

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 22 septembre 2014

Le Syndicat National de la Communication Directe et MARKESS présenteront une conférence sur " L'offre et la demande du Big Data Marketing " au salon E-Commerce Paris

Intervenants :

- Laetitia BARDOUL, Analyste senior MARKESS International
- Arnaud CONTIVAL, Responsable de l'Atelier Big Data du SNCD et Président d'AID

Mercredi 24 septembre, 16h30-17h15,
Atelier Salle 8, sous la thématique « Exploiter les data et mesurer son efficacité ».

Cette conférence s'inscrit dans le cadre du partenariat de MARKESS avec le Syndicat National de la Communication Directe (SNCD) portant sur la toute dernière étude sur le Big Data et la progression des besoins sectoriels et métiers, intitulée " *Meilleures approches pour tirer parti du Big Data : Opportunités sectorielles & métiers, Stratégies de gouvernance des données, Projets Big Data & enjeux 2014-2015* ".

Un engouement croissant pour le Big Data mais différencié selon les secteurs.

Le nombre de projets Big Data en France continue de progresser selon l'étude conduite par MARKESS en France. Parmi les 220 décideurs d'entreprises privées et d'administrations interrogés au 2ème trimestre 2014, 11% indiquent avoir déjà mené un projet lié au Big Data, soit deux fois plus qu'en 2012, et 37% mentionnent avoir des réflexions ou des projets en cours.

En 2014, les objectifs recherchés avec le Big Data sont avant tout de personnaliser l'expérience client afin d'améliorer le service délivré au client et de le fidéliser. Les répondants des directions Marketing qui représentent avec les DSI, les directions les plus impactées dans l'entreprise, souhaitent aussi disposer de fonctions analytiques poussées, notamment d'analyses prédictives et ainsi optimiser le marketing produit. Enfin, ils remontent des gains liés à la qualité des données, même si la majorité d'entre eux indiquent avoir déjà mis en place des processus et solutions pour optimiser la qualité des données gérées.

Les principaux enjeux liés à la gestion de l'information reposent sur l'exploitation et l'utilisation des données, la bonne intégration de l'information (données intégrées et partagées), ainsi que la sécurité et la confidentialité des données.

Les Data scientists et les Data stewards sont encore peu présents dans les organisations, mais les filières de formation spécialisées, ainsi que la prise en compte des enjeux sur la Data comme prioritaire dans les entreprises, concourent à en faire un métier d'avenir.

Une analyse de 4 pages a également été élaborée spécialement par les analystes de MARKESS pour les membres du SNCD. Celle-ci détaille le profil des décideurs, leurs projets liés au Big Data ainsi que les principaux atouts du Big Data pour les directions Marketing.

MARKESS a aussi mené une partie de l'analyse auprès des principaux prestataires experts du sujet sur le marché français. Les tendances du Big Data en France d'ici à 2016 sont résumées dans une **infographie** disponible en ligne (<http://blog.markess.fr/2014/09/infographie-big-data-france-2014-des-approches-sectorielles-metiers.html>).

Pour accéder à la présentation détaillée des résultats :
<http://www.markess.fr/demandedocument.php?refdoc=971>

Méthodologie

La méthodologie suivie pour réaliser cette étude de plus de 80 pages de données détaillées par secteur et taille d'entreprise repose sur plus de 260 interviews réalisées d'avril à juin 2014 auprès de 220 décideurs (rattachés à des directions générale, informatique, marketing, communication, ressources humaines, achats, finance, logistique...) au sein d'entreprises et d'administrations en France et 40 prestataires actifs sur le marché des logiciels et services numériques.

A propos de MARKESS

MARKESS est une société d'études spécialisée dans l'analyse des marchés des technologies du numérique et des stratégies de modernisation des entreprises et administrations. Etablie à Washington, D.C. et à Paris, MARKESS a pour mission d'aider tant les maîtrises d'ouvrage à mieux comprendre et tirer parti des technologies de l'information que les offreurs à mettre au point une stratégie optimale pour cibler ces marchés. Depuis 2002, forte de ses expériences et de son savoir-faire dans le domaine de l'administration électronique aux USA et de ses connaissances des impacts des nouvelles technologies sur les entreprises privées, MARKESS a lancé une practice dédiée à l'analyse des marchés de l'administration et du secteur public.

A propos du SNCD

Le **Syndicat National de la Communication Directe** est l'organisation professionnelle des experts de la communication directe multicanal et de la relation client. Depuis 1933, il aide ses membres à se positionner face aux évolutions et aux perspectives du marché. Le Sncd définit le cadre et les usages des métiers de la communication directe qu'il contribue ainsi à valoriser. Aujourd'hui 145 acteurs de la communication directe, parmi lesquels acteurs des marketing services, courtiers et propriétaires de fichiers, gestionnaires de BDD, acteurs de l'e-marketing et de l'emailing, SSI, éditeurs et intégrateurs CRM, opérateurs du courrier et du marketing postal, sociétés d'études, de conseil et d'analyses statistiques, spécialistes des media sociaux et de la mobilité..., ont choisi de proposer leurs services dans le respect de la déontologie et des usages de la profession en devenant membres du Sncd. www.sncd.org

Contacts presse

SNCD - Anne BERIOT-CAYLA Tél : 01 55 43 06 11 Email : aberiot@sncd.org