

# Information Builders met les informations au travail

**Notamment reconnue pour ses partenariats forts avec IBM, SAP ou encore Oracle, Information Builders s'est fixé pour mission centrale de rendre l'information à ses utilisateurs et compte bien s'implanter davantage en Europe, en Chine et au Moyen-Orient dans les mois à venir. Après avoir récemment créé un bureau en Italie, de nouveaux partenariats sont actuellement à l'étude.**



**Michael Corcoran**, Senior Vice-President  
et Chief Marketing Officer chez Information Builders

Fondée en 1975, la compagnie américaine emploie près de 1.350 personnes dans 60 bureaux de par le monde et collabore avec quelque 350 entreprises partenaires. Son positionnement est de réunir à la fois business intelligence stratégique, analytique et opérationnelle à travers tout son portfolio. «Notre volonté est avant tout de nous adresser à tout type d'employé dans tout type de secteur», explique Michael Corcoran, Senior Vice President et Chief Marketing Officer chez Informations Builders. «Aujourd'hui le Management de l'information, ce n'est plus seulement collecter des données, mais savoir les utiliser et en tirer de la valeur. Nous avons amassé des données pendant 40 ans, il est temps de commencer à les utiliser. La clé c'est l'employé lambda», poursuit-il.

## LE POUVOIR DE L'INFORMATION

Avec des volumes d'informations échangés et stockés qui explosent depuis plusieurs années, la question de savoir quoi faire de ces informations se pose de manière récurrente. «Avec la crise certaines organisations ont essayé de stopper leurs investissements IT, mais ça n'a duré qu'un temps. Elle a permis à beaucoup d'entreprises d'améliorer leur performance, leur productivité et la satisfaction de leurs clients. Elle en a aussi encouragé d'autres à s'intéresser davantage à la BI, qui est devenue pour certains une vraie business line et une zone d'expertise. Elle leur permet à la fois d'optimiser leurs coûts et d'avoir une

vue plus globale de leurs activités», continue Michael Corcoran.

Pour rester performant et réactif, il va aussi falloir surveiller les jeunes générations et leurs nouveaux usages. «Ces jeunes vivent online et échangent énormément via des réseaux sociaux. Ils vivent dans un monde où tout est accessible et en temps réel. Quand ils intégreront le monde du travail, ils auront besoin de cette réactivité au niveau des produits qu'ils achètent, des contacts avec leur banque, des services auxquels ils souscrivent... Les compagnies qui souhaitent continuer à faire croître leurs activités vont devoir intégrer ce nouveau paramètre, c'est une des tendances fortes à venir», précise-t-il.

Importance grandissante des réseaux sociaux, mobilité accrue, analyses prédictives pointues, l'utilisation de l'IT évolue à grande vitesse. «En matière d'intelligence de l'information, nous n'avons fait qu'effleurer la surface, les possibilités sont immenses. Il y a de nombreuses manières de gérer intelligemment cette information. Être capable d'automatiser le partage d'informations produites en interne comme à l'extérieur, et les rassembler au même endroit va être un des challenges importants. On multiplie les données comme jamais auparavant via Salesforces ou SAP. On ne les utilise pas encore assez mais nous le ferons et cela changera nos manières de travailler et de vivre», termine Michael Corcoran.