

Mise en place d'un projet de MDM : conseils et bonnes pratiques

Par Pascal Anthoine, Directeur Practice Entreprise Information Management,
Micropole

« Alors que s'ouvre ce matin le Forum MDM 2.0 organisé par Micropole, je me souviens qu'il y a presque 10 ans, je mettais en œuvre mon premier référentiel produit basé sur une solution spécialisée. Passés les premières réticences liées à l'utilisation même de l'anagramme MDM, les années et les nombreux projets sur des domaines aussi larges que les produits, structures et organisation, nomenclatures, employés, fournisseurs, clients... J'ai aujourd'hui acquis une vraie compréhension de la signification profonde du MDM, et la certitude que ce qui n'était au début qu'une vague technologique de plus est parti pour durer. En voici les principales raisons, et quelques conseils essentiels pour réussir ce que je compare au quotidien à une course de fond, tant la mise en place d'un projet de MDM, lorsque l'on ne maîtrise pas ses enjeux et subtilités, peut parfois s'avérer complexe ».

Au-delà d'une bonne maîtrise des solutions du marché, toutes plus ou moins basées sur des approches similaires, **c'est indiscutablement dans la réponse aux enjeux métiers que réside le cœur de la problématique du MDM.** Le véritable succès d'un projet de MDM se mesure en effet **dans l'apport de valeurs en termes de nouveaux services ou d'informations** que va engendrer la mise en place d'une bonne gouvernance des données clients, fournisseurs, produits, ou autres données de référence.

La phase préparatoire est essentielle

L'identification des apports de valeur doit être traitée durant la phase de pré-projet, assez complexe à aborder d'ailleurs sans l'accompagnement éclairé d'un expert du domaine. A ce stade, la difficulté réside dans l'identification et la projection des bénéfices qu'apporteront une démarche MDM aux métiers de l'entreprise, alors que paradoxalement cette solution restera au final souvent invisible pour la grande majorité de ses utilisateurs. **Ces bénéfices sont heureusement nombreux, pour peu que l'on sache les identifier, les personnaliser pour que chaque direction métier s'y retrouve, et les rendre compréhensibles aux décideurs.**

Tout au long du projet, puis en phase de conduite du changement, cet apport de valeur devra être régulièrement validé et suivi de près, afin de pouvoir démontrer que le projet a atteint ses objectifs et résolu les problèmes initiaux. Les utilisateurs ont en effet tendance à vite oublier les problématiques qui ont été résolues...

Eviter les pièges de la mise en œuvre

Une fois le projet acté, commence la course à étapes vers son aboutissement et la transformation de la promesse en une réussite partagée entre équipes métiers et IT. Voici quelques conseils pour éviter les obstacles les plus courants :

- Premièrement, on ne le rappelle jamais assez : un projet MDM n'a de valeur que dans le cadre d'une **logique d'intégration** avec le système d'information existant ou futur ! **Se lancer dans un projet MDM sans aborder le rôle primordial de la plateforme d'échange n'est tout simplement pas possible.** Cette étape est réellement cruciale ; autant donc se donner les moyens de la passer le moins difficilement possible. Il faudra en effet être bien outillé pour



Contacts Presse

Agence Point Virgule | Chrystel Libert | 01 73 79 50 63 | clibert@pointvirgule.com

| Solenn Morgon | 01 73 79 50 70 | smorgon@pointvirgule.com

Micropole | Marina Hathorn-Benatar | 01 74 18 76 98 | mhenatar@micropole.com

ensuite interfacier des systèmes plus ou moins récents, plus ou moins connus et documentés par les équipes, avec un niveau de qualité des données parfois surprenant, sachant qu'aujourd'hui bon an, mal an, le « business se fait ! ».

- Autre point : **la gestion de la volumétrie des données de référence** dépassant la dizaine de millions d'enregistrements en mode hub synchrone est un vrai challenge ! Information terrain qui peut surprendre lorsque l'on entend les promesses impressionnantes de l'ensemble des éditeurs sur les capacités de gestion de volume de données de leurs solutions.... Ce qui n'est pas dit, c'est que pour respecter au maximum l'adage qui veut que dans de vrais projets (et non les benchmarks) les modèles implémentés soient le plus « métier » et « business agile », on a tendance à les normaliser au maximum... Ceci rendant l'accès à un groupe de données métiers plus atomisé, et/ou donc plus complexe, et entraînant les temps de réponses beaucoup plus long. Gageons que l'arrivée prévue de solutions basées sur des modèles de stockages orientés « Big Data », deviendront rapidement un critère incontournable dans le choix d'une solution de MDM.
- Passons sur **l'utilisation abusive de « customisations » sur les solutions MDM**, qui rendent complexes les changements de version. Ces besoins de développements spécifiques sont souvent liés à une mauvaise utilisation de la solution. En cas de besoin de customisation excessive, il faut se demander si les données sur lesquelles on travaille sont bien des données de référence.
- Arrive enfin la dernière ligne droite, juge de paix de tous les projets MDM ayant un volume de données conséquent : **la reprise des données et l'initialisation du référentiel**. Mal préparée, cette dernière étape peut se révéler longue et difficile. D'où l'intérêt d'identifier ce chantier comme un **véritable projet à part entière**, avec ses particularités : sa phase de cadrage (ne reprendre que le strict nécessaire), sa phase de profiling, outillé ou non, de la **qualité des sources existantes**, ...

Passé l'ensemble de ces étapes avec succès, arrive enfin la satisfaction de **disposer de données de qualité, unifiées, synchronisées, auditables, versionnées, ayant un cycle de vie maîtrisé**. Sur ce socle fiable et solide de données, s'appuie désormais l'ensemble des projets décisionnels et applicatifs, véritables facteurs d'accélération dans l'accompagnement et l'accélération de la performance des métiers.

Les projets MDM sont certes spécifiques et complexes, mais pour peu que l'on soit bien accompagné, une fois la ligne d'arrivée atteinte, **les bénéfices sont indéniables**. Le système d'information repose enfin sur un socle qui simplifie son évolution permettant une plus **grande réactivité** qui permet d'accompagner efficacement l'entreprise dans sa **stratégie de croissance et de différenciation** sur son marché.

À propos de Micropole | www.micropole.com

Micropole est une société de conseil et d'ingénierie, présente en Europe et en Asie, spécialisée dans les domaines de la Business Intelligence, de l'e-business, de l'ERP et du CRM. Le groupe accompagne ses clients sur l'ensemble des phases d'un projet, du conseil à la réalisation complète de la solution, ainsi que sur la formation. Leader dans son domaine en France, en Suisse et en Belgique, le groupe est également présent en Chine (Pékin, Shanghai et Hong Kong). Partenaire des principaux éditeurs de logiciels, Micropole regroupe plus de 1 300 collaborateurs et intervient auprès de 800 clients (dont 80% des groupes du CAC 40). Micropole possède le label « Entreprise innovante » attribué par Oséo Innovation. Le groupe est coté sur le marché Euronext compartiment C d'Euronext Paris et est inscrit au segment Next Economy (Code ISIN : FR0000077570 – Code mnémo : MUN). De plus amples informations, ainsi que le dernier rapport financier, sont disponibles sur le site de la société : www.micropole.com



Contacts Presse

Agence Point Virgule | Chrystel Libert | 01 73 79 50 63 | clibert@pointvirgule.com

| Solenn Morgon | 01 73 79 50 70 | smorgon@pointvirgule.com

Micropole | Marina Hathorn-Benatar | 01 74 18 76 98 | mhenatar@micropole.com