

Big Data

Mythes et Réalités





Agence Hybride spécialisée en Marketing Client

Création en 1986

230 collaborateurs

18 M€ de marge brute

Membre syndicats :

AACC, EBG, FEVAD

Principaux clients :

Orange

Total

Danone

Henkel

LVMH

La Prairie

Sephora

Go Sport

Leroy Merlin

Levi's

ING Direct

Mercedes





MYTHES





Les mythes du marketing

1999 : le 1 to 1

2000 : la fin du commerce traditionnel

2001 : le tout CRM

2009 : le tout social

2013 : le big data....





IBM Big Data Success Stories

Join the IBM big data group

Discuss big data and receive practical advice and solutions for maximizing big data opportunities.

LinkedIn [Join Now](#)



sas | THE POWER TO KNOW.

ANALYTICS

Mine Big Data to find priceless growth opportunities.

CLICK FOR HARVARD BUSINESS REVIEW REPORT

The Economist

Obama the warrior
Misgoverning Argentina
The economic shift from West to East
Genetically modified crops blossom
The right to eat cats and dogs

The data deluge
AND HOW TO HANDLE IT: A 14-PAGE SPECIAL REPORT

Harvard Business Review

OCTOBER 2012

46 The Big Idea
The True Measures Of Success
Michael J. Hyatt

52 International Business
10 Rules for Managing Global Innovation
Kwame Wilson and Vee L. Dor

83 Leadership
What Ever Happened To Accountability?
Thomas C. Hicks

GETTING CONTROL OF **BIG DATA**

How vast new streams of information are changing the art of management
PAGE 59



Vertical Apps



Ad/Media Apps



Business Intelligence



Analytics and Visualization



Log Data Apps



Data As A Service



Analytics Infrastructure



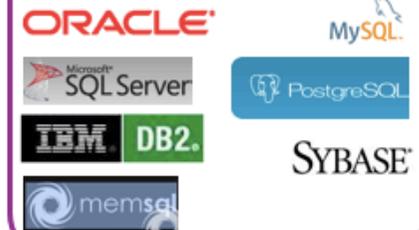
Operational Infrastructure



Infrastructure As A Service



Structured Databases

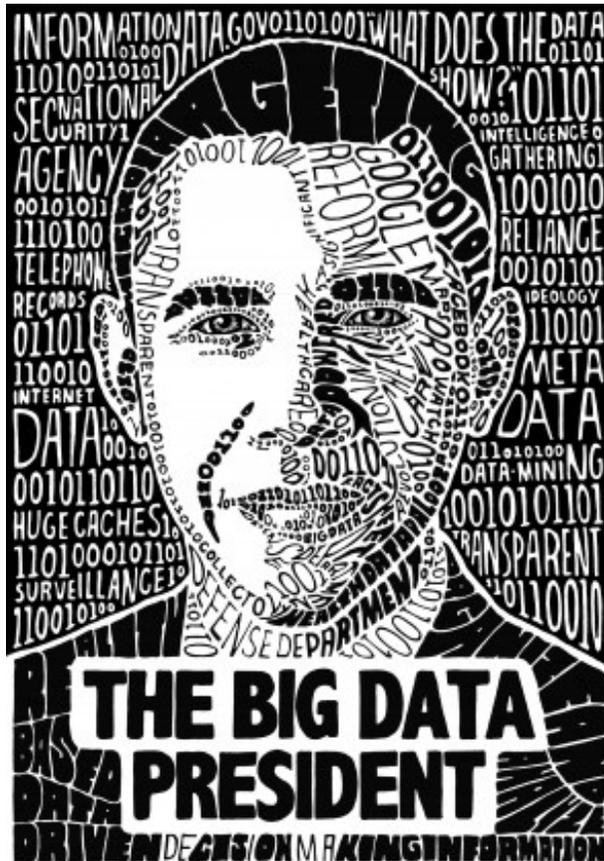


Technologies





Le storytelling du big data





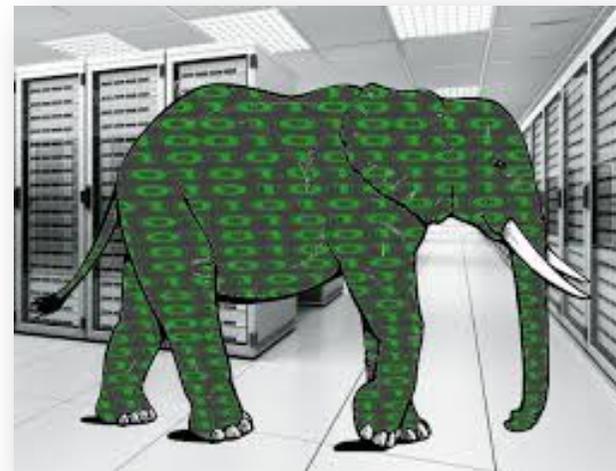
REALITES





Pour les entreprises ?

1. Inéluctabilité des trois V en corolaire de la digitalisation !
2. Les enjeux stratégiques pour les entreprises
3. Méfiance autour du terme





2) Changement de paradigme informatique !

Les technologies :

1. MapReduce
2. In memory
3. On data base
4. Stream computing
5. Stream analytics
6. NoSql
7. GPU processing





2) Changement de paradigme informatique !

Les contraintes :

1. Profils rares
2. Architectures en place
3. Des technologies peu matures





2) Changement de paradigme informatique !

Open source, gros éditeurs ou Cloud ?

1. Culture d'entreprise

2. Les GAFA

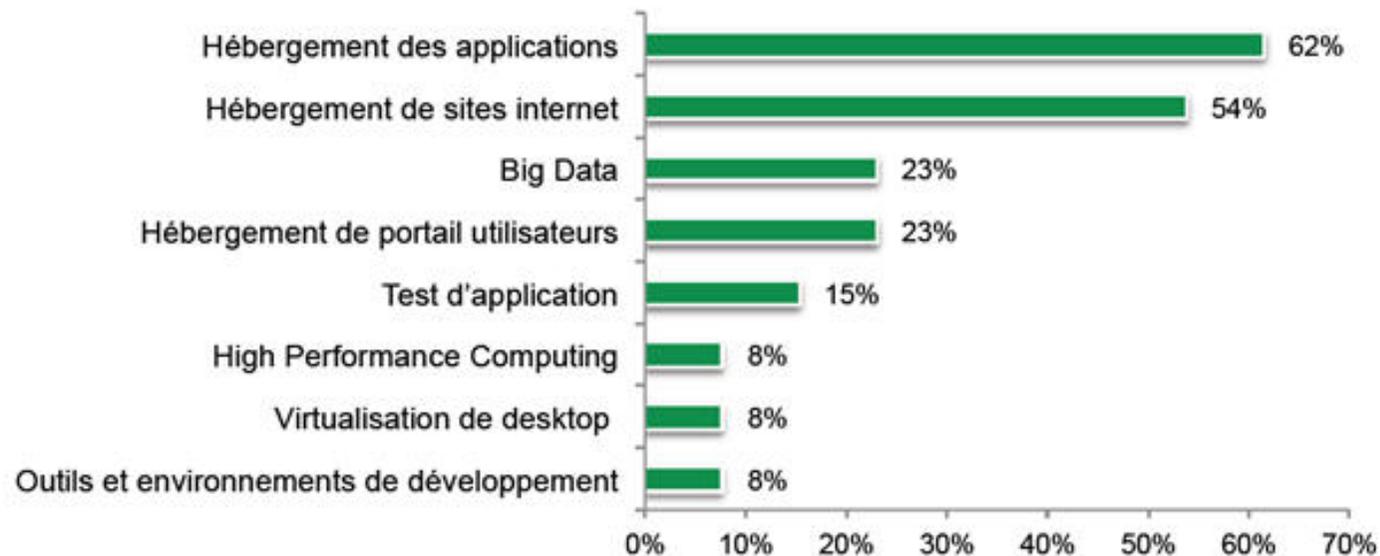
3. Le Cloud ?





2) Changement de paradigme informatique !

Quelles réalités dans les entreprises ?



Source : PAC CloudIndex, Décembre 2013





3) Changement de paradigme analytique ?

Qui dit variété dit :

- Données partielles
- Sources hétérogènes
- Fiabilité
- Constance de la source
- Hétérogénéité





3) Changement de paradigme analytique ?

Faut-il poser à nouveau certaines questions ?

Significativité, représentativité, problème de l'induction, Non sequitur (corrélation / causalités, ou post hoc ergo propter hoc), déterminisme ...





3) Changement de paradigme analytique ?

Démocratisation d'approches moins répandues dans le marketing :

Processus stochastiques, notamment les processus Markoviens, approches bayésiennes, NP complet, analyses combinatoires...





3) Changement de paradigme analytique ?

Rendre accessibles ces outils aux métiers de l'entreprise, un enjeu majeur !!

Le profil de data scientists existent-ils ?





3) Changement de paradigme analytique ?

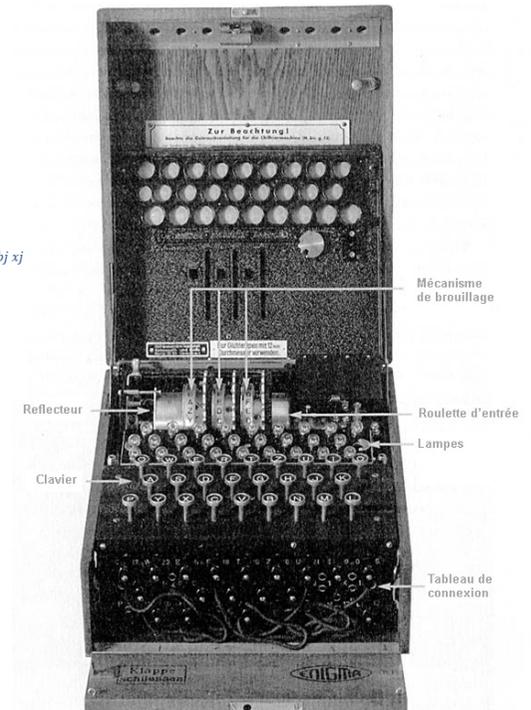
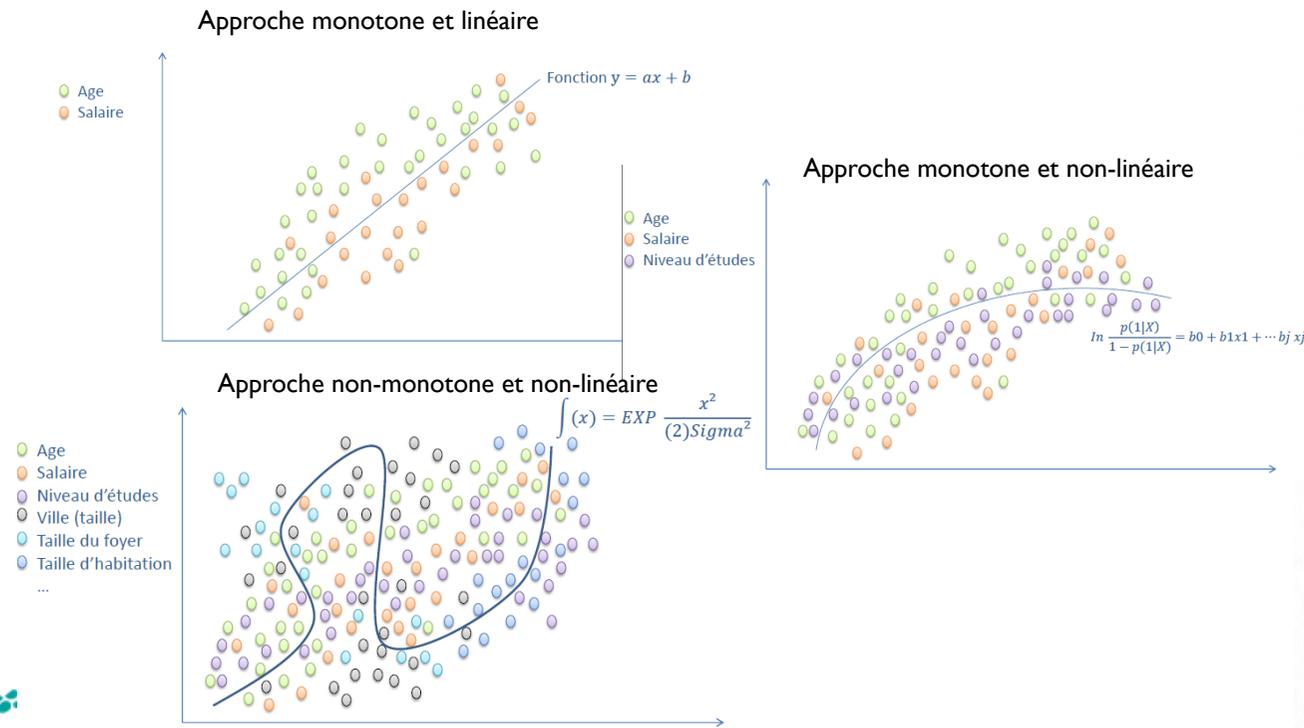
Approches exploratoires ou en réponse à des problématiques ?





3) Changement de paradigme analytique ?

Machine learning et apprentissage non supervisé...



Machine Enigma inventé par Alan Turing





3) Changement de paradigme analytique ?

Exemple, comment ETO a traité l'hétérogénéité induite par la variété !





POUR CONCLURE





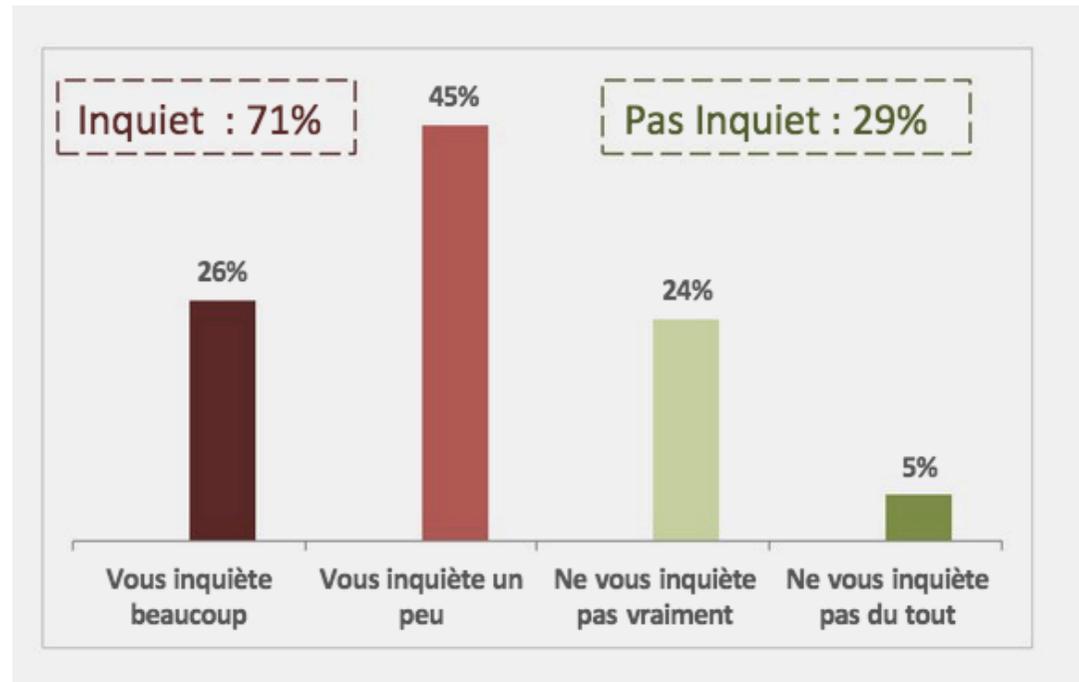
SMALL, MEDIUM et SMART DATA

Entreprise, exploiter déjà
l'existant !





La limite sociétale du big data marketing





Le principal intérêt sera dans la
brand utility pas uniquement
dans la communication
hyperciblée !





SANTE



Nike en précurseur s'empare de la tendance du Quantified Self et se lance sur le marché de la santé



Nissan lance sa montre connectée qui suit en temps réel l'état de santé du conducteur



SMART HOME



Samsung prévoit de connecter tous les appareils du domicile et de les piloter via un smartphone, une tablette et une montre connectée.



AUTOMOBILE

Ford propose des services connectés via son appli Applink (1,5 millions de véhicules applink aux US. 7 millions prévus d'ici 2015)





Merci !

Samir/Yan

