

BenchmarkGroup

Edition, Etudes, Formation

Evenements

- Forums
- Séminaires

Les études

- Commerce électronique B to B
- Publicité et marketing sur Internet
- Direction technique de site web
- Tourisme & voyages sur Internet
- Le commerce électronique en France

Les lettres Pro

Analyses de sites

Presse



Contacts

Newsletter

Pour recevoir toute l'actualité du site

Votre email

© Benchmark Group 2003. Tous droits réservés. L'accès aux informations contenues dans notre site implique l'acceptation inconditionnelle de nos conditions générales. Benchmark Group 69/71 Avenue Pierre Grenier, 92517 Boulogne Billancourt CEDEX, France

Etudes

Lettres Pro

Analyses de sites

Etudes ad hoc

Benchmark Group

Benchmark > Séminaires > **Business Intelligence : choisir ses technologies, réussir son projet**

Séminaires

[Tous les séminaires](#)

Business Intelligence : choisir ses technologies, réussir son projet

La Business Intelligence, qui rassemble l'ensemble des domaines techniques et fonctionnels entrant dans les processus d'aide à la décision, a connu de profonds changements. Le marché est arrivé à maturité et les investissements ont été maintenus même en période de crise économique. Par ailleurs, suite à la concentration des acteurs, ces solutions hier "spécialisées" touchent aujourd'hui tous les domaines fonctionnels de l'entreprise.

Ce séminaire abordera, sans parti pris, les questions essentielles que se posent les décideurs en quête de solutions cohérentes en matière de Business Intelligence : quels domaines fonctionnels de prédilection pour des gains de productivité mesurables ? Existe-t-il des solutions « prêtes à l'emploi » ? Que proposent les éditeurs spécialisés et quelles sont leur stratégie ? Que proposent les éditeurs d'ERP en matière de Business Intelligence ? Quels retours sur investissements peut-on espérer ?

Cette journée directement opérationnelle sera illustrée de nombreux cas d'entreprises.

A qui s'adresse ce séminaire ?

Ce séminaire s'adresse aux décideurs, responsables fonctionnels et techniques qui vont opérer des choix technologiques dans les mois à venir et qui souhaitent identifier les solutions leaders du marché ainsi que les conditions d'une mise en oeuvre réussie d'un système de Business Intelligence.



Ce séminaire sera animé par **Yves Cointrelle**,

directeur du développement, en charge de la stratégie Business Intelligence de **Homsys Group**. Expert reconnu, œuvrant sur ce marché depuis 1993, il a mené de nombreuses études et missions de conseil auprès de grands comptes de l'industrie et des services afin de les accompagner dans la mise en oeuvre de leurs systèmes d'information décisionnels.

DUREE

- 1 journée

DATE

- 27 septembre 2007

PRIX

- 890 € HT (1064.44 € TTC)

[Plan d'accès](#) | [S'inscrire >>](#)

[S'inscrire >>](#)

Programme de la formation

de 9h00 à 17h30

1. Introduction

Présentation des enjeux, des domaines couverts et ceux qui se prêtent bien au décisionnel. Quels gains mesurables peut-on espérer de tels projets ?

- Marché de la Business Intelligence en France
 - Rappel des enjeux
 - Quels sont les domaines adaptés ?
- Facteurs de succès
 - Erreurs à éviter
 - Les retours sur investissement
- Définitions

2. Panorama des offres technologiques. Rôles et usage

Cette partie traitera de l'ensemble des outils et solutions techniques disponibles pour bâtir son système d'information décisionnel

- Les bases de données orientées décisionnel
- Les plates-formes d'intégration de données
- Les outils de query et de reporting
- Les outils d'analyse multidimensionnelle
- Les autres offres de business

3. Les bases de données orientées décisionnel

Parmi les éditeurs de bases de données, des versions orientées décisionnel existent : sont-elles comparables, offrent-elles les mêmes fonctionnalités ? Comment faire face aux très gros volumes de données ?

- Les éditeurs proposent-ils les mêmes solutions ?
- Les critères à retenir
- Les offres du marché
- Les tendances

4. Les plates-formes d'intégration de données

Les plates-formes d'intégration de données sont encore peu utilisées dans les systèmes d'informations décisionnels. Pourtant elles proposent un fort ROI dans toutes les problématiques d'interfaces entre systèmes.

- a. Marché mondial et marché français
- b. Les éditeurs majeurs et les challengers
- c. Quels critères faut-il appliquer en fonction des contextes ?
- d. ETL vs EAI ?
- e. Justification du choix et ROI
- f. Cas clients

5. Les outils de query, de reporting et reporting de masse

Ce marché a peu à peu muté de l'interrogation à la demande vers la publication automatisée profilée. Le point sur les dernières technologies et les offres liées à ce marché.

- a. Marché mondial et marché français
- b. Les éditeurs majeurs et les challengers
- c. Comment classifier les besoins ?
- d. Le reporting de masse : réel besoin ou stratégie marketing ?
- e. Cas clients

DUREE

- 1 journée

DATE

- 27 septembre 2007

PRIX

- 890 € HT (1064.44 € TTC)

[S'inscrire >>](#)

6. Les outils d'analyse multidimensionnelle serveurs et frontaux

Les technologies multidimensionnelles ont longtemps été réservées à quelques aficionados ou bien ciblées sur quelques domaines spécifiques notamment la finance. L'arrivée d'éditeurs tels que Microsoft sur ce marché a démocratisé ces technologies et les rend désormais disponibles et accessibles à tous.

- a. Marché mondial et marché français
- b. Les éditeurs majeurs et les challengers
- c. Quels besoins spécifiques sont adressés ?
- d. Les prévisions et les solutions d'élaboration budgétaire basées sur les technologies Olap
- e. Cas clients

7. Les autres offres de Business Intelligence

Cette partie sera consacrée aux fonctions gravitant en complément ou périphérie des systèmes décisionnels. Un point particulier traité dans cette partie concernera les offres décisionnelles proposées par les éditeurs d'ERP.

- a. Datamining et outils de simulation
- b. Scorecarding et KPI
- c. Portails décisionnels vs portails d'entreprise
- d. Les offres analytiques
- e. L'approche éditeur ERP

8. Comment réussir son projet décisionnel ?

On apprendra dans cette partie à éviter les écueils inhérents aux projets décisionnels, à savoir détecter les pièges à l'avance.

- a. Existe-t-il une méthodologie spécifique aux projets de Business Intelligence ?
- b. Facteurs clés de réussite
- c. La recherche de sponsors internes

9. Méthodologie de mise en œuvre

Cette partie présentera une approche méthodologique pour mener à bien un projet décisionnel avec notamment des orientations de chiffrage de charges.

- a. Les grandes étapes du projet
- b. Comment impliquer utilisateurs et équipes internes ?
- c. Un processus itératif

10. Maintenir et faire évoluer les systèmes d'information décisionnels dans le temps

Passée la mise en œuvre, un système décisionnel est vivant et en phase avec l'entreprise et ses orientations. On verra ici comment prévoir et maîtriser plutôt que subir ses évolutions.

- a. Comment maintenir opérationnels des systèmes d'information décisionnels ?
- b. La Business Intelligence est-elle intégrable dans un programme de Tierce Maintenance Applicative (TMA) ?

DUREE

- 1 journée

DATE

- 27 septembre 2007

PRIX

- 890 € HT (1064.44 € TTC)

[S'inscrire >>](#)

[Revenir en haut de page](#)

[Plan d'accès](#) | [S'inscrire >>](#)