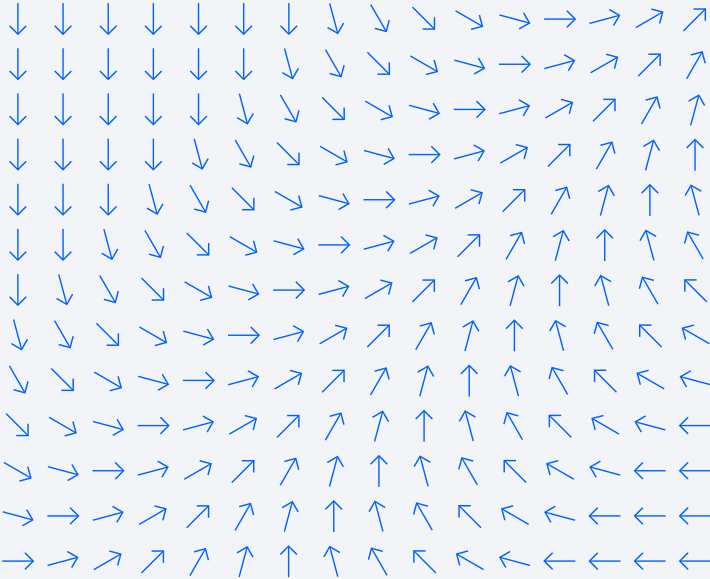




Vue client à
360° pour ↻
les responsables
des données



Sommaire



01

Introduction : une solution data fabric pour la vue client à 360°

05

Vue client à 360° : réussites

02

Pourquoi mettre en place une vue client à 360° ?

06

Composants à envisager

03

Composants de base pour une vision à 360°

07

Créer votre solution idéale de vue client à 360°

04

Data fabric : une approche globale



01

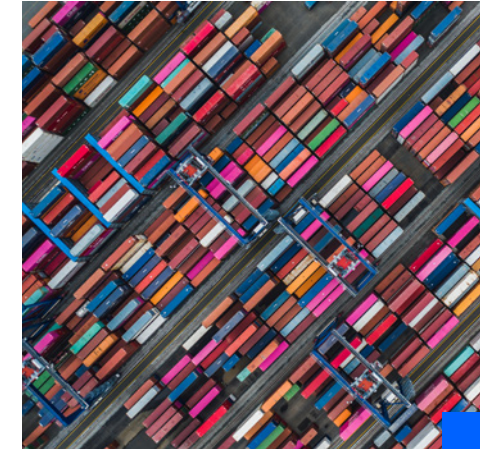
Introduction : une solution data fabric pour la vue client à 360°

D'après une enquête menée auprès de 3 000 CEO par l'IBM Institute for Business Value, améliorer l'expérience client est la priorité métier n° 1 des entreprises les plus performantes.¹ Pour ce faire, elles voudront sûrement tirer parti de l'analytique pour proposer une hyper-personnalisation et des solutions pertinentes alliant conformité, confidentialité et détection des fraudes pour une meilleure assistance client globale. Ces objectifs impliquent de se baser sur une vision unique, simplifiée et gouvernée du client dans plusieurs sources de données.

Une architecture de data fabric garantit, dans un tel cas, que des données de qualité sont mises à disposition des bonnes personnes, au bon moment, peu importe où elles se trouvent. Cette architecture de data fabric constitue une base solide pour la veille client à 360° et permet une approche orientée client avec une intégration de données multicloud, une gouvernance des données, une conformité et des capacités MLOps.

Avoir une vision client à 360° est essentiel, que vous opériez dans un environnement B2B ou B2C, car vos clients s'attendent à ce que vous connaissiez parfaitement leurs besoins et leur histoire, et ce à chaque interaction. Chaque interaction doit être cohérente et se baser sur une bonne connaissance du client. Cette objectif était auparavant difficile à atteindre, les données étant bien souvent dispersées et cloisonnées. Une solution de data fabric à 360° offre de nouvelles possibilités.

Dans les pages suivantes, vous découvrirez certains des principaux composants d'une approche client à 360°, vous lirez les histoires de clients qui ont réussi à mettre en place cette vision à 360° et vous trouverez des ressources pour approfondir le sujet, comme un [essai gratuit](#).



02

Pourquoi mettre en place une vue client à 360° ?

Les organisations cherchent les moyens d'utiliser les données qu'elles possèdent déjà, quels que soient leur type et leur origine, dans le but d'obtenir une compréhension globale des clients professionnels et des particuliers. Le but est de fidéliser ou de convaincre les clients et prospects en ajoutant de la valeur aux différentes conversations et aux points de contact que le client peut rencontrer, tout en utilisant l'analytique pour échanger et cibler les besoins de manière intelligente.

La difficulté est alors de savoir comment connecter vos données de sorte à disposer d'une vision solide et fiable pour satisfaire chaque client, à chaque point de contact, tout en respectant les différentes exigences de conformité. L'approche client à 360° est la réponse qu'il vous faut.

La création de cette vision à 360° si importante nécessite de désagréger les silos pour développer une vue intégrée de toutes vos données, pratiquement en temps réel et prêtes pour analyse. Ainsi, vous pourrez appliquer des technologies d'IA et d'analytique au lieu de chercher manuellement vos données, améliorant de fait votre connaissance de vos clients dans tous vos environnements. En bref, vous n'allez plus simplement collecter des données, vous allez les connecter pour établir un profil client complet. Le fait de connecter ces différentes données provenant de sources multiples (notamment magasins de données, entrepôts et CRM tels que Salesforce) génère une vue du client en libre-service, prête à être analysée. Elle établit une vue client accessible et de qualité, réservée aux personnes bénéficiant des autorisations adaptées. Cette vue est alors prête à être utilisée avec les modèles d'analytique et d'IA nécessaires à la création de meilleures interactions avec les clients.

- La création d'une vision à 360° nécessite de désagréger les silos pour développer une vue intégrée de toutes vos données, prêtes à être analysées en temps réel.

03

Composants de base pour une vision à 360°

Il est essentiel de rassembler les données disparates dans une seule vue client à 360°, avec des processus facilitant la collaboration et l'innovation chez les utilisateurs. Avec les solutions de vue client à 360°, vous pouvez établir ces visions précises des clients à grande échelle, rapidement, pour un meilleur libre-service et une gestion responsable des données.

La vue client à 360° se fonde sur la gouvernance des données, qui offre une vision unique des entités critiques généralement stockées et potentiellement dupliquées dans des applications en silos. La gouvernance contribue à centrer les opérations sur le client ou sur le produit en offrant une vision à 360 degrés fiable sur les données organisationnelles, ce qui vous donne la possibilité, en toute simplicité, de trouver, de synchroniser et de consommer les données en contexte pour de nombreux cas d'utilisation.

En complément de la gouvernance, l'automatisation aide à rassembler les données en silos pour créer une entité client, une simplification pour l'analyse, le ML ou l'assistance client qui permet un accès en libre-service offrant aux utilisateurs professionnels des éclairages plus rapides ainsi qu'une plus grande personnalisation et une conformité avancée. Cette automatisation sur plusieurs sources connectées transmet des données opportunes et de qualité aux applications en aval, comme les applications d'assistance client, pour concrétiser la vision client à 360°.

Les composants nécessaires pour développer une vision à 360° comprennent :

- Préparation et connexion des données : connectez et transformez des données brutes en données parlantes pour les mettre en correspondance à l'aide d'une préparation de données en libre-service et/ou d'un outil ETL.
- Mise en correspondance des données : mettez automatiquement en correspondance les attributs clients pour un algorithme de correspondance intelligent à affiner et à former en vue d'obtenir une source unifiée et fiable de données clients.

- Résolution des entités : le processus qui résout les entités et détecte les liens. Les workflows se chargent de la résolution des entités en trois phases lors du traitement des données d'identité : reconnaître, résoudre et relier.
- Catalogage des données : un outil de catalogue permet d'accéder aux données, aux informations et à leurs liens, mais aussi de les organiser, de les classer et de les partager, où que ces éléments résident.
- Virtualisation des données : permet d'obtenir une vue unique de plusieurs silos déconnectés en rapprochant les principales sources de données clients au moment de l'analyse ; un gain de temps avec un accès en libre-service et des workflows de données simplifiés.
- Visualisation des données : comprendre la qualité et la répartition de vos données, et les transformer rapidement pour qu'elles soient utilisables et analysées.

Avec les solutions de vue client à 360°, vous pouvez établir ces visions précises des clients à grande échelle, rapidement, pour un meilleur libre-service et une gestion responsable des données.

04

Data fabric : une approche globale

La data fabric repose sur une approche architecturale qui simplifie l'accès aux données d'une entreprise et facilite la consommation de données en libre-service. Elle regroupe des capacités telles que celles citées précédemment dans le cadre d'une architecture unifiée, ce qui réduit les coûts et la complexité liés à l'intégration d'une multitude de solutions ponctuelles. Plutôt qu'un groupe fragmenté de produits cousus ensemble, une data fabric offre une solution globale, conçue pour fonctionner sans accrocs.

Selon Forrester, « le principal objectif de la data fabric est d'accélérer les cas d'utilisations professionnels comme la vue client à 360°, la veille client, l'analyse des risques et les analyses IoT. Dans cette optique, une solution de gestion des données de bout en bout comprenant l'ingestion, la transformation, la préparation, la détection, les catalogues de données, l'intégration, la gouvernance et la sécurité est essentielle. »²

En connectant les principales sources de données clients au moment de l'analyse, plutôt que de les collecter à nouveau, vous économisez du temps et de l'argent en permettant aux utilisateurs d'y accéder librement. Les capacités de gouvernance des données intégrées à votre data fabric sont quant à elles la garantie d'une vue client complète des plus satisfaisantes avec les niveaux de service les plus élevés.

■ Plutôt qu'un groupe fragmenté de produits cousus ensemble, une data fabric offre une solution globale, conçue pour fonctionner sans accrocs.

05

Vue client à 360° : réussites

Une grande banque mondiale ↪

Présente dans plusieurs pays et soumise à diverses réglementations de conformité, cette banque mondiale cherchait à analyser les informations client en aval afin d'améliorer l'expérience numérique proposée tout en enrichissant ses profils clients. En quête d'une vue client à 360 degrés complète, accessible facilement et prête pour analyse, le tout en respectant les normes de confidentialité, la banque s'est tournée vers les solutions IBM de vue client à 360° pour :

- analyser et comprendre les informations client pour une région spécifique afin de développer de meilleures offres et d'identifier les nouvelles opportunités ;
- améliorer sa capacité à utiliser les modèles de machine learning, notamment l'extension des capacités de modélisation pour la conformité, les directives de conformité Know Your Customer (KYC) et l'analyse des risques pour les opérations mondiales ;
- mettre en place un « moteur de livraison » pour les canaux numériques visant l'hyper-personnalisation.



Ces capacités de vue client à 360° ont permis à la banque de créer une vue de ses clients en quasi temps réel sur tout un ensemble de sources variées, le tout en préservant la confidentialité des individus.

05

Vue client à 360° : réussites

Une grande entreprise de transport ↻

D'envergure mondiale et spécialisée dans la fabrication et la vente de bus, de camions et de moteurs, cette grande entreprise de fabrication et de transport recherchait un moyen d'analyser rapidement les informations client. Souhaitant personnaliser l'expérience proposée à ses clients, l'entreprise devait rassembler des données présentes dans plusieurs sources internes et mieux intégrer les données tierces.

Cette entreprise a choisi les solutions IBM de vue client à 360° pour :

- analyser et comprendre rapidement les informations client « ad hoc » des autres systèmes ;
- créer les conditions préalables à une intégration plus rapide avec différents systèmes internes de gestion des données ;
- ajouter des attributs de données externes afin d'enrichir les données clients existantes.

Grâce à ces solutions, l'entreprise a pu intégrer et faire correspondre ses données, développant ainsi de nouvelles perspectives avec l'ajout de données tierces/externes.



06

Composants à envisager

L'approche globale et ouverte d'IBM sur les services intégrés de data fabric permet à votre organisation de composer et de réutiliser des services de données pour différents cas d'utilisation, réduisant les temps de déploiement et améliorant la création de valeur.

L'approche de data fabric d'IBM® offre des capacités intégrées et modulaires pour mettre en œuvre des cas d'utilisation de data fabric plus automatisés, riches et agiles, avec notamment la vue client à 360°, la veille client, l'analytique à des fins d'upselling/de cross-selling, le marketing ciblé, la détection des fraudes, l'analyse des risques, l'analytique en temps réel, les informations opérationnelles ainsi qu'une spécialisation métier verticale. La plateforme et les composants mis en place par IBM pour offrir ses solutions sont présentés en détail dans cette section.



IBM Cloud Pak for Data

IBM Cloud Pak® for Data est une plateforme conçue pour les architectures de data fabric dans le but de prévoir plus rapidement les résultats et de vous permettre de collecter, d'organiser et d'analyser vos données, où qu'elles résident. La plateforme contribue donc à améliorer la productivité et à réduire les complexités en établissant une data fabric qui relie les données en silos réparties dans un environnement de cloud hybride.

[En savoir plus sur IBM Cloud Pak for Data →](#)



IBM Match 360 with Watson

IBM Match 360 with Watson® sur IBM Cloud Pak for Data consolide en toute transparence les données de sources variées pour établir une vision à 360 degrés unique et fiable de vos clients. Cette solution inclut des outils d'analyse et de correspondance dans le cloud, assistés par l'apprentissage automatique et en libre-service, pour générer des informations métier et assurer à vos utilisateurs et systèmes une vision totale sur vos données. Grâce à une expérience de cloud multisolutions intégrée en toute transparence, vos utilisateurs repèrent directement les données maître dans l'espace où ils souhaitent les utiliser.

IBM Match 360 exploite les capacités existantes de gestion des données maître (MDM), notamment la suite MDM d'IBM. Associant les vues de données maître fiables de MDM au niveau opérationnel et des sources tierces, cette solution crée une couche de données prêtes pour l'analytique.

[En savoir plus sur IBM Match 360 with Watson →](#)

06

Composants à envisager



IBM Watson Knowledge Catalog

IBM Watson® Knowledge Catalog est un outil de catalogue de données qui permet une détection intelligente et en libre-service des données, modèles et plus encore. Le référentiel de métadonnées d'entreprise basé sur le cloud permet d'exploiter les informations grâce à l'IA, au machine learning et au deep learning. Vous pouvez accéder aux données, à la connaissance et aux liens qui les unissent, mais aussi les organiser, les classer et les partager, où que ces éléments résident. Par un masquage des données sur la base de règles, les données sensibles du client sont protégées et uniquement mises à disposition des personnes dûment autorisées à les visualiser.

[En savoir plus sur
IBM Watson Knowledge Catalog →](#)



Virtualisation des données IBM

IBM propose à la fois des logiciels et des capacités de virtualisation des données sous forme de service pour établir une vision unique des données client sur plusieurs silos. La virtualisation des données désagrège les silos et interroge plusieurs sources afin d'intégrer et d'appliquer une forme de gouvernance pour accéder aux données.

Dans le cadre de l'architecture de data fabric sous forme de service d'IBM, IBM Watson Query constitue un moteur de recherche universel qui exécute des requêtes distribuées et virtualisées dans des bases, des entrepôts et des lacs de données. Du fait de ses capacités de virtualisation des données, Watson Query est l'outil de choix pour une intégration facile et rapide des sources de données.

Watson Query offre la possibilité de créer une vue client à 360 degrés en temps réel grâce à l'intégration des différentes sources de données qui contiennent des informations sur le client afin que les utilisateurs disposent d'une vision complète sur le client. Watson Query assure l'application des politiques de Watson Knowledge Catalog et ainsi la gouvernance et la protection des données.

[En savoir plus sur
IBM Watson Query →](#)

Le développement d'une vision à 360° unique et basée sur les données de vos clients, en temps réel, vous offre la possibilité de créer une expérience personnalisée qui sera sans aucun doute un **avantage concurrentiel**.

07

Créer votre solution idéale de vue client à 360°

Si vous êtes prêt à obtenir une vision plus complète de vos clients, nous vous invitons à consulter quelques ressources. En premier lieu, vous pouvez bénéficier d'un [essai gratuit](#), qui permettra de découvrir une data fabric conçue pour ce cas d'utilisation. Ensuite, vous pouvez consulter les informations de notre [site Web Client 360](#) pour découvrir tous les avantages de nos solutions. Enfin, n'hésitez pas à contacter l'un de nos spécialistes, en [prenant rendez-vous en ligne](#), en discutant avec votre interlocuteur IBM habituel ou en vous adressant à l'un de nos partenaires commerciaux.

Découvrez les trois autres eBooks sur la data fabric :

- [Intégration de données multicloud](#)
- [Gouvernance des données et confidentialité](#)
- [MLOps et IA fiable](#)





© Copyright IBM Corporation 2022

Compagnie IBM France
17 avenue de l'Europe
92275 Bois-Colombes Cedex

Produit aux États-Unis d'Amérique
Mai 2022

IBM, le logo IBM et ibm.com sont des marques commerciales d'International Business Machines Corp., déposées dans de nombreux pays. Les autres noms de produits et de services peuvent être des marques d'IBM ou d'autres sociétés. La liste actualisée de toutes les marques d'IBM est disponible sur la page Web « Copyright and trademark information » à l'adresse [ibm.com/legal/copytrade.shtml](https://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml).

L'information contenue dans ce document était à jour à la date de sa publication initiale et peut être modifiée sans préavis par IBM. Les offres mentionnées dans le présent document ne sont pas toutes disponibles dans tous les pays où la société IBM est présente.

Les données de performance et les exemples de client cités sont présentés à titre informatif uniquement. Les résultats de performances réels peuvent varier en fonction des configurations et des conditions de fonctionnement spécifiques.

LES INFORMATIONS CONTENUES DANS LE PRÉSENT DOCUMENT SONT FOURNIES « EN L'ÉTAT », SANS AUCUNE GARANTIE EXPLICITE OU IMPLICITE. IBM DÉCLINE NOTAMMENT TOUTE RESPONSABILITÉ RELATIVE À CES INFORMATIONS EN CAS DE CONTREFAÇON AINSI QU'EN CAS DE DÉFAUT D'APTITUDE À L'EXÉCUTION D'UN TRAVAIL DONNÉ. Les produits IBM sont garantis conformément aux dispositions des contrats qui régissent leur utilisation.

01 L'étude CEO 2021, 2021. <https://www.ibm.com/downloads/cas/WVPWGPYE>

02 Forrester, The Forrester Wave™: Enterprise Data Fabric, 2e trim. 2020