

L'intelligence d'affaires pour une société d'État

Référence : Brown, J. "No quick ROI from business intelligence: DMR Canada".

ITBusiness.ca, October 10, 2001.

Mots clés : veille; intelligence d'affaires; société d'État.

Contexte :

Une société d'État de distribution d'alcool a réussi à utiliser l'intelligence d'affaires pour améliorer sa performance.

Problème identifié et causes du problème :

L'information s'avère essentielle à toute entreprise; toutefois, il y a souvent trop d'informations disponibles, et les entreprises ne distinguent pas nécessairement celles qui sont importantes, et elles ne savent pas non plus comment elles peuvent s'y prendre pour les utiliser à bon escient. Plusieurs entreprises ont recours à des systèmes d'intelligence d'affaires pour tirer avantage de leur savoir. Par contre, cette solution échoue souvent lorsque le dirigeant n'a pas une vue d'ensemble de son entreprise ou que ses attentes ne sont pas réalistes : l'entreprise peut alors se retrouver avec plus d'informations qu'auparavant.

Objectifs à atteindre :

Selon un expert sur le sujet, l'implantation d'un système d'intelligence d'affaires est plus complexe que la mise en place d'une simple base de données : le système doit permettre à l'information d'être collectée, gérée et utilisée efficacement. Au préalable, il faut que l'entreprise ait une idée réaliste de ses besoins; ensuite, elle doit pouvoir compter sur ses employés afin qu'ils enrichissent le système de leurs connaissances.

Solution envisagée :

La solution envisagée pour la mise en place d'un système d'intelligence d'affaires est d'adopter d'abord une stratégie qui accorde la priorité à l'évaluation des besoins de l'entreprise en matière d'informations, avant la mise sur pied du système lui-même. Il faut aussi constituer une équipe d'employés provenant de différents services qui comprend bien les objectifs de l'entreprise pour être en mesure de s'occuper du système d'intelligence d'affaires.

Mise en œuvre de la solution et résultats atteints :

La société d'État de distribution d'alcool a réussi à tirer avantage d'un système d'intelligence d'affaires. Elle a pu améliorer sa chaîne de distribution en analysant les habitudes de consommation de ses clients quant aux produits saisonniers offerts. Cela a permis à l'organisation de réduire le stock de ses produits moins populaires dans ses nombreux magasins et de faire ainsi des économies.