

Un article proposé par IBM

# Gestion des données de référence

**SUPERDÉPÔT.** Comme les nouveaux modèles commerciaux exigent une vue globale sur le client, un Master Data Management System (MDM) s'impose. L'idéal? Qu'il soit flexible et léger à mettre en œuvre.

**V**ouloir se focaliser davantage sur la clientèle implique le recours à des concepts de gestion de données de référence. Ces derniers permettent, en effet, de faire converger et de rendre disponibles sur un même lieu centralisé les données clients, produits, fournisseurs, comptes et autres sinon largement disséminées en divers endroits. Les renseignements sur les clients passent ainsi de l'état de simples informations à celui d'actifs stratégiques où l'intégration des données et leur qualité, ainsi que la gestion des données de référence constituent une base technique importante pour la mise en œuvre réussie de modèles d'affaires centrés sur les clients.

## Dépôts intermédiaires

Les unités commerciales, ainsi que la direction, attendent que les données pertinentes sur les clients soient effectivement disponibles, leur permettant de réaliser les objectifs en matière de chiffre d'affaires et de profits dans les délais fixés. Les points de contact avec la clientèle, tels que les centres d'appels, les boutiques en ligne ou encore les collaborateurs du service extérieur, doivent dès lors pouvoir disposer – en quelques secondes et sur simple pression d'un bouton – des données en rapport avec leurs diverses transactions. Les demandes et recherches classiques dans les systèmes prennent toutefois bien trop de temps. D'aucuns ont donc fait preuve de pragmatisme en se



**Evolution Terminé les informations éparses, il faut une vision globale des clients**

rabattant sur des dépôts intermédiaires pour leurs données opérationnelles (*Operational Data Stores, ODS*). On retrouve ainsi plusieurs ODS indépendants les uns des autres en fonction des différents départements ou applications. Or, les nouveaux modèles commerciaux exigent une vue globale sur le client. Dès lors, les entreprises ne ménagent pas leurs efforts dans le domaine de l'intégration et de la qualité des données, ainsi que dans la gestion des données de référence, entraînant malheureusement, là aussi, l'apparition de dépôts de données fragmentées et autres données redondantes, tandis que des dizaines d'interfaces lancent des

défis complexes à l'adresse de l'informatique.

On a en fait besoin ici d'un «superdépôt» rendant disponibles quasi instantanément toutes les informations requises pour la marche quotidienne des affaires, autrement dit d'un système de gestion des données de référence (*Master Data Management System, MDM*). De plus, le système doit être suffisamment flexible pour pouvoir être élargi efficacement eu égard aux nouveaux points de contact avec les clients, tout cela sans imposer des projets de longue haleine avec des temps d'implémentation en conséquence.

## Deux scénarios

Les options sont en l'occurrence diverses selon la maturité des systèmes et des architectures informatiques en place. Dans la pratique, on voit ainsi apparaître deux scénarios essentiels avec la mise en œuvre d'un système de gestion des données de référence préconçu ou encore l'implémentation d'une base de données de références à l'aide d'outils d'intégration de données. La seconde formule est surtout utilisée lorsque l'on souhaite continuer à exploiter un système maison existant, mais qu'il convient de le flexibiliser en l'orientant davantage sur la notion de service. Le recours à un système MDM s'avère quant à lui efficace si on ne dispose pas encore d'un système centralisé pour les données de référence ou

lorsque ce dernier doit être remplacé par un produit standard du fait de son ancienneté et de sa complexité.

Jusqu'ici, la question de la qualité des données est restée largement ignorée sur le plan stratégique puisqu'on se contentait souvent de procéder à des toilettages manuels périodiques faisant intervenir une main-d'œuvre temporaire et utilisant notamment des outils d'harmonisation des adresses. Or, ces derniers travaillent en fonction d'une logique simple par oui ou par non, raison pour laquelle les éléments incertains doivent faire l'objet d'une décision manuelle, tâche quasi insoluble lorsqu'on dénombre des dizaines de milliers d'entrées.

## 4 à 6% de doublons

Grosso modo, on compte dans les ensembles de données qualifiés de «bons» 4 à 6% de doublons dont la localisation et l'élimination sont du ressort des logiciels de nettoyage mettant à disposition une logique intelligente à l'aide de modèles mathématiques. Outre les noms et adresses, le toilettage peut de la sorte également être élargi à des produits ainsi qu'à d'autres données. Si on vient maintenant à créer des ensembles de données de référence, la qualité des données doit faire l'objet d'une attention toute particulière, sans oublier l'organisation de ressources financières ainsi que l'adaptation des processus.

Les modèles d'affaires centrés sur les clients disposent désormais d'outils d'intégration informatique permettant de conserver durablement les données de référence tout en garantissant leur qualité, ce qui permet d'œuvrer efficacement dans le sens des objectifs commerciaux qui ont été fixés. ●

**Urs Christen,  
Senior Specialty Sales,  
IBM Suisse SA**