

Micropole lance le *Data Thinking* pour accompagner les entreprises dans leur transformation « data driven »

Une nouvelle approche qui transforme la manière de penser et de traiter les sujets de la Data

Levallois-Perret, le 6 février 2020. **Micropole, Groupe international de conseil et technologies innovantes, spécialisé en Data & Digital Experience, lance le *Data Thinking*, une nouvelle approche qui transforme radicalement la manière de penser et de traiter les sujets data des entreprises.**

Si toutes les entreprises ont des projets de transformation autour de la data, peu en ont qui s'inscrivent de manière continue et pérenne au sein de leur organisation. Alors que 29% des entreprises s'estiment être en mesure de réussir leur transformation « data driven », elles sont 74% à y aspirer¹. Pour autant, le déferlement de data ne cesse de s'accélérer.

Réussir le défi de la transformation « data driven »

La donnée, lorsqu'elle est bien utilisée, constitue un véritable atout pour l'entreprise. C'est en la considérant de manière transverse à toute l'organisation qu'elle générera le plus de valeur. Avec son approche *Data Thinking*, Micropole désilote les problématiques data rencontrées dans les différents projets métiers et IT et structure la transformation data des entreprises. Conciliant court et long terme pour répondre aux besoins des utilisateurs, cette approche opérationnelle et stratégique présente de nombreux avantages :

- La définition d'une vision globale
- Une réactivité optimale conduisant à une satisfaction accrue de l'utilisateur de données
- La capacité à réunir toutes les compétences nécessaires et concernées (client, data, marketing, R&D, prototypiste, etc.) dans des délais courts
- La concrétisation rapide de projets pour tester le résultat et obtenir un feedback
- Progresser et rendre l'entreprise plus intelligente et performante dans l'exploitation des données en apprenant des erreurs

Une approche transverse par cas d'usage

Le principal défi à relever est celui des usages de la data et sa considération de manière transverse au sein des entreprises. Si l'on observe les caractéristiques des projets de transformation « data driven » qui ont réussi à délivrer de la valeur, on constate que la majorité des projets a été pensé, guidé et mis en œuvre via une approche par cas d'usage.

« Le chantier de la data ne peut être une simple succession de projets, que ce soit en matière de reporting, de business intelligence, de data visualisation, d'intelligence artificielle ou de machine learning. Il s'agit d'un investissement continu qui crée sans cesse un peu plus de richesse sur laquelle il faut capitaliser avec créativité, rigueur et opiniâtreté », explique Christian Poyau, président-directeur général du Groupe Micropole.

Une vision holistique de la problématique data

Basé sur des techniques empruntées au Design Thinking et appliquées aux divers champs de la data (Data Science, Data Governance, etc.), le *Data Thinking* apporte une vision holistique de la problématique data. Les utilisateurs de la data et les enjeux business sont au cœur de cette approche qui se structure en cinq étapes pour résoudre des problèmes complexes. Grâce à l'intelligence collective, les entreprises pourront constituer et valoriser leur patrimoine data, progressivement et de manière pérenne, et rendre ainsi leur organisation dataintelligente.

À PROPOS DU GROUPE MICROPOLE | www.micropole.com

Groupe international de conseil et technologies innovantes, **MICROPOLE** est spécialisé dans les domaines de la Data & Digital Experience. Depuis ses 16 agences situées en Europe et en Chine, les 1200 #INNOVATIVE PEOPLE du Groupe (consultants, data scientists, architectes IT, experts métiers, ingénieurs, UX designers...) accompagnent leurs clients partout dans le monde sur l'ensemble des phases de leurs projets, du conseil à leur réalisation, et sur la conduite du changement/formation. **MICROPOLE** réalise 30% de son chiffre d'affaires à l'international et est coté sur le marché Eurolist compartiment C d'Euronext Paris, segment Next Economy.

CONTACTS

Agence Rumeur Publique | Stéphanie Muthélet | 01 55 74 52 28 | micropole@rumeurpublique.fr
Micropole | Adeline Rajch | 01 74 18 76 07 | arajch@micropole.com

¹ Forrester, « Digital Insights Are The New Currency Of Business », Avril 2017