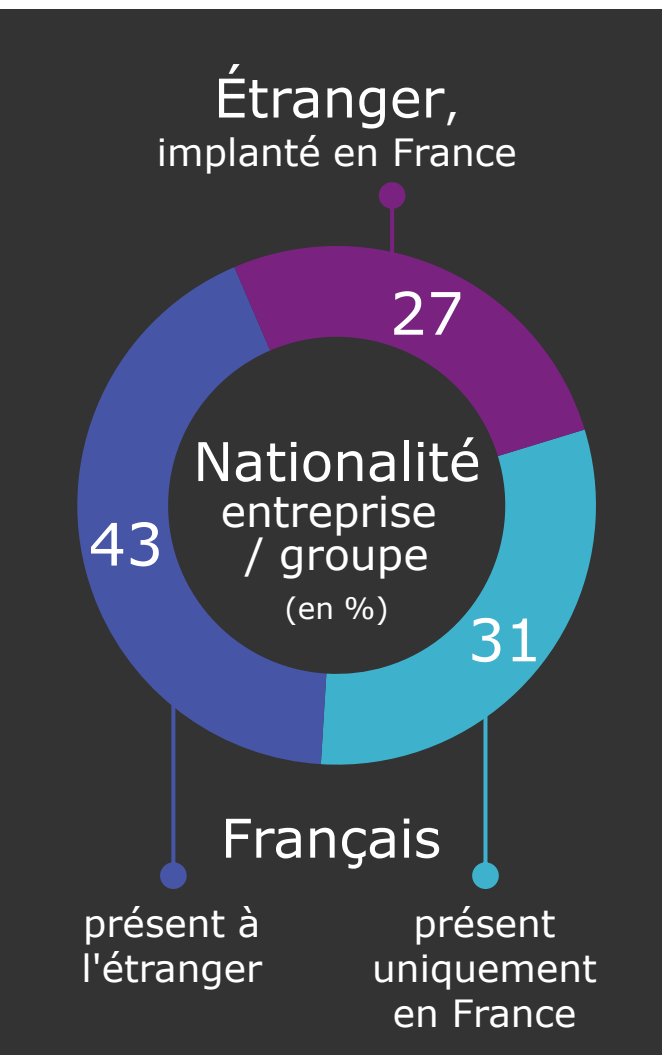
50%

Répondants
en directions
études

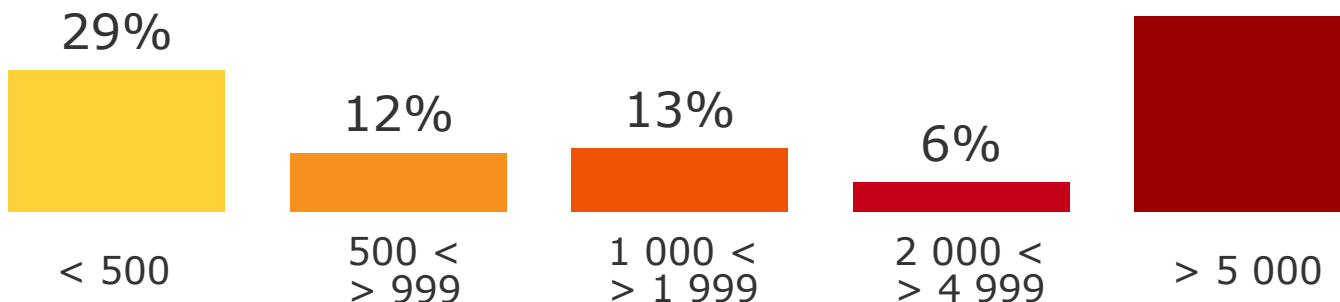
50%

Répondants dans
d'autres directions
métiers

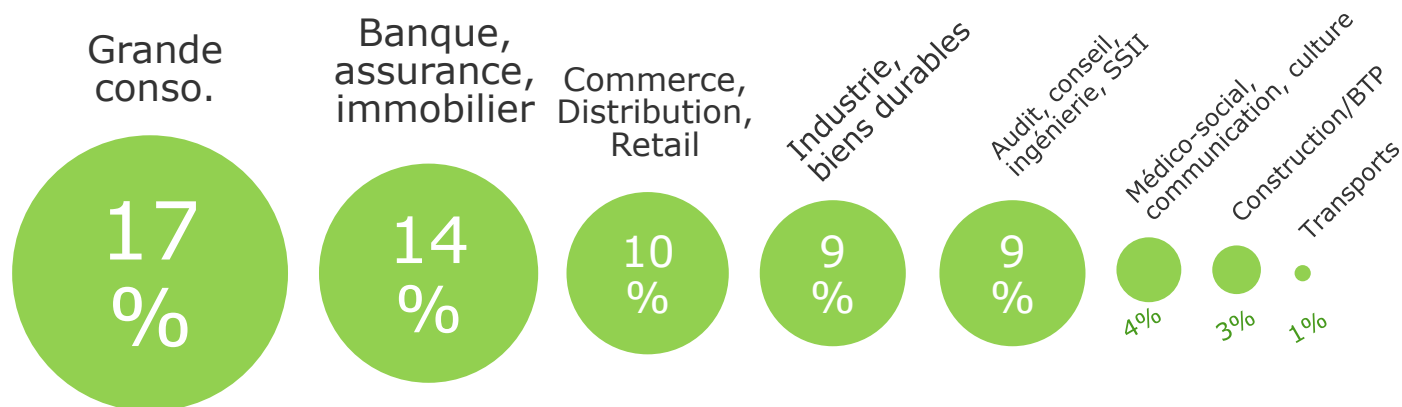
Merci aux 150 répondants



Nombre de salariés (en %)



Secteurs (en %)



I.

**Quelles sont
les données
utiles à la prise
de décision ?**



Des décideurs multi-casquettes



Les décideurs
interviennent
en moyenne sur
**3 missions
différentes**



Base : Ensemble

Au sein de votre entreprise ou organisation, êtes-vous en charge, partiellement ou globalement...?



TNS Sofres

Le parcours de la donnée productive en entreprise

© TNS



Une extrême diversité d'indicateurs



Marque
Ventes Marketing opérationnel
Applications et internet mobile
Publicitaires Clients
Site Internet Média
Produit Réseaux sociaux
Qualité RSE
Relationnels Marché
Emailing RH
Satisfaction client

Base : Ensemble

Parmi les différents types de données / indicateurs suivants, quels sont ceux auxquels vous avez recours pour prendre des décisions ?



TNS Sofres

Le parcours de la donnée productive en entreprise

© TNS

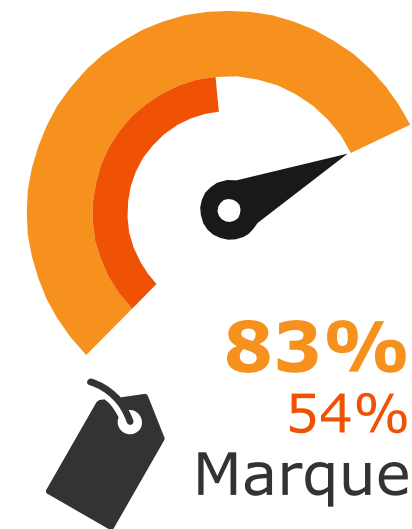
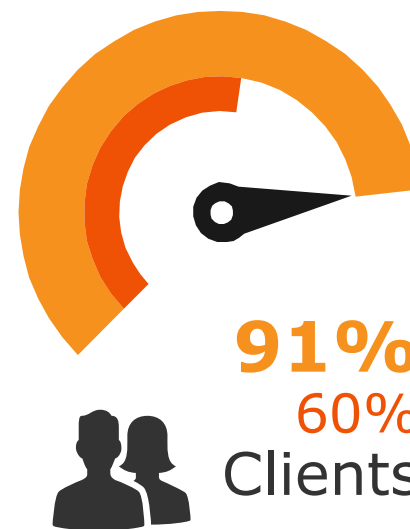
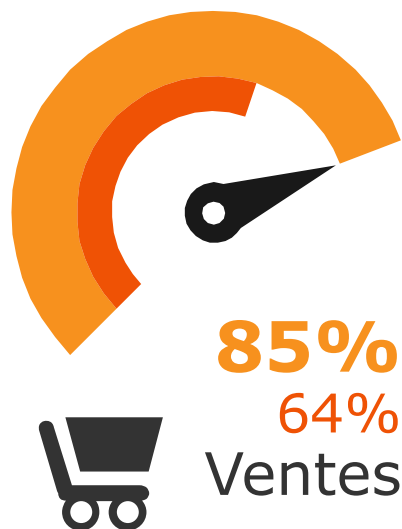
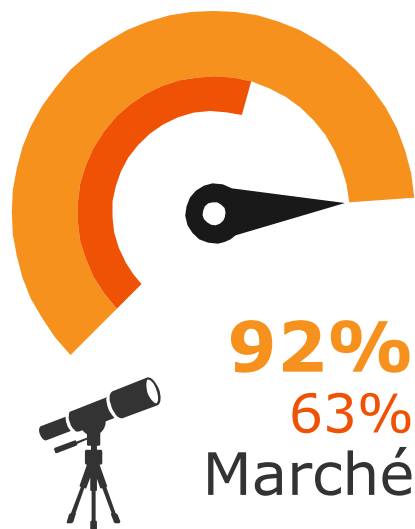


La customer centricity (dimensions marché et clients) comme élément clé du pilotage

- ST oui
- Régulièrement

BUSINESS

MARKETING



Base : Ensemble

Parmi les différents types de données / indicateurs suivants, quels sont ceux auxquels vous avez recours pour prendre des décisions ?



TNS Sofres

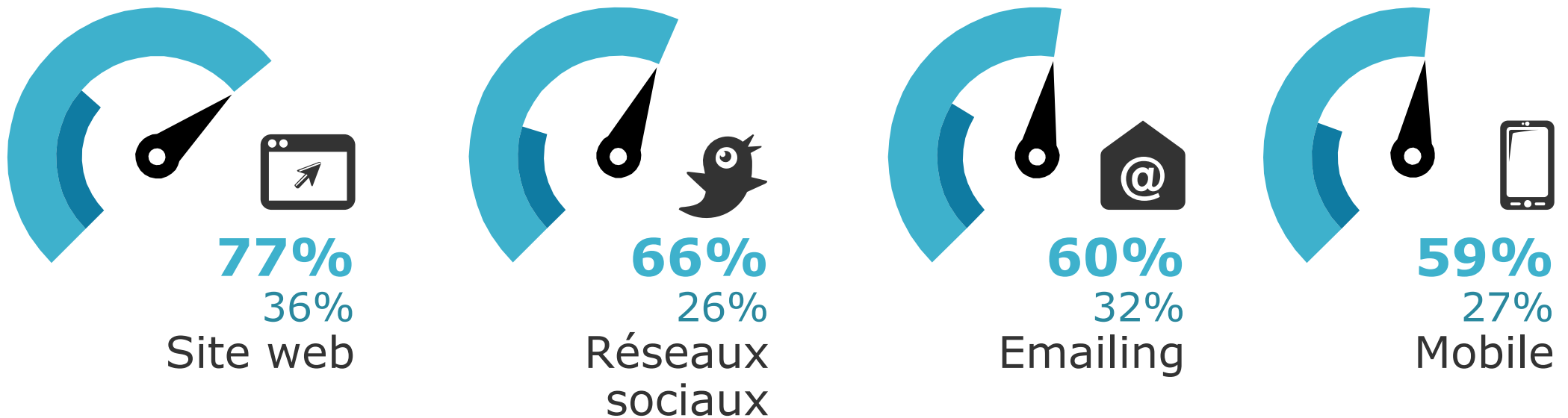
Le parcours de la donnée productive en entreprise

© TNS



Le digital reste encore un facteur émergent dans le pilotage de l'activité au quotidien

- ST oui
- Régulièrement

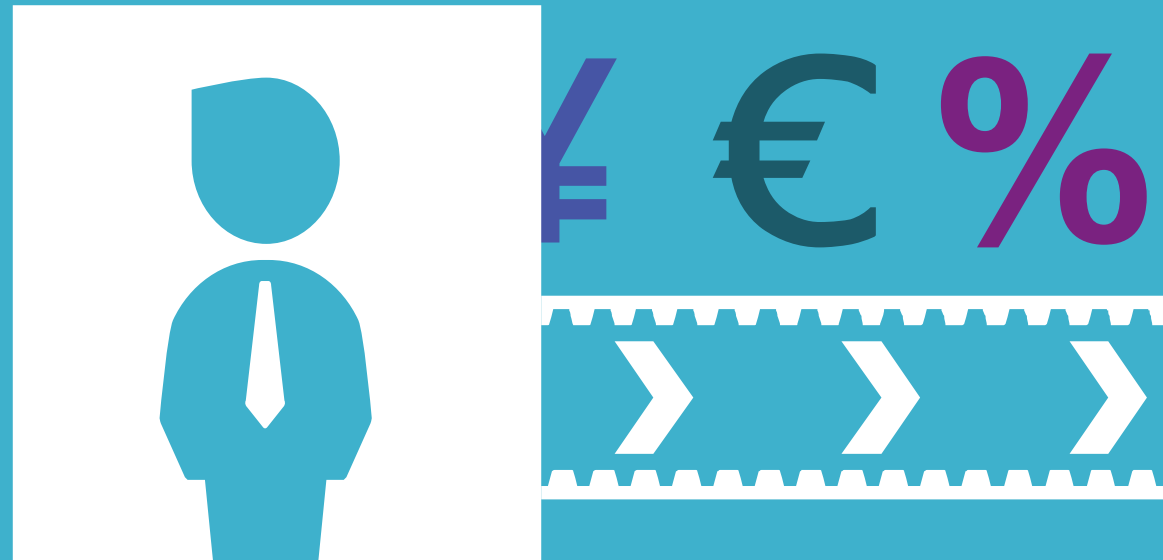


Base : Ensemble

Parmi les différents types de données / indicateurs suivants, quels sont ceux auxquels vous avez recours pour prendre des décisions ?

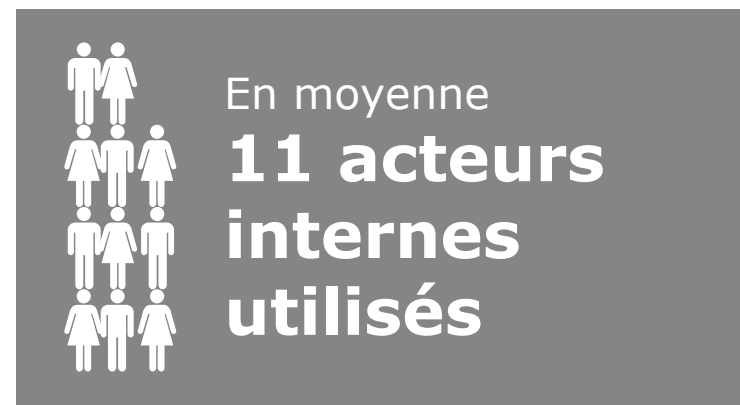
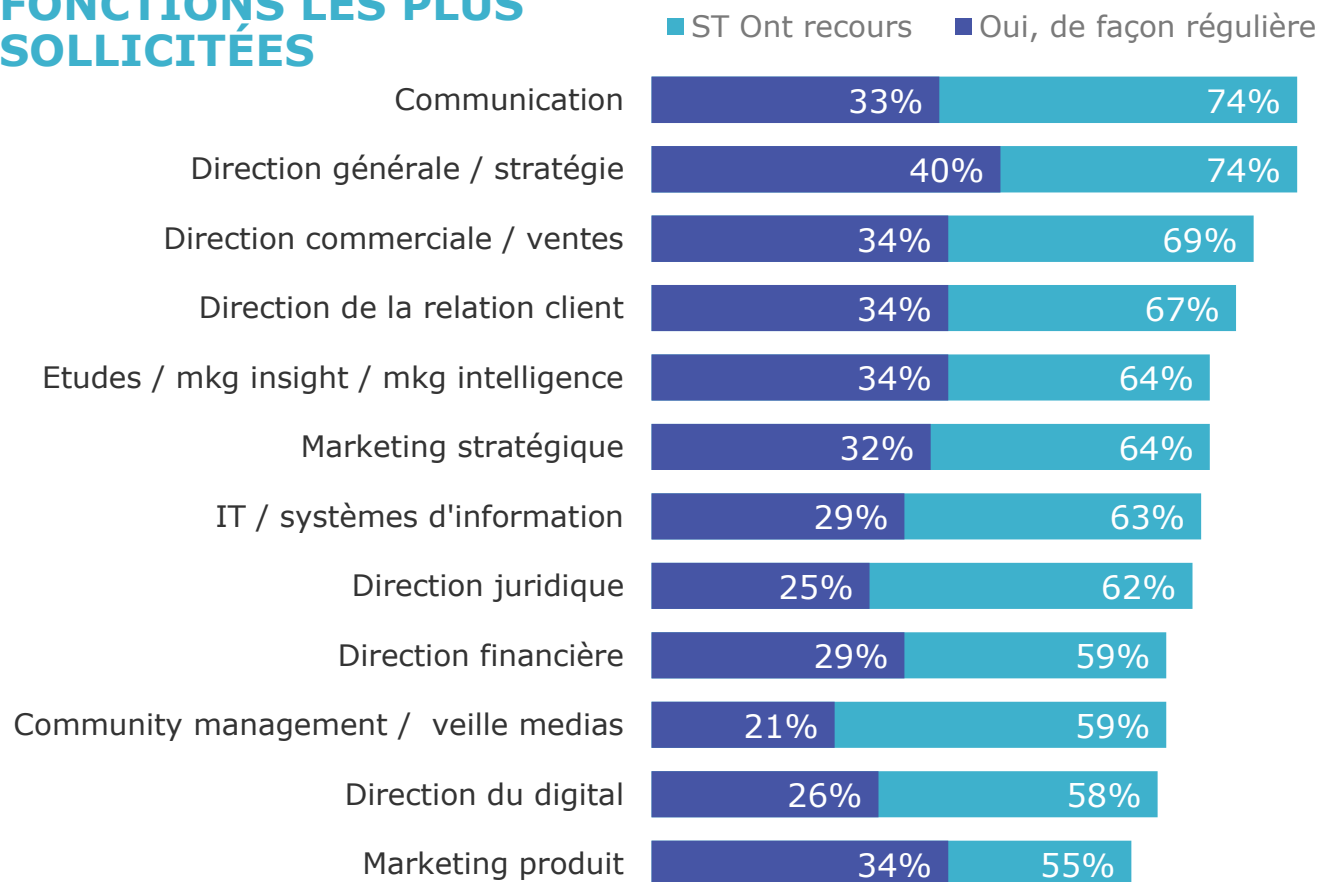
II.

Qui sont les acteurs de la donnée ?



En interne, une grande diversité d'acteurs

FONCTIONS LES PLUS SOLLICITÉES



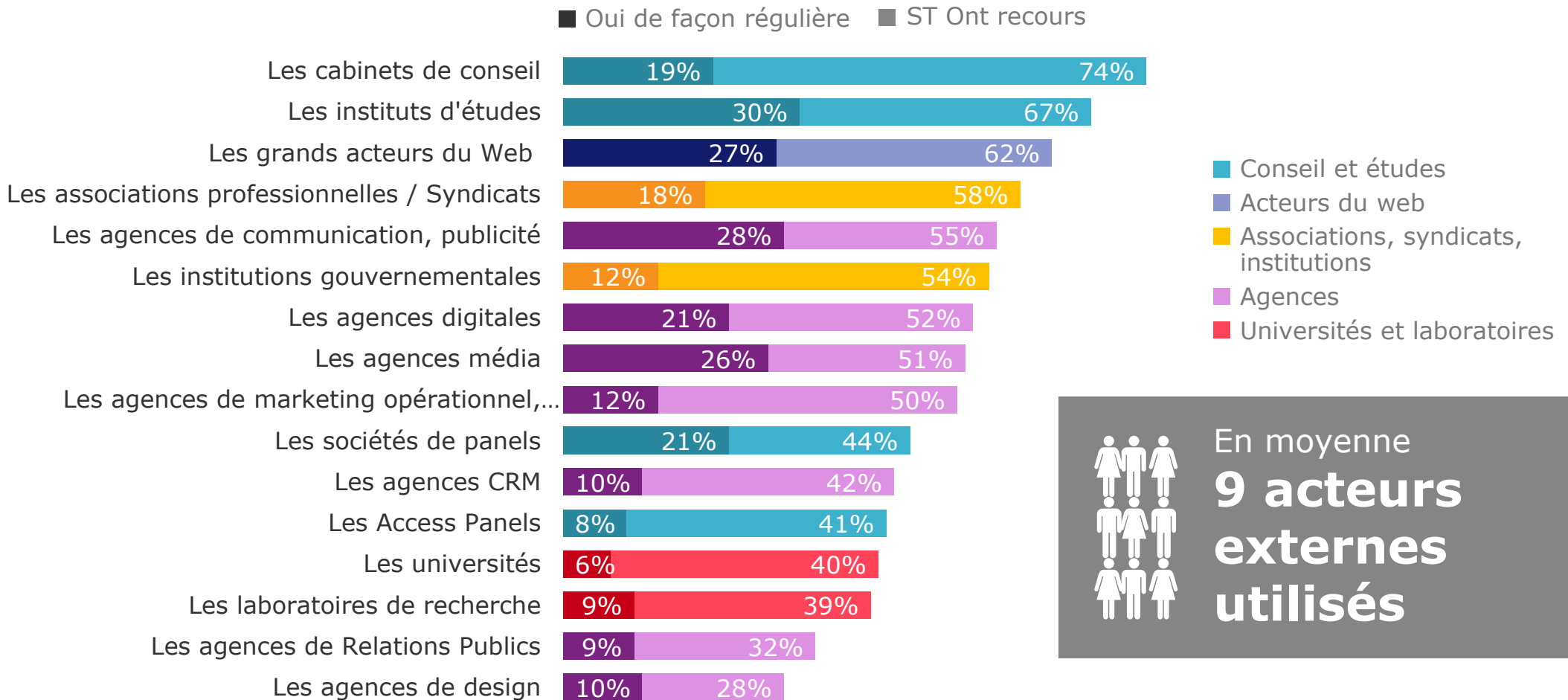
FONCTIONS MOINS SOLLICITÉES

- 49% L'innovation
- 47% Les achats / le sourcing
- 47% La direction de la qualité

Base : Directions métiers hors fonction études

En interne : dans votre métier, avez-vous directement ou indirectement recours aux acteurs suivants pour obtenir les indicateurs/données les plus utiles pour vous ?

En externe, des liens à renforcer entre instituts, cabinets de conseil et grands acteurs du web ?

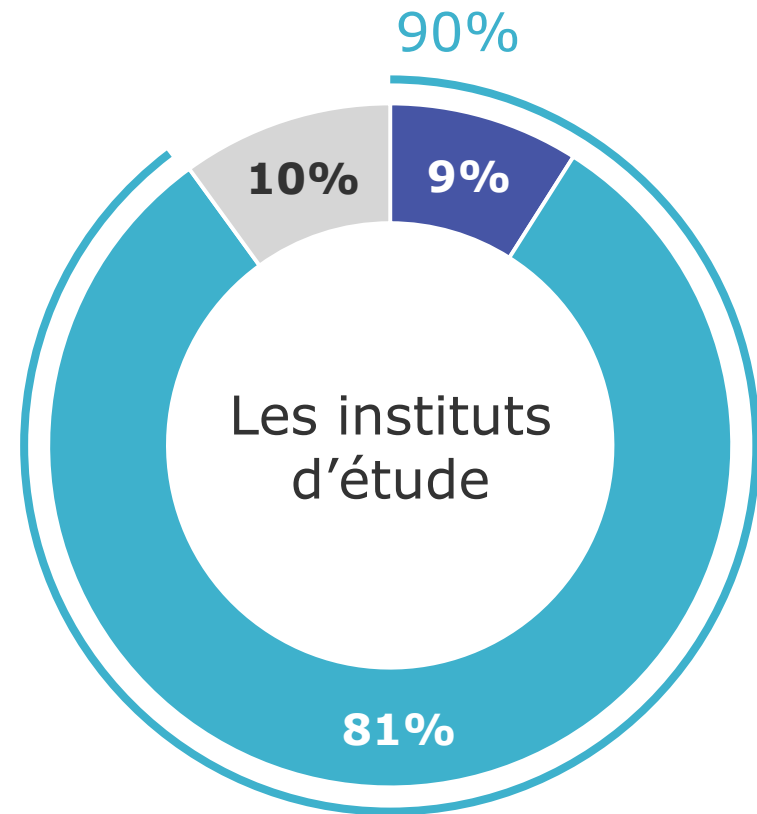
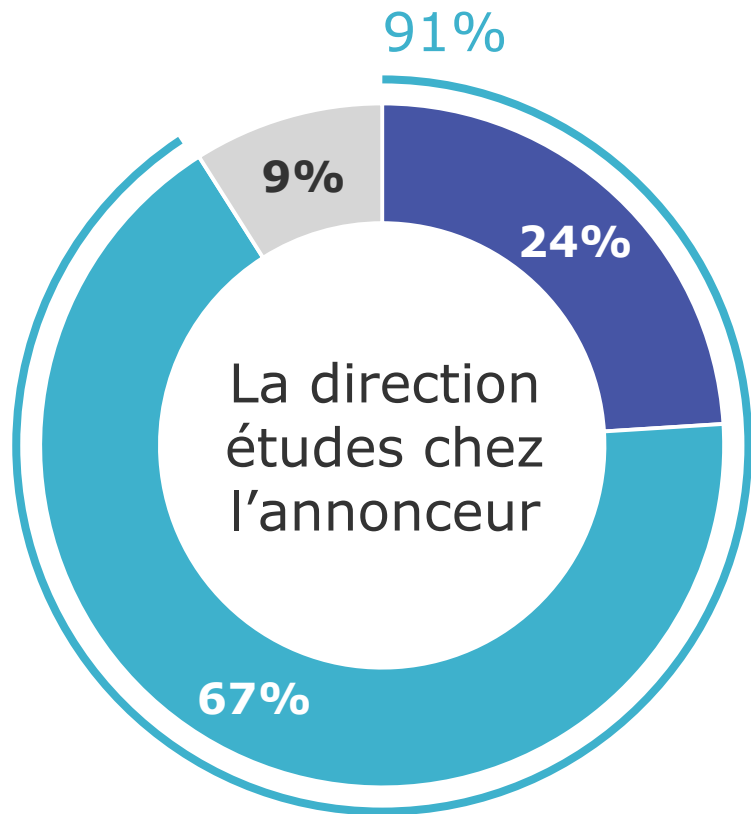


En moyenne **9 acteurs externes** utilisés

Base : Directions métiers hors fonction études
 En externe : dans votre métier, avez-vous directement ou indirectement recours aux acteurs suivants pour obtenir ces indicateurs/données ?

Fonction études et décideurs : une relation pérenne...

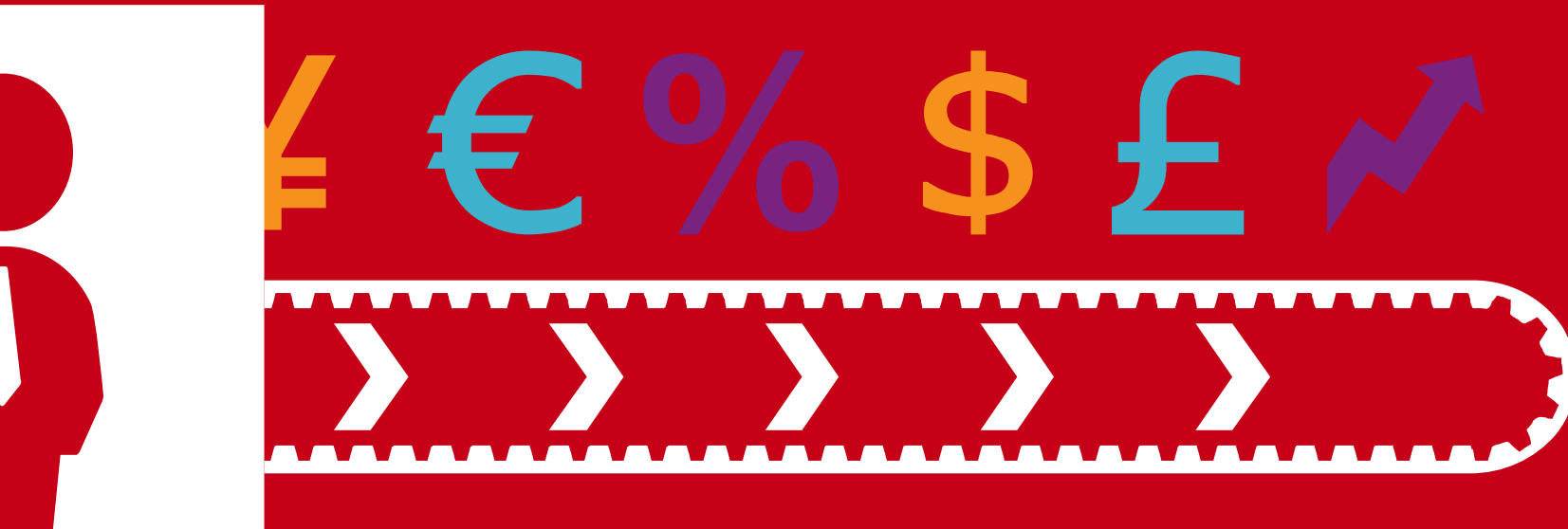
- Plus souvent
- Aussi souvent
- Moins souvent
- ST Au moins aussi souvent



Base : Directions métiers hors fonction études
Et à l'avenir, avez-vous l'intention de recourir à la direction études / marketing insight / marketing intelligence ?

III.

Quelle
performance ?
Quelle
productivité ?



Les qualités de la fonction études en 2014



Des qualités
intellectuelles



Des qualités
relationnelles



Des qualités
humaines



Orientation business
suffisante ?

En interne, l'orientation business, principale attente vis-à-vis de la fonction études chez l'annonceur...



Base : Directions métiers hors fonction études
Selon vous, quelles sont les 3 qualités les plus importantes pour la direction études / marketing insight / marketing intelligence ?

...mais aussi principal challenge de la fonction

DES DIMENSIONS PARFAITEMENT MAITRISEES

(% Satisfaits)

98% Expérience des marchés, secteurs

98% Intégrité et objectivité

92% Rapport qualité / investissement

90% Qualité et finesse d'analyse

90% Fiabilité / compétences techniques

90% Travail en mode collaboratif

DES MARGES DE PROGRÈS POSSIBLES...

(% Insatisfaits)

22% Influence décisions stratégiques

17% Capacité de pilotage de projets

16% Impact business

15% Solutions créatives

15% Réactivité

Base : Directions métiers hors fonction études
Concernant la direction études / marketing insight / marketing intelligence, comment évaluez-vous cet acteur sur les critères suivants?



TNS Sofres

Le parcours de la donnée productive en entreprise

© TNS



L'institut, gardien du temple, doit aussi investir son rôle de facilitateur



DES DIMENSIONS PARFAITEMENT MAITRISÉES (% Satisfaits)

- 95% Fiabilité / compétences techniques reconnues
- 86% Intégrité et objectivité
- 90% Expérience des marchés, secteurs
- 87% Réactivité

DES MARGES DE PROGRÈS POSSIBLES... (% Insatisfaits)

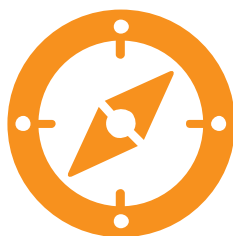
- 36% Impact business
- 46% Capacité à apporter des solutions créatives
- 37% Influence décisions stratégiques

Base : Ensemble / Selon vous, quelles sont les 3 qualités les plus importantes pour les instituts d'études ? Concernant les instituts d'études, comment évaluez-vous cet acteur sur les critères suivants?

Fonction études chez l'annonceur et instituts d'étude doivent ramer dans le même sens



Cultiver plus fortement la **réactivité** dans l'évolution de nos fonctions



Grandir sur la dimension **conseil**, investir pleinement notre **rôle de facilitateur**



Lutter contre la donnée toxique et **labelliser la fiabilité** des données