

vendredi 12 septembre 2014 // 19:06

## La consolidation du lien public-privé

mardi, 09.09.2014

### Big data. Xtendsys s'associe à l'HEIG-VD dans un projet de traitement de données.

Tiago pires

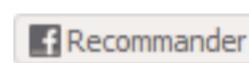
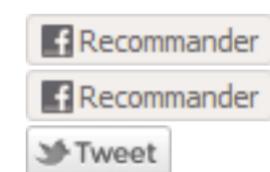
Soutenues par la Commission pour la Technologie et l'Innovation (CTI), la société Xtendsys, basée à Yverdon, et la Haute école d'ingénierie et de gestion du canton de Vaud (HEIG-VD) se lancent dans le traitement des mégadonnées des interactions clients. Sur la base d'un projet de dix-huit mois, les deux entités veulent proposer de nouvelles solutions pour collecter, combiner, croiser et enrichir ces données pour produire des analyses descriptives et prédictives en un temps record. Une initiative phare qui concerne le premier marché mondial des solutions d'entreprise. Comme le souligne le managing partner de Xtendsys, Karim Bensaci, «la gestion de la relation entre l'entreprise et ses clients (CRM) est en pleine mutation, en pleine maturité également. Sur la base de nos expériences nous avons mis deux ans à analyser le secteur et nous sommes maintenant capables de proposer une solution optimale.»

Ce nouveau champ d'activités nécessite la formation de spécialistes rompus à ces nouvelles technologies dans un secteur en pleine expansion et générateur d'emplois. La HEIG-VD a anticipé le mouvement en proposant des cours liés aux mégadonnées dans son nouveau plan d'étude de télécommunications et informatique, entré en vigueur en 2012. Pour Karim Bensaci, c'est aussi un enjeu fort en termes de formation, de création d'emplois et de nouveaux métiers. La start-up, créée en 2012, a ainsi pu renforcer son équipe avec des mathématiciens capables de combiner les savoir-faire. «Nous pouvons poser une réflexion sur le modèle mathématique, renforcer notre connaissance dans le CRM analytique en combinant un savoir humain et technique. En retour, la Haute école se confronte à la réalité du terrain.»

Selon certains instituts d'étude, ce marché enregistre une croissance annuelle de 12 à 15%. Karim Bensaci précise qu'il y a une explosion des points d'interactions, principalement digitaux, à l'image des réseaux sociaux ou des applications. Selon le communiqué, le contexte, le temps-réel et la géolocalisation de l'interaction prennent une importance croissante. Cette nouvelle donne impose aux entreprises de redéfinir leur approche client et de développer une véritable stratégie de la donnée qui devient un actif majeur. Au-delà des volumes croissants, il s'agit aussi de pouvoir intégrer et croiser des sources de données multiples et très hétérogènes. Ceci va permettre aux entreprises de mieux comprendre et d'anticiper les besoins des clients pour leur proposer des produits et des services toujours plus adaptés. L'enjeu pour les entreprises est également d'éviter les intermédiaires qui risquent de bousculer leurs modèles économiques et de mieux maîtriser leurs données client.

Pour ce faire, Xtendsys veut arriver sur le marché avec une solution de type «plug and play», compatibles avec tous les autres services. Pour y parvenir, l'équipe de la start-up s'active également à comprendre et connaître la culture des clients et d'expliquer les bases du CRM. L'évolution des technologies rend possible l'accès à de telles solutions pour les PME/PMI en plus des multinationales. Pour l'heure, Xtendsys mène d'importants contacts avec un grand groupe hôtelier suisse, des start-up anglaises actives dans les programmes de fidélisation et globalement avec des sociétés axées technologies. La HEIG-VD compte mettre aussi sur pied un groupe de recherche sur les mégadonnées traitant de ses différentes applications telles que le CRM, le médical ou l'internet des objets.

[Retour](#)



• [EMail](#)

• [Print](#)