



Les 4 questions à poser à tout fournisseur de solutions analytiques



Zebra
Prescriptive Analytics[™]

Powered by Zebra Savanna[™]



Dans cet e-book,
vous découvrirez :

- Les quatre questions à poser à un fournisseur de solutions analytiques
- L'importance de ces questions
- Les réponses du fournisseur susceptibles d'orienter le choix de la solution

Introduction

L'intérêt porté aux solutions analytiques avancées (surtout à celles comme l'analyse prescriptive qui font intervenir l'IA et l'apprentissage automatique) allant croissant, les directeurs informatiques cherchent plus que jamais à identifier le meilleur fournisseur. Après la signature du contrat, il sera trop tard pour vous rendre compte que le fournisseur choisi ne vous donne pas satisfaction. Voici les quatre questions que tout directeur informatique devrait poser à un fournisseur potentiel de solutions analytiques avant même d'aller plus loin.



\$4

DAVID

\$1.25
\$1.47
\$3.47

Les questions que doit poser un directeur informatique à un fournisseur de solutions analytiques

1

Combien de temps faut-il prévoir pour le déploiement de votre solution ?



2

Qu'est-ce qui N'EST PAS inclus dans le coût total convenu ?



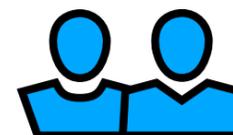
3

Sous quelle forme votre solution présente-t-elle les résultats ?



4

Combien d'utilisateurs puis-je avoir et à quel coût ?





Previous Close	98.95
Open	0.00
Bid	110.80 x 600
Ask	110.95 x 100
Day's Range	109.16 - 111.19
52 Week Range	89.47 - 118.69
Volume	26,824,387
Avg. Volume	37,738,917
Market Cap	592.05B
Beta	-1.42
PE Ratio (TTM)	13.36
EPS (TTM)	8.31
Earnings Date	Jan 1 2015 - Jan 10, 2015
Dividend Yield	1.28 (2.58%)
Ex-Dividend	N/A
Market Price	130.96



MARKET SHARE +82.5%

Question n° 1



Combien de temps faut-il prévoir pour le déploiement de votre solution ?

Les investissements informatiques, comme une solution analytique avancée, représentent des sommes colossales. C'est pour cela que vous devez viser une mise en production et un retour sur investissement de votre nouvelle solution en quelques jours ou semaines, plutôt qu'en mois ou en années. On a vu des directeurs informatiques perdre toute crédibilité auprès de leurs entreprises après avoir choisi des solutions dont le déploiement a duré jusqu'à 18 mois.

Aussi ambitieux que cela puisse paraître, le déploiement de votre nouvelle solution ne doit absolument pas demander plus d'un mois. Un fournisseur qui ne peut pas garantir le déploiement dans ce laps de temps a peu de chances de réussir sur le long terme. Plus la durée de déploiement est courte, moins vous encourez de risques pendant cette phase, et plus vous pouvez dégager de valeur et un retour sur investissement global rapidement.

Question n° 2



Qu'est-ce qui **N'EST PAS** inclus dans le coût total convenu ?

Vous devez faire preuve d'une grande vigilance, que vous achetiez une solution analytique, un forfait Internet ou une nouvelle voiture. De nombreux fournisseurs proposent un prix d'appel peu élevé pour ce qui semble une offre de services plutôt généreuse. Bien souvent, ils oublient de mentionner les frais supplémentaires qu'ils facturent pour des services comme la formation des nouveaux utilisateurs, la prise en charge de nouveaux flux de données après la mise en production de la solution, l'intégration des données et les conseils.

Le conseil, l'accompagnement et la formation notamment réservent de très mauvaises surprises, puisqu'il faut parfois compter jusqu'à 15 000 euros pour former un nouveau groupe d'utilisateurs. Ces services professionnels sont généralement facturés à l'heure, mais il s'agit quelquefois d'un forfait de 1 900 euros par personne, par jour, voire plus. Si ce coût journalier

semble raisonnable, le montant total grimpe vite (si vous le multipliez par le nombre de consultants engagés dans le projet), et vous finissez par payer des centaines de milliers d'euros.

Vos collaborateurs auront besoin de tous les services cités, voire plus, pour tirer le meilleur profit d'une nouvelle solution analytique. Le partenaire idéal associe votre réussite à la sienne et doit être prêt à faire tout ce qui est en son pouvoir pour vous aider à générer progressivement plus de valeur. Préférez les fournisseurs qui incluent tous les services dans votre contrat, sans clause en petits caractères, à ceux qui n'hésiteront pas à vous « ponctionner », une fois le contrat signé, lorsque vous aurez besoin d'aide à la mise en œuvre, d'accompagnement ou de formation, ou pour intégrer des modifications et des nouveaux fils de données.



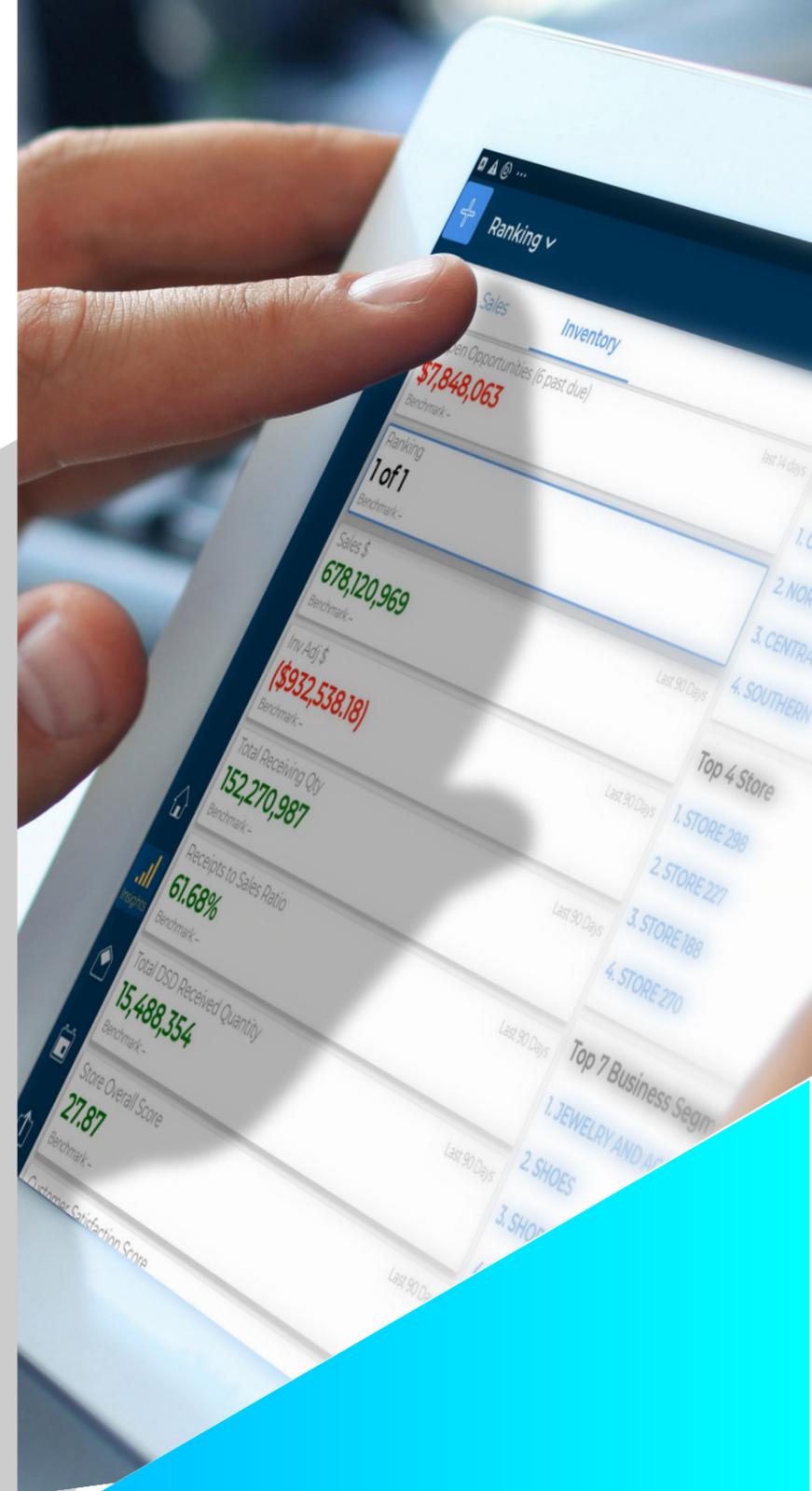
Question n° 3



Sous quelle forme votre solution présente-t-elle les résultats ?

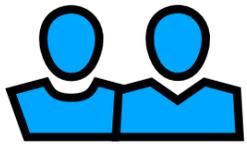
Vérifiez que la solution de votre fournisseur vous simplifie la vie, plutôt que de créer de nouvelles difficultés. De nombreuses solutions analytiques présentent les résultats sous forme d'un rapport papier épais ou d'un tableau de bord surchargé de chiffres complexes, de graphiques et de statistiques. Le temps que vos collaborateurs dénichent des informations utiles, des jours se seront peut-être écoulés et les conclusions risquent de ne plus être d'actualité. Chaque jour qui passe avec un problème non détecté est un jour de perte supplémentaire. De plus, les rapports incitent à la recherche de coupables. Les différentes parties se renvoient la balle, s'accusant mutuellement d'être à l'origine des problèmes.

Pensez très tôt à demander à votre fournisseur potentiel sous quelle forme sont présentés les résultats. Dans l'idéal, la solution doit communiquer en temps réel des actions correctives faciles à comprendre, puis donner la possibilité d'en réaliser le suivi et de veiller à la responsabilité de chacun. Vous gagnerez un temps considérable : plus question de lire et d'interpréter des rapports papier interminables, ni de perdre du temps et de l'énergie à passer des appels ou à envoyer des e-mails de suivi. Vos collaborateurs vous remercieront d'avoir simplifié les workflows.





Question n° 4



Combien d'utilisateurs puis-je avoir et à quel coût ?

Plus la solution autorise d'utilisateurs, plus vous générez de valeur et accélérez le ROI. Évitez les fournisseurs de solutions analytiques qui facturent leur service en fonction d'un nombre de nouveaux utilisateurs. Les coûts élevés peuvent annuler le retour sur investissement que ces nouveaux utilisateurs génèrent.

Les fournisseurs qui vous proposent d'avoir autant d'utilisateurs que vous le souhaitez, sans surcoût et à tout moment vous permettent, en revanche, de générer une valeur maximale, de favoriser la collaboration transversale et d'éviter les cloisonnements. Le principe est le même que pour les intérêts composés : plus il y a d'utilisateurs dans votre système, mieux c'est.



Conclusion

Le choix d'un fournisseur de solutions analytiques semble à prime abord un vrai casse-tête, mais il peut en être autrement. Montrez-vous exigeant et posez les bonnes questions. Vous serez sûr d'avoir une solution qui permettra à vos collaborateurs d'atteindre des performances exceptionnelles. Mieux encore, faites confiance au fournisseur qui répondra aux questions ci-dessus avant même que vous ne les ayez posées. La transparence permet d'établir d'excellentes relations de travail.



Zebra Prescriptive Analytics™

Powered by Zebra Savanna™