

HUMEUR



Philippe Bloch
Fondateur de Columbus Café
et animateur sur BFM

« Urgent ! Recherche chief data officer.. »

Q

uel concurrent potentiel ont en commun des entreprises aussi différentes que la SNCF ou une grande banque française ? Le redoutable Google bien sûr, devenu en quelques années l'entreprise la plus puissante au monde et qui réinvente les uns après les autres les *business models* les plus établis !

À l'heure où la connaissance approfondie des besoins en mobilité des individus recèle plus de potentiel économique que le simple fait d'assurer leur déplacement physique, la SNCF semble avoir davantage intérêt à se méfier du géant de Mountain View que de la Deutsche Bahn. Car si elle se contente de pousser des trains, elle devra se battre sur le seul terrain du prix contre d'autres pousseurs de trains... Alors que si elle est capable de gérer la mobilité multimodale de ses clients, elle pourra préserver son leadership. D'où son initiative récente de racheter le site de covoiturage Blablacar, afin de ne pas laisser lui échapper ce marché naissant, dont le secret réside dans la connaissance pointue de ses clients et sa capacité à les mettre en relation.



“

D'immenses progrès restent à faire pour mieux connaître nos clients et mieux communiquer avec eux.

Même enjeu pour les banques, qui voient la fréquentation de leurs agences baisser régulièrement et les contraintes économiques et réglementaires peser plus lourdement sur leurs comptes d'exploitation : baisse des taux, solvabilité, Bâle 3, etc. Où et comment trouver de nouveaux relais de croissance dans un contexte où le numérique révolutionne les moyens de paiement ? Dans l'or noir du XXI^e siècle, bien sûr, à savoir les données ! Et Dieu sait si les banques en possèdent de précieuses sur chacun de nous... Revenus, dépenses, cartes de crédit, prélèvements bancaires,

prêts, assurances, etc. : leurs fichiers regorgent d'informations sur nos styles de vie, nos goûts, nos besoins, nos envies. Une mine d'or, le jour où elles décideront de les commercialiser. Mais surtout un potentiel qui n'a pas échappé à Google, dont c'est justement le métier – et le talent – de gérer des milliards de données et qui n'a pas attendu que les banques se jettent dans la bataille pour séduire dix millions d'utilisateurs avec son *Google Wallet*.

Bienvenue dans le siècle du data ! Pourtant peu habitué à montrer l'exemple, le gouvernement français vient de nommer un administrateur général des données, afin d'initier une démarche de « Citizen Relationship Management », dont la mission sera d'organiser une meilleure circulation des données dans l'économie comme au sein de l'administration et de veiller à la production et à l'acquisition de données essentielles.

À l'heure où toutes les grandes entreprises se dotent elles aussi d'un *chief data officer* et où nous passons nos vies à surfer sur nos tablettes et nos smartphones, n'est-il pas étonnant que d'innombrables entreprises ne possèdent toujours pas de fichiers clients dignes de ce nom ? Certes, ouvertures de comptes sur des sites web et programmes de fidélisation ont permis à un grand nombre de sociétés de progresser en la matière, mais d'immenses progrès restent à faire pour mieux connaître nos clients et mieux communiquer avec eux. Êtes-vous certain de savoir qui détient quel fichier dans votre entreprise ? L'usage qui en est fait ? La qualité et la fréquence de ses mises à jour ? Le système informatique sur lequel il est conservé ? Si tel n'est pas le cas, nommez vite un *chief data officer* et remettez tout à plat avec lui. Le temps presse...