



## **6 ERREURS À ÉVITER EN PÉRIODE DE CRISE**

LA BUSINESS INTELLIGENCE : LA SOLUTION POUR LES ÉVITER

Cet homme utilise les outils de Business Intelligence pour prendre de meilleures décisions. Il recherche constamment de nouveaux moyens pour créer de la valeur ajoutée et améliorer ses processus. Il utilise des outils de planification avancés pour concrétiser ses objectifs en résultats tangibles. Il tire parti des analyses de simulation élaborées pour représenter l'impact opérationnel et financier de différents scénarios sur son chiffre d'affaires, ses coûts et son flux de trésorerie.



# TABLE DES MATIÈRES

## 4 Avant-propos

### 5 Et vous, faites-vous les mêmes erreurs ?

5 Erreur n° 1 : considérer les clients  
existants comme acquis

5 Erreur n° 2 : laisser passer  
les opportunités

6 Erreur n° 3 : laisser courir  
les opérations non rentables

7 Erreur n° 4 : ne pas identifier  
ni corriger les problèmes

8 Erreur n° 5 : introduire de mauvais  
comportements dans l'entreprise

8 Erreur n° 6 : manque de transparence  
vis-à-vis des partenaires

9 Conclusion

## 10 Auto-évaluation Business Intelligence

# AVANT-PROPOS

## DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS D'UTILISER LA BUSINESS INTELLIGENCE

En période économique difficile, de nombreuses PME opèrent des réductions de coûts drastiques afin de surmonter la crise. Alors qu'elles devraient faire le contraire, elles continuent malheureusement à négliger les décisions stratégiques critiques, autrement dit les opportunités d'utiliser leurs informations de gestion utiles pour renforcer leurs offres de produits et de services sur le marché tout en distançant sérieusement la concurrence.

« Ce que les PME ne savent pas, c'est qu'elles peuvent créer de la valeur à partir des informations qu'elles possèdent, » explique Don Tapscott, auteur et figure d'autorité de renommée mondiale qui a écrit de nombreux papiers sur l'impact et la valeur stratégique des technologies de l'information. « Lorsque vous pourrez mener des discussions judicieuses au sujet de vos données, alors vous pourrez les utiliser pour prendre des décisions plus avisées et augmenter vos bénéfices. »<sup>1</sup>

L'information est un bien précieux ; elle permet aux PME d'aborder leurs stratégies sous un autre angle afin de transformer et d'améliorer considérablement leur activité, en particulier en période de grande instabilité économique.

C'est pourquoi elles ont besoin d'une technologie qui saura valoriser leurs informations. D'après l'institut Gartner, « La crise économique a permis de mettre en lumière les entreprises qui possédaient les informations et les outils nécessaires pour prendre des décisions, et celles qui ne les avaient pas. »<sup>2</sup>

Dans ce document, nous allons vous montrer les erreurs les plus fréquentes que les PME commettent en période de crise et comment les entreprises comme la vôtre peuvent les éviter en se tournant simplement vers la Business Intelligence. Vous trouverez également en fin de document un questionnaire d'auto-évaluation qui vous permettra de savoir où vous en êtes par rapport à la Business Intelligence.

1. Don Tapscott et Dr. Steve Elmore, *Managing Enterprise Information: Architecting for Survival and Positioning for Success in Tough Times*, page 2 (Genera Corporation, mars 2009).

2. Kurt Schlegel, Mark A. Beyer, Bill Hostmann, Rita L. Sallam, Bill Gassman, Nigel Rayner, Neil McMurchy, Neil Chandler, Matthew W. Cain, *Predicts 2009: Business Intelligence and Performance Management*, page 4 (Gartner Inc., 18 décembre 2008).

# ET VOUS, FAITES-VOUS LES MÊMES ERREURS ?

## PRENEZ LE TEMPS D'Y RÉFLÉCHIR

### Erreur n° 1 : considérer les clients existants comme acquis

Lorsque la demande s'essouffle, la pire erreur consiste à croire que le client vous restera fidèle même en période de crise. Les temps sont durs pour tout le monde ; il n'est donc pas surprenant que le client puisse se laisser séduire par des offres concurrentes particulièrement attractives. C'est pourquoi vous devez redoubler d'efforts en restant à l'écoute du client pour répondre rapidement au moindre de ses besoins, le fidéliser durablement et maintenir votre chiffre de ventes actuel.

Pour y parvenir, il vous faut un moyen simple et efficace pour identifier les meilleurs clients en fonction de leur rentabilité, de leur taille ou encore de leur potentiel de croissance. Mais lorsque les données client et ventes sont éparpillées entre plusieurs applications logicielles, il peut parfois être difficile de mettre la main sur l'information et de se représenter visuellement le comportement de chacun de vos clients. D'après une étude récente menée par l'institut Information Age auprès de directeurs et décideurs informatiques, les outils de Business Intelligence pourraient jouer un grand rôle. La majorité des 350 participants pensent que la Business Intelligence pourrait améliorer considérablement l'analyse marketing, autrement dit la manière dont les PME évaluent les performances de leurs campagnes, produits et clients. L'étude a également montré que les participants pensaient que la Business Intelligence convenait parfaitement aux analyses de rentabilité

dans le sens où elle permettrait d'identifier facilement les clients et les gammes de produits les plus avantageux.<sup>3</sup>

La Business Intelligence offre de vastes possibilités. Les outils d'intégration et de nettoyage de données permettent de rapprocher les éléments d'information provenant de sources disparates. En rendant les données plus accessibles, les tableaux de bord et les outils de visualisation permettent de visualiser les tendances client en un instant. Mais ce que vous voulez certainement savoir, c'est précisément comment les outils de Business Intelligence vont vous aider concrètement. Pour chaque client ou segment client important, vous pouvez par exemple analyser plusieurs scénarios pour déterminer la stratégie qui vous permettra de renforcer vos relations existantes avec chacun de vos clients tout en développant leur portefeuille. Vous pouvez même décider d'accorder des crédits ou encore d'élaborer des échéanciers créatifs pour vos clients les plus importants. Ou encore analyser vos indices de satisfaction client afin d'identifier les domaines où vous devez

vous améliorer (qualité produit, niveau de service) afin que vos clients importants soient satisfaits et continuent à vous faire confiance.

### Erreur n° 2 : laisser passer les opportunités

Même lorsque les fonds d'investissements se font rares, vous devez malgré tout continuer à prendre des décisions concrètes à l'égard des opportunités à court et à long terme si vous voulez améliorer votre chiffre d'affaires, en occupant par exemple de nouveaux marchés ou en développant votre meilleure gamme de produits. Savez-vous que la plupart des grandes marques ont été lancées en période de récession parce que leurs sociétés respectives avaient su saisir des opportunités uniques ? Pour saisir les opportunités en toute confiance, il vous faut une solution qui vous aidera à identifier les tendances et les écarts, mais aussi à analyser différents scénarios et à choisir la bonne combinaison d'initiatives pour maximiser votre retour sur investissement.

Une solution de Business Intelligence complète réunit toutes les fonctionnalités de reporting d'entreprise ; des rapports périodiques extrêmement détaillés qui vous permettent de visualiser votre performance globale, mais aussi d'améliorer la transparence du reporting pour l'ensemble de vos partenaires. Vous renforcez la confiance et la collaboration à tous les niveaux, à l'intérieur et à l'extérieur de votre entreprise.

3. « Intelligent response, » *Research Analysis 344, étude Information Age* (16 janvier 2009).

L'information est un bien précieux : elle permet aux PME d'aborder leurs stratégies sous un autre angle afin de transformer et d'améliorer considérablement leur activité, en particulier en période de grande instabilité économique. C'est pourquoi elles ont besoin d'une technologie qui saura valoriser leur information.

Les outils d'analyse doivent être faciles à utiliser si vous voulez réaliser des analyses de marché approfondies qui vous aideront à identifier et à saisir les meilleures opportunités avant vos concurrents. D'après un récent rapport Gartner : « Sur 5000 grandes entreprises mondiales, plus de 35 % passeront d'ici 2012 à côté de décisions pertinentes concernant des changements de cap majeurs dans leurs activités et marchés parce qu'elles n'auront pas suffisamment investi dans leur infrastructure de données et leurs outils de gestion. »<sup>4</sup> Vous devez veiller à ne pas tomber dans ce piège.

Pour prendre les décisions qui vous feront avancer, vous avez besoin de fonctions de reporting et d'analyse ad hoc simples et intuitives. Une solution de Business Intelligence doit vous aider à explorer de manière interactive tous les moindres recoins de votre activité tout en vous permettant de créer des requêtes dans un langage facilement compréhensible. En représentant l'impact opérationnel et financier de différents scénarios sur votre chiffre d'affaires, vos coûts et votre flux de trésorerie, les analyses de

simulation vous aident à comprendre les retombées d'une opportunité avant que vous ne décidiez de la saisir. Vous pouvez utiliser la solution de Business Intelligence dans votre processus d'évaluation des risques afin de déterminer la portée des résultats potentiels de chaque opportunité ou encore y greffer une analyse économique dans le but de sélectionner et de prioriser les scénarios les plus prometteurs. Pourquoi ? Simplement pour rassembler des chiffres concrets, des données indispensables pour appuyer les décisions d'investissement qui permettront à votre société d'améliorer ses ventes, son flux de trésorerie et son rendement opérationnel.

### Erreur n° 3 : laisser courir les opérations non rentables

Pour que vos produits et services continuent à être rentables, vous devez en permanence chercher des moyens de réduire les déchets et d'éliminer les inefficacités. Si les gaspillages opérationnels persistent, vous risquez de perdre le contrôle de vos structures de coûts et donc de compromettre vos

marges brutes. Les aléas économiques et les flux de trésorerie restreints obligent les PME à analyser leurs structures de coûts en étudiant de manière plus approfondie l'information qu'elles détiennent. C'est précisément pour cette raison que les analystes expliquent l'intérêt grandissant pour les logiciels de Business Intelligence, également appelés outils de BI.

Seule une solution de Business Intelligence intégrée qui saura générer des données fiables et précises pourra vous aider à identifier et à résoudre rapidement les inefficacités. Les tableaux de bord génèrent un feedback immédiat concernant les lacunes de votre gestion administrative et les heures supplémentaires inutiles. Quant aux fonctions d'analyse, elles permettent de contrôler les défauts de fabrication, les coûts de maintenance ainsi que les niveaux de stocks ; vous suivez le déroulement de vos processus pas à pas tout en diminuant le nombre de remises en production et en rationalisant les unités de stock.

Selon David Thomson, auteur du best-seller « *Blueprint to a Billion: 7 Essentials to Achieve Exponential Growth* », les PME doivent conduire une étude sur la concurrence afin de comparer leurs marges brutes avec les moyennes du marché. « Si vous vous apercevez que le coût de vos produits est trop élevé, vous devez être capable d'effectuer une analyse des coûts approfondie tout au long de la chaîne de valeur et de déterminer les opérations où les systèmes et processus ont besoin d'être améliorés, » souligne D. Thomson.<sup>5</sup>

4. Kurt Schlegel, Mark A. Beyer, Bill Hostmann, Rita L. Sallam, Bill Gassman, Nigel Rayner, Neil McMurchy, Neil Chandler, Matthew W. Cain, *Predicts 2009: Business Intelligence and Performance Management*, page 3 (Gartner Inc., 18 décembre 2008).

5. David Thomson, *Blueprint to a Billion: 7 Essentials to Achieve Exponential Growth* (John Wiley & Sons Inc. 2006).

Même si vos marges brutes sont au-dessus de la moyenne, vos dépenses sont peut-être élevées malgré tout. Par exemple, D. Thomson s'est aperçu que les entreprises performantes géraient d'une main de fer leurs dépenses en ventes et marketing ainsi qu'en R & D afin de s'assurer des flux de trésorerie positifs dans tous les cycles du marché, quels que soient leurs types. Dans le secteur public, les entreprises les plus rentables qui avaient enregistré la meilleure valeur du marché (en augmentant leur chiffre d'affaires de 30 millions à un milliard de dollars) dépassaient généralement les 10 % de bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement (BAIIDA). Toutes les PME doivent tirer une leçon des entreprises à forte croissance : vous devez vendre de la valeur ajoutée pour augmenter vos marges brutes, maîtriser vos dépenses pour garantir des flux de trésorerie positifs et réinvestir chaque euro gagné afin d'entretenir la croissance.<sup>6</sup>

#### **Erreur n° 4 : ne pas identifier ni corriger les problèmes**

Dans le contexte économique actuel, la moindre erreur peut être fatale. C'est pourquoi les PME doivent commencer par identifier et prioriser les problèmes existants avant de consacrer tout le temps et tous les efforts nécessaires aux problèmes les plus urgents. Lorsque le lancement d'un produit est en retard ou qu'un département a dépassé le budget de départ, il est trop tard : vous ne pouvez pas revenir en arrière. Si vous contrôlez manuellement l'état d'avancement de votre projet ou programme, vous risquez



non seulement de perdre du temps et de l'argent à l'élaboration d'une stratégie vouée à l'échec, mais aussi de prendre du retard dans l'identification et la résolution des problèmes majeurs. Comme D. Thomson le souligne : « Les entreprises qui affichent une courbe de croissance exponentielle sont celles qui adoptent une approche systématique de la résolution des problèmes. » En période de ralentissement économique, ces entreprises ont pris le temps d'identifier et d'éliminer les problèmes avant de mettre en œuvre les efforts nécessaires pour améliorer leur activité. Par exemple, certaines d'entre elles ont trouvé de nouveaux moyens pour rationaliser leurs processus, réduire leurs effectifs dans certains domaines ou encore investir dans de nouveaux systèmes et infrastructures informatiques pour les aider optimiser la gestion de leurs clients ou les analyses de marché.<sup>7</sup>

En générant des données fiables et précises concernant votre activité, les solutions de Business Intelligence vous aident à identifier les situations anormales et à anticiper les problèmes éventuels. Si votre délai moyen de recouvrement se met à augmenter subitement, ces solutions peuvent par exemple vous en indiquer l'origine : un problème de qualité permanent, un problème de livraison ponctuel ou encore une coquille administrative (adresse erronée sur une facture, par exemple). Une fois l'origine du problème identifiée, il vous suffit de réaliser l'action corrective adéquate. En résumé, les solutions de Business Intelligence peuvent vous aider à contrôler et à suivre vos résultats tout en vous alertant en cas de problème (processus, produit ou événement anormal).

6. David Thomson, *Blueprint to a Billion: 7 Essentials to Achieve Exponential Growth* (John Wiley & Sons Inc. 2006).

7. Idem.

## Erreur n° 5 : introduire de mauvais comportements dans l'entreprise

Si vous ne définissez pas, ne communiquez pas et n'évaluez pas clairement vos objectifs, vous risquez de freiner des comportements bénéfiques. Vous risquez d'améliorer la performance de tel ou tel département ou secteur au détriment de votre performance globale. Selon Gartner, les PME doivent « montrer à leurs collaborateurs comment les efforts de gestion de la performance contribuent au succès de l'entreprise lorsque l'analyse et le reporting répondent aux objectifs de cette dernière. »<sup>8</sup>

Pour y parvenir, vous devez être capable d'harmoniser, de mettre en relation et de rapprocher la performance individuelle et la performance globale. Des solutions logicielles intégrées et transparentes encourageront le collaborateur à faire confiance aux données et à comprendre comment son travail quotidien influence la stratégie de l'entreprise. Malheureusement, les objectifs des PME sont souvent totalement dissociés des objectifs de

rendement quotidiens et l'employé ne sait plus quelles sont ses priorités. En mettant en relation les objectifs et les délais, vous pourrez communiquer vos attentes de performances explicites à tous les niveaux de votre entreprise tout en développant une stratégie incitative qui favorisera les changements culturels et comportementaux nécessaires.

Par exemple, les tableaux de bord (qui s'intègrent à de nombreux logiciels courants comme Microsoft Office) vous permettent de communiquer les indices de performance clés, de suivre votre progression globale et aussi de récompenser les personnes impliquées. En bénéficiant d'un feedback immédiat concernant les performances, vous n'avez plus à attendre les bilans trimestriels pour déchiffrer les tendances : vous prenez vos décisions et rectifiez les comportements rapidement. Quant aux outils de visualisation, ils permettent à l'employé de se pencher rapidement sur les problèmes ayant un fort impact (amélioration du service client, diminution des défauts produit). Toute votre équipe

sait d'où viennent les données et comment sont calculés les résultats, et peut interagir avec les rapports ; les solutions de Business Intelligence renforcent la fiabilité des données tout en encourageant l'engagement personnel et l'esprit collaboratif qui mèneront votre entreprise au succès.

## Erreur n° 6 : manque de transparence vis-à-vis des partenaires

Avec la crise économique mondiale, les partenaires et les gouvernements appellent à une plus grande transparence à l'égard des résultats financiers, des opérations, des décisions et des indices de performance clés des entreprises. Néanmoins, la plupart des PME pensent que les systèmes de reporting trop complexes les empêchent de se mettre en conformité ou de démontrer leur bonne santé fiscale. L'analyste Bill Hostmann de l'institut Gartner explique : « Beaucoup d'entreprises pensent qu'elles n'ont pas les informations, les processus et les outils nécessaires pour permettre à leurs décideurs de prendre des décisions avisées et adaptées. Elles n'investissent pas suffisamment dans leur infrastructure de données et leurs outils de gestion. »<sup>9</sup>

Les investisseurs exigent que vous utilisiez des informations complètes pour détecter les changements, prendre des décisions rapides et insuffler ces changements dans vos stratégies. En d'autres termes, vos partenaires ont besoin d'avoir confiance dans votre stratégie ainsi que dans l'exactitude

Pour prendre les décisions qui vous feront avancer, vous avez besoin de fonctions de reporting et d'analyse ad hoc simples et intuitives. Une solution de Business Intelligence doit vous aider à explorer de manière interactive tous les moindres recoins de votre activité tout en vous permettant de créer des requêtes dans un langage facilement compréhensible.

8. Kurt Schlegel, Mark A. Beyer, Bill Hostmann, Rita L. Sallam, Bill Gassman, Nigel Rayner, Neil McMurchy, Neil Chandler, Matthew W. Cain, *Predicts 2009: Business Intelligence and Performance Management*, page 4 (Gartner Inc., 18 décembre 2008).

9. Idem.

de vos rapports financiers. Posez-vous les questions suivantes : « Est-ce que mon entreprise est capable de fournir à mes départements stratégiques les informations nécessaires concernant un changement de marché capital sans tomber dans un projet particulièrement complexe et engageant ? » « Mon entreprise peut-elle identifier à l'avance les clients qui vont réduire leur activité et adapter son approche en conséquence pour limiter les pertes ? » Pour prendre des décisions de ce type, vous avez besoin d'informations internes et externes afin d'effectuer une analyse des risques et de mettre en œuvre des plans d'urgence rapidement.

Les solutions de Business Intelligence facilitent le partage des informations nécessaires entre les différents départements stratégiques ainsi qu'avec les parties externes (clients, fournisseurs, partenaires et investisseurs). Une solution de Business Intelligence complète réunit toutes les fonctionnalités de reporting d'entreprise ; des rapports périodiques extrêmement détaillés qui vous permettent de visualiser votre performance globale,

mais aussi d'améliorer la transparence du reporting pour l'ensemble de vos partenaires. Vous renforcez la confiance et la collaboration à tous les niveaux, à l'intérieur et à l'extérieur de votre entreprise.

### Conclusion

En période de crise économique, les entreprises ne doivent pas se contenter de restreindre leurs dépenses. « Il est donc temps de bâtir des entreprises extrêmement performantes et efficaces, reposant sur des informations cohérentes, » conclut D. Tapscott. « Si vous ne souhaitez plus que votre entreprise soit à la merci des défis économiques et que vous préférez la doter d'avantages concurrentiels pour l'avenir, vous devez disposer d'une visibilité globale de toutes vos informations critiques. »<sup>10</sup>

Exploitez-vous tout le potentiel de vos informations ? Remplissez notre questionnaire d'auto-évaluation rapide pour savoir si une solution de Business Intelligence peut vous aider à améliorer vos décisions et donc votre performance.

---

10. Don Tapscott et Dr. Steve Elmore, *Managing Enterprise Information: Architecting for Survival and Positioning for Success in Tough Times*, page 1 (Genera Corporation, mars 2009).

# AUTO-ÉVALUATION BUSINESS INTELLIGENCE

## AMÉLIOREZ VOS DÉCISIONS ET VOTRE PERFORMANCE GLOBALE

**1. Êtes-vous capable d'identifier rapidement les meilleurs clients en fonction de leur rentabilité, de leur taille ou encore de leur potentiel de croissance ?**

- A Nous sommes capables d'accéder à ces informations quels que soient le moment et le client. Nous pouvons générer rapidement une liste des clients les plus importants en fonction de différents critères (selon la région géographique ou la gamme de produits, par exemple).
- B Nous pouvons rassembler les données client sur un tableur et les analyser sous plusieurs perspectives.
- C Nous avons du mal à accéder aux données client élémentaires - et encore plus à les analyser.

**2. Le directeur marketing présente à votre PDG une proposition pour le lancement d'une nouvelle gamme de produits. Comment vous y prenez-vous pour étudier la faisabilité du projet ?**

- A Nous réalisons une analyse de scénario et étudions le projet (coûts, bénéfices, risques, retours sur investissement) dans différentes situations économiques possibles.
- B Nous analysons la proposition, mais nous passons un certain temps à rassembler les données nécessaires et à effectuer l'analyse appropriée.
- C Nous acceptons l'offre immédiatement en nous fiant à notre instinct.

**3. Les heures supplémentaires ont augmenté de 17 % par rapport au mois dernier. Réussissez-vous à identifier la cause et à résoudre le problème rapidement et facilement ?**

- A Nous identifions immédiatement les employés et départements concernés et résolvons le problème en quelques jours.
- B Nous réussissons à rassembler les informations, mais il faut un certain temps pour compiler et trier les données dans un rapport.
- C Nous ne savons pas par où commencer.

**4. Le délai moyen de recouvrement a augmenté de cinq jours au cours des deux derniers mois. Réussissez-vous à identifier l'origine du problème ?**

- A Oui. Il ne nous faut que quelques jours pour identifier les éléments opérationnels et administratifs susceptibles d'être à l'origine de cette augmentation.
- B Je ne sais pas. Nous réussissons à rassembler les données client, financières et opérationnelles qui sont stockées dans différentes applications, mais nous rencontrons des difficultés pour les analyser et identifier l'origine de cette augmentation.
- C Il y a peu de chances. Cette tâche est trop complexe.

**5. Les indices de satisfaction client ont chuté, en particulier concernant votre centre d'appels. Le directeur général souhaite jeter un œil sur la performance**

Vous pouvez utiliser la solution de Business Intelligence dans votre processus d'évaluation des risques afin de déterminer la portée des résultats potentiels de chaque opportunité ou encore y greffer une analyse économique dans le but de sélectionner et de privilégier les scénarios les plus prometteurs. Pourquoi ? Simplement pour rassembler des chiffres concrets, des données indispensables pour appuyer les décisions d'investissement qui permettront à votre société d'améliorer ses ventes, son flux de trésorerie et son rendement opérationnel.

**des agents du centre d'appels. Êtes-vous capable de lui produire ces informations rapidement ?**

- A Oui. Nous possédons un tableau de bord qui enregistre l'activité des employés de notre centre d'appels dans les moindres détails (durée des appels, résolution des appels, etc.).
- B Tous les indicateurs de performance clés sont regroupés dans un espace commun accessible à chaque collaborateur, mais nous n'enregistrons pas les indicateurs de performance de chaque individu ou département.
- C Malheureusement, nous n'avons pas encore défini ni mis en œuvre d'indicateurs dans ce domaine.

**6. Les investisseurs souhaitent connaître le retour sur investissement des trois projets d'investissement les plus importants de l'an passé. Êtes-vous capable de leur répondre rapidement avec précision ?**

- A En quatre heures à peine, nous sommes capables de produire un rapport complet composé de visuels clairs et attractifs qui permet aux investisseurs de comparer facilement les projets sous plusieurs points de vue.
- B Un tableur étant généré pour chaque projet, nous sommes capables de créer un rapport de comparaison en quelques jours.
- C Il faut que l'un de nos analystes financiers épluche nos rapports financiers ligne par ligne afin d'extraire les informations pertinentes et qu'il crée ensuite un tableur pour calculer le retour sur investissement de chaque projet.

**Calculez votre résultat :**

- 0 point par réponse « A »
- 1 point par réponse « B »
- 2 points par réponse « C »

**Votre niveau de Business Intelligence :**

- 0-3 : **Vous traitez l'information comme un atout stratégique.** Vous utilisez des outils de Business Intelligence pour optimiser vos décisions dans les domaines clés. Vous recherchez constamment de nouveaux moyens d'utiliser la Business Intelligence pour créer de la valeur ajoutée et améliorer vos processus. Vous utilisez des outils de planification avancés pour concrétiser vos objectifs en résultats tangibles. Vous tirez parti des analyses de simulation élaborées pour représenter l'impact opérationnel et financier de différents scénarios sur votre chiffre d'affaires, vos coûts et votre flux de trésorerie.

- 4-8 : **Vous avez encore quelques efforts à faire.** Les outils de Business Intelligence peuvent vous aider à améliorer vos décisions et votre performance globale en vous aidant à saisir de nouvelles opportunités. Les outils d'analyse et de visualisation peuvent vous aider à connaître le rendement et la rentabilité dans de nombreux domaines. Grâce à ces informations, vous prenez les bonnes décisions pour rentabiliser vos opérations ou augmenter votre chiffre d'affaires.

- 9-12 : **Votre information n'est pas gérée.** Les outils de Business Intelligence peuvent vous aider à améliorer vos bénéfices bruts et nets. En adoptant les solutions d'intégration et de nettoyage de données, vous pourrez générer une source de données unique et précise pour créer des rapports d'entreprise fiables et renforcer vos efforts de reporting et d'analyse ad hoc.

Les solutions de Business Intelligence de SAP® BusinessObjects™ simplifient la manière dont les PME utilisent l'information en permettant à leurs collaborateurs de consulter, de formater, d'analyser, de parcourir et de partager l'information à tous les niveaux.

Toutes nos solutions proposent de puissantes fonctionnalités d'entreprise complètes (reporting, interrogation,

analyse, visualisation, intégration et gestion de données). Vous bénéficiez de données fiables pour améliorer vos décisions et votre performance globale.

Pour en savoir plus sur les solutions de Business Intelligence de SAP BusinessObjects, rendez-vous à l'adresse [www.sap.com/france/solutions/sapbusinessobjects](http://www.sap.com/france/solutions/sapbusinessobjects).

50 095 419 frFR (10/01)

© 2010 by SAP AG.

All rights reserved. SAP, R/3, SAP NetWeaver, Duet, PartnerEdge, ByDesign, SAP Business ByDesign, and other SAP products and services mentioned herein as well as their respective logos are trademarks or registered trademarks of SAP AG in Germany and other countries.

Business Objects and the Business Objects logo, BusinessObjects, Crystal Reports, Crystal Decisions, Web Intelligence, Xcelsius, and other Business Objects products and services mentioned herein as well as their respective logos are trademarks or registered trademarks of Business Objects S.A. in the United States and in other countries. Business Objects is an SAP company.

All other product and service names mentioned are the trademarks of their respective companies. Data contained in this document serves informational purposes only. National product specifications may vary.

These materials are subject to change without notice. These materials are provided by SAP AG and its affiliated companies ("SAP Group") for informational purposes only, without representation or warranty of any kind, and SAP Group shall not be liable for errors or omissions with respect to the materials. The only warranties for SAP Group products and services are those that are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services, if any. Nothing herein should be construed as constituting an additional warranty.

[www.sap.com/france/contactsap](http://www.sap.com/france/contactsap)

THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP™

