

Le petit glossaire du décisionnel

ABC/ABM	Activity Based Costing Activity Based Management	ABC/ABM : méthodes au cœur du pilotage stratégique de la performance, visant l'optimisation des processus, via une évaluation au plus juste des coûts de revient de chacune des activités du processus
AMOA	Assistance à Maîtrise d'Ouvrage	Service à la maîtrise d'ouvrage pour l'aider dans sa fonction de gestionnaire du système d'information et dans le pilotage des projets.
Analyse prédictive		L'analyse prédictive transforme les données en action en tirant des conclusions fiables sur les faits actuels et les événements futurs. Là où le système décisionnel se cantonnait à l'observation du passé, l'analyse prédictive donne une interprétation des informations vis-à-vis du futur. De ce fait, elle est un des mécanismes constitutifs de la Business Intelligence. En s'appuyant sur des technologies existantes comme les outils de datamining ou les outils statistiques, elle regroupe les différentes étapes qui permettent de prévoir certains comportements en apprenant du passé et de générer des recommandations qui permettent de passer à l'action.
BAM	Business Activity Monitoring Supervision des Activités Métier	Mesure la performance des processus métier au regard de leur degré de criticité, en s'appuyant sur deux types de mécanismes : l'intégration (pour agréger l'ensemble des données nécessaires), et le reporting pour compiler et présenter les résultats
Barrière à l'entrée/sortie		Concepts développés par Michael Porter dans « l'Avantage Concurrentiel comment devancer ses concurrents et maintenir son avance » Barrières à l'entrée : obstacles limitant l'entrée à un secteur ; ce sont des rigidités structurelles du secteur qui obligent les firmes souhaitant y entrer à réaliser un effort conséquent. Elles obligent les nouveaux entrants à réaliser des investissements importants avant d'arriver à l'équilibre et à la rentabilité attendue de l'entrée sur le secteur. Elles peuvent prendre la forme de besoins en capitaux, de coûts de transfert, d'économies d'échelle, d'accès aux circuits de distribution, d'existence de brevets, de capacité de représailles des firmes présentes, de subventions publiques, de préférence nationale ... Les barrières à la sortie sont des rigidités structurelles qui obligent une firme à rester en activité sur un secteur ou un segment sur lequel la rentabilité n'est pas ou plus au rendez-vous. Elles peuvent prendre la forme d'immobilisations spécifiques à une activité, de contrats existants avec les clients, de craintes pour l'image de marque, de coûts liés à la sortie, de perte de pouvoir de négociation avec les parties, de perte de confiance des actionnaires, de perte de synergie ou d'interconnexion, d'aspects politiques, de raisons psychologiques et affectives ... Elles constituent un facteur de réduction de la rentabilité d'un secteur car elles obligent les firmes présentes à rester malgré un attrait moindre, ce qui implique ensuite des luttes sans merci pour survivre sur le secteur.
BI	Business Intelligence	C'est l'ensemble des moyens et techniques informationnels mis en œuvre pour piloter l'entreprise vers son objectif de performance business. Il s'adresse à deux types de population de l'entreprise : - il fournit à l'analyste des moyens d'observation du fonctionnement du business, et de prédiction sur ses perspectives futures, - il délivre au manager des informations intelligentes qui l'aident dans ses décisions.
BPM	Business Process Management Gestion de processus métier	Le BPM est la gestion des processus d'entreprise. Il propose une approche globale de la gestion de processus, en intégrant toute la chaîne de valeur opérationnelle de façon transversale ; un logiciel de BPM orchestre les interactions entre les acteurs humains et avec les logiciels du système d'information opérationnel.
Brick and mortar	Brique et mortier	Désigne les entreprises traditionnelles faites "de brique et de mortier" par opposition aux entreprises virtuelles, comme Amazon, par exemple, qui ne possèdent pas de magasin physique. S'applique, dans son sens le plus strict, à des entreprises de la distribution.

BSC	Balanced scorecard	Méthode de pilotage d'entreprise développée au début des années 1990 par Robert S. Kaplan (Harvard Business School) et David P. Norton (Cabinet Renaissance Solutions Inc.), et devenue une référence pour l'évaluation des impacts de l'implantation d'une stratégie nouvelle. Balanced Scorecard repose sur quatre axes d'analyse : • les finances et les risques : retour sur investissement, marge brute, cash-flows dégagés, niveaux de risque, etc., • les métiers et processus internes : maîtrise des délais, productivité ... ; les processus de support sont également concernés, • la satisfaction des clients : la satisfaction de la clientèle est mesurée en terme de produits et de services associés, et la rentabilité est dégagée pour chaque segment de clientèle, • l'apprentissage et le développement : évaluation de la capacité de l'organisation à s'auto-améliorer : turnover, évolution des compétences, progrès des systèmes de knowledge management, présence d'un Intranet efficace et fréquenté, etc. En apportant un système équilibré d'indicateurs financiers et opérationnels, BSC fournit aux entreprises un cadre méthodologique pour constituer un tableau de leurs perspectives à long terme. Le risk management et l'informatique sont parmi les premiers champs d'application de l'approche BSC.
B to B	Business to Business	Se dit d'une activité professionnelle (échanges ou transactions commerciales) effectuée d'entreprise à entreprise. Le commerce B to B désigne par exemple les échanges entre un fournisseur de produits intermédiaires et un producteur distribuant au consommateur final. Services B to B : services aux entreprises.
B to C	Business to Consumer	Désigne tout type d'activité économique (business) à destination du grand public et du consommateur final (consumer).
B to E	Business to Employee	Se dit de l'ensemble des échanges, services et produits, qu'une entreprise destine à ses propres salariés. L'Intranet est le principal support des applications Business to Employee.
Chaîne de valeur		Méthode d'analyse de l'entreprise comme un système productif de valeur. Le système est représenté comme une chaîne d'activités interdépendantes dans l'élaboration des produits, depuis la matière première jusqu'à l'après-vente, réparties en deux catégories : • les activités principales génèrent directement la valeur ; ce sont la logistique interne, la production, la logistique externe, la commercialisation, la vente et enfin les services, • les activités de soutien servent de support aux précédentes ; ce sont les approvisionnements, les technologies, les ressources humaines et l'infrastructure (direction générale, planification, finance, comptabilité, juridique, relations extérieures, qualité). La méthode permet de déterminer la stratégie à adopter pour réussir sur un secteur donné, la chaîne de valeur idéale pour réussir cette stratégie, le positionnement des chaînes de valeur des concurrents et de l'entreprise par rapport à celle ci, et enfin connaître ses forces et faiblesses afin de mieux orienter ses décisions stratégiques.
Chaîne logistique	Supply Chain	Voir SCM
Click and mortar	Clic et magasin	Se dit d'une entreprise traditionnelle, le plus souvent du secteur de la distribution, ayant ajouté des activités en ligne (click) à son modèle classique (mortar). La Fnac est l'archétype de l'acteur "click and mortar".

Clickstream	Analyse de clics	Analyse de données enregistrées qui suivent pas à pas l'activité d'un visiteur d'un site Web : suit la même logique que l'analyse, dans un contexte brick and mortar, des allées et venues des clients à l'intérieur du magasin.
Client/serveur		Une architecture client-serveur peut être définie comme une architecture logicielle ouverte (fidèle aux standards) qui fournit des services distants (bases de données, impression, messagerie) à des clients interconnectés via un réseau de manière transparente à l'hétérogénéité des ressources informatiques mises en jeu (ordinateurs, réseau et logiciels de base).
CMS	Content Management System	Système de gestion de contenu (voir ECM) Pour mettre en oeuvre l'ECM, on a besoin : - d'outils dits de « back office » qui permettent la gestion homogène et centralisée de l'ensemble des types d'information manipulés par une organisation ou une entreprise, - d'outils dits de « front office » qui permettent de présenter et d'adapter les informations aux navigateurs fonctionnant sur les postes clients des utilisateurs (employés, clients ou partenaires).
Collaboratif		Voir groupware
Communauté		Ensemble de personnes partageant un même centre d'intérêt
CPM	Corporate Management Performance	Désigne l'interaction, par l'intermédiaire de modes collaboratifs ou d'outils d'EAI, entre les systèmes de BI et les autres systèmes de l'entreprise : systèmes opérationnels (ERP, CRM, SCM, SRM), de gestion de contenu (CMS), de gestion des processus (BPM). Cette interaction permet de généraliser le passage automatique du mode traditionnel analyse / décision au mode interaction / mise en oeuvre.
CRM	Customer Management Relationship	La Gestion de la relation client consiste à placer le client au cœur des processus internes de l'entreprise, pour la planification et le contrôle des activités avant et après la vente. Cela comprend généralement : - l'automatisation de la force de vente (constitution de fichiers de prospects, planification et suivi des contacts, relances, etc.), - l'organisation du support à la clientèle (réception des requêtes dans des centres d'appels, suivi des réclamations, etc.), - la gestion des profils clients (relances à dates anniversaires par exemple, proposition de nouveaux services en fonction des informations recueillies). Elle s'effectue aujourd'hui sur plusieurs canaux : courrier traditionnel, e-mail, Web, téléphone, fax ... Elle a connu plusieurs phases de développement : d'abord opérationnelle (pour l'automatisation des forces de vente), elle est devenue collaborative (pour l'échange de données inter-entreprises), avant de s'orienter vers la mesure de la valeur client (voir CRM analytique et CVM).
CRM analytique		Complète le CRM sur deux plans : - opérationnel : pour le suivi d'un call-center par exemple, - valeur client : pour traiter de façon différenciée les clients, et passer de la logique « part de marché » à la logique « part de client ».
Cube		Structure multidimensionnelle permettant l'analyse des données suivant différents axes représentatifs du business. On parle aussi d'hyper-cube lorsque le nombre de dimensions est supérieur à trois.
CVM	Customer Value Management	Dans une approche de CRM analytique, on vise la maximisation de la valeur du client, en s'appuyant sur des techniques de segmentation affinée et de profiling.
datamart		Entrepôt de données départemental, ou magasin de données, constituant une vue métier de l'entrepôt général.
datamining		Ensemble de méthodes et d'outils permettant, en s'adossant à des

		modèles statistiques, de mettre en valeur une tendance ou de prévoir l'évolution d'une activité. Le datamining est une composante de la Business Intelligence.
datawarehouse		Lieu de stockage des données destinées, non à la production opérationnelle, mais à l'analyse et à la décision
Décisionnel		Voir SID
Drill-up, drill-down, across, drill through		C'est, dans la navigation, la faculté, en cliquant sur une donnée ou sur une dimension, d'aller : • du niveau global vers le niveau détaillé (drill-down), • inversement du niveau détaillé vers le niveau global (drill-up), • de croiser les axes d'analyse (drill-across), • de forer en profondeur pour obtenir un niveau de détail supplémentaire, mais sur un autre rapport (drill through).
e-billing	Facturation électronique	
e-business		Désigne l'exploitation, par l'entreprise, des canaux Internet/Intranet pour son business, et l'exploitation des technologies correspondantes
e-commerce	Commerce électronique	Vente de biens et de services sur Internet ; le commerce électronique peut se faire à destination du grand public (B to C) ou entre entreprises (B to B)
e-procurement	Gestion des achats en ligne	Dans la gestion des achats sur Internet, désigne l'automatisation des commandes et des transactions. Dans un certain nombre de cas, l'e-procurement se fait sur des places de marché.
e-sourcing		L'e-sourcing vise à optimiser l'amont du processus d'approvisionnement en automatisant la recherche, la sélection et la négociation avec les fournisseurs. Par une mise en relation des centrales d'achat, des grossistes, des importateurs avec des fabricants étrangers, il permet de trouver les meilleurs produits au meilleur prix partout dans le monde. Par rapport à sourcing, e-sourcing indique que cette activité s'effectue par des moyens électroniques, essentiellement via Internet.
EAI	Enterprise Application Integration Intégration des applications d'entreprise	L'EAI désigne l'intégration d'applications par un flux de données ; c'est à la fois les solutions et les méthodes permettant d'assurer un dialogue entre les composantes du système d'information, dans le but de garantir son intégrité ; les chantiers d'EAI sont souvent un préalable nécessaire à des projets d'e-business ou d'urbanisation.
ECM	Entreprise Content Management	Gestion de contenu dynamique et rédactionnel : elle a aujourd'hui tendance à être approchée avec une vision globale de l'entreprise et ne se limite plus aux seuls sites Web. 1/Vision globale de la gestion englobant l'ensemble du cycle de vie des informations, depuis leur création ou leur capture, leur stockage, leur mise à jour, leur structuration, leur classement, jusqu'à leur publication sur un ou plusieurs sites 2/Vision globale du contenu où l'on prend en compte les fichiers de documents ou d'images animées ou non, mais aussi des informations plus structurées comme des catalogues, des annuaires, etc.
EIS	Executive Information System ou Enterprise Information System ou Enterprise Intelligence System	Désigne, à l'époque de l'infocentre, le système de reporting mis à disposition des dirigeants ; ce système (ou tableau de bord électronique) est préétabli et fonctionne en mode presse-bouton
Enchère inversée		Une enchère inversée place les fournisseurs en compétition pour vendre, et non les acheteurs en compétition pour acheter comme dans une enchère classique.
Entrepôt de données		voir datawarehouse

Entreprise étendue		Désigne l'entreprise intégrant dans son fonctionnement interne des éléments environnementaux, en particulier ses partenaires (clients, fournisseurs).
ERP	Enterprise Ressources Planning	Logiciel intégrant les principales fonctions nécessaires à la gestion des flux et des procédures de l'entreprise (comptabilité et finances, logistique, paie et ressources humaines, etc.). Un ERP partage ses données au sein d'une même base de données
ESB	Enterprise Service Bus	EAI standardisé, s'appuyant sur la technologie XML.
ETL	Extraction Transformation Loading	Ces outils de la Business Intelligence prennent en charge les trois fonctions de base de la collecte des informations : extraction à partir des systèmes opérants ou des sources externes, agrégation et mise en cohérence, chargement dans l'entrepôt.
EVA	Economic Value Added	Cette méthode permet de mesurer la valeur créée pour l'actionnaire par comparaison entre le coût moyen pondéré des capitaux engagés et le retour sur capital investi.
GRC	Gestion de la Relation Client	Voir CRM
Gestion de contenu		voir ECM
Groupware	Mode de travail collaboratif	Mode de partage de tâches pour réaliser un travail commun. Implique un partage et une distribution de l'information nécessaire à l'accomplissement de ce travail. Les outils de groupware consistent à partager des messageries, des agendas, des bases de documents.
Hyper-cube		Voir cube
Infocentre		Système informatique séparé du système opérationnel, permettant la consultation et l'analyse de données extraites de ce dernier. L'infocentre est l'ancêtre du système décisionnel. Le plus souvent, il était constitué par copie physique des bases de production.
Intelligence économique		Veille permanente permettant à une entreprise de s'informer sur les évolutions possibles de ses marchés (concurrents, réglementations, innovations, ...) et à ses décideurs, en réduisant l'incertitude environnementale, de répondre, dans les conditions optimales, aux ruptures et opportunités. Cette activité fait appel à des techniques de recherche d'information informelle ou formelle (signaux forts, signaux faibles, sur divers supports : media, Web ...), et de partage au sein de l'entreprise.
KM	Knowledge Management Gestion des connaissances	Gestion des informations significatives qui sont acquises par une entreprise et qui y circulent. Ceci englobe le savoir-faire développé par le personnel, considéré comme un actif de l'entreprise, mais aussi les valeurs fondamentales. La Business Intelligence, en transformant les données opérationnelles de l'entreprise en informations puis en intelligence, constitue sur ce point un élément du Knowledge Management. En retour, le Knowledge Management alimente la Business Intelligence en éléments utiles à une approche décisionnelle.
KPI	Key Performance Indicator	Indicateur de performance : grandeur mesurable prise comme référence pour apprécier une évolution et pour analyser les écarts constatés. Un indicateur permet d'évaluer une situation (progrès, non-conformités, dysfonctionnements), et de réagir. Conçus dans une approche de Business Intelligence du type Balanced Scorecard, les indicateurs de performance sont projetés, dans un système cohérent, sur les axes du business. Ils couvrent l'intra-entreprise (objectifs et réalisations) et l'environnement.
Métadonnée		Désigne un ensemble d'informations sur les données du système : contenu, localisation, structure, date de dernière mise à jour, mode de calcul, procédure de transformation, ...
MOA	Maîtrise d'ouvrage du système d'information	
MOE	Maîtrise d'œuvre informatique	

Multi-dimensionnel		Méthode d'analyse permettant de manipuler les informations suivant plusieurs axes représentatifs de dimensions (ex : le temps, la géographie, les métiers de l'entreprise ...). Voir OLAP
n-tiers		Désigne une architecture à n niveaux où chaque niveau apporte un service donné (par exemple : présentation, serveur de données, serveur d'application ...).
NTIC	Nouvelles technologies de l'information et de la communication	
OLAP	OnLine Analytical Processing	Précise le concept d'analyse multi-dimensionnelle dans un contexte de navigation dans un hyper-cube. Appliqué au stockage des données, se traduit en 12 règles énoncées par E.F. Codd en 1985 : vues multi-dimensionnelles, accès stables, client/serveur, dimensionnalité générique, gestion des matrices creuses, transparence, accessibilité, multi-utilisateurs, croisement des dimensions, manipulation des données, souplesse d'affichage, nombre illimité de dimensions et de niveaux d'intégration.
PGI	PGI Progiciel de gestion intégré	voir ERP
Place de marché		Site portail réservé au commerce interentreprises et dont l'objectif est de faciliter la mise en relations entre acheteurs et vendeurs. On distingue les places de marché transactionnelles qui autorisent la commande, la facturation et le paiement en ligne (e-procurement), de celles purement informationnelles offrant des services centrés sur l'émission d'appels d'offre ou d'enchères inversées en ligne (e-sourcing).
PLM	Product Lifecycle Management	Gestion de toutes les informations relatives au produit durant son cycle de vie, le long duquel on observe l'évolution du chiffre d'affaire et de la rentabilité. Recouvre la conception en mode collaboratif, le développement, le contrôle qualité. Vise, grâce à une meilleure circulation de l'information entre bureau d'étude et chaîne de production, à améliorer la fréquence de sortie de nouveaux produits, la gestion des ressources, la traçabilité des flux d'information avec les fournisseurs et la rationalisation des données via la création d'un référentiel unique. Issu du domaine industriel, le PLM touche également divers secteurs tertiaires comme la banque-assurance.
Portail		Point d'entrée vers les sources d'information et les applications de l'entreprise, à destination des collaborateurs (portail Intranet), des partenaires (portail Extranet), des internautes (portail Internet).
Profiling		Technique d'analyse statistique de données comportementales, consistant à établir le profil d'un client ou d'un prospect en fonction de ses choix déclarés ou d'informations résultant de sa navigation ; dans ce dernier cas, des techniques de webmining sont mises en jeu ; le profiling permet de relier des profils à des communautés
Pull		Le mode pull désigne, dans la recherche d'informations, une démarche active. On va chercher l'information pour la « tirer » vers soi, la rapatrier.
Push		Le mode push désigne, dans la recherche d'informations, une démarche passive. En fonction de son profil, la personne destinataire reçoit régulièrement des informations qui peuvent lui être utiles.
Reporting		Système de mesure de faits a posteriori
ROI	Return on Investment	Retour sur investissement
SAV	Service Après Vente	

SGBDR	Système de Gestion de base de données relationnelles	Désigne un mode de stockage des données ayant vu le jour dans les années 80 et répondant à des besoins d'évolutivité (modification des tables on-line) et d'interrogation par des langages normalisés (SQL). Les données sont liées entre elles par des clés primaires et par des clés étrangères. La base supporte l'intégrité référentielle.
SCM	Supply Chain Management	Système de gestion de la chaîne logistique Ensemble de moyens permettant de gérer de façon optimale la totalité des flux d'information, des flux physiques et des interfaces entre les différents acteurs, producteurs et fournisseurs qu'implique la fabrication d'un produit ou l'offre d'un service. Ils se basent sur les renseignements concernant la demande jusqu'aux données nécessaires à la distribution, en passant par la conception et la production proprement dite.
SFA	Sales Force Automation	Couvre la gestion opérationnelle du cycle de vente : saisie des objectifs et prévisions, plans d'action et diffusion personnalisée aux commerciaux, gestion des affaires (depuis la proposition jusqu'au contrat), suivi des clients (description des actions effectuées et à réaliser, sauvegarde des comptes rendus d'entretien, requêtes sur les clients ou les produits, système d'alerte et de relance, gestion du planning des commerciaux). Comporte également des éléments de suivi d'activité, à travers la délivrance de moyens d'analyse et la constitution des tableaux de bord.
SI	Système d'information	
SIAD	Système Informatisé d'Aide à la Décision	Désigne, à l'époque de l'infocentre, un système décisionnel orienté vers les besoins des analystes. Un SIAD repose le plus souvent sur une base multi-dimensionnelle.
SID	Système d'information décisionnel	Synonyme de Business Intelligence, le SID couvre classiquement un cycle : • collecte des données, • stockage, • analyse, restitution et aide à la décision. Le concept est aujourd'hui étendu : d'une part, il revêt une dimension prédictive et managériale ; d'autre part le cycle se complète du suivi de la mise en œuvre et de la présence d'une boucle de mesure.
SIRH	Système d'Information Ressources Humaines	
Sourcing		Voir e-sourcing
SQL	Structured Query Language	Langage d'interrogation et de manipulation de bases de données relationnelles. Il permet : • de décrire le schéma conceptuel de la base, • de construire des requêtes ou questions concernant le contenu de la base de données, • de gérer la structure et le contenu grâce à des demandes de création, de mise à jour, de suppression.
SRM	Supplier Relationship Management Gestion de la Relation avec les Fournisseurs	Gestion de toutes les relations qu'entretient l'entreprise avec ses fournisseurs. Le SRM vise essentiellement la réduction des coûts d'achat, à travers : • l'optimisation des transactions réalisées avec l'ensemble des fournisseurs et autres prestataires, • les processus de sélection permettant de choisir ces derniers. Prolonge, en les englobant, les processus traditionnels de type PLM (gestion du cycle de vie des produits), sourcing (sélection des fournisseurs), et SCM (gestion de la chaîne logistique).

SRM analytique		Le SRM analytique évalue la pertinence des réponses aux questions : • quel fournisseur est le mieux à même de répondre à telle ou telle demande ? • quel processus mettre en place pour l'aider à concevoir les articles (pièces détachées, etc.) répondant à mes besoins de production ? • qu'en est-il des contrats signés ? Concrètement, il consiste à analyser la manière dont se déroule le processus de production de bout en bout : depuis la commande en passant par le design collaboratif des produits (qui implique peut-être plusieurs acteurs), jusqu'à la livraison de ces derniers. Au centre de cette tâche : la mesure du taux de risque d'un fournisseur en fonction de ses particularités - par le biais de fonctions de datamining le plus souvent. Au final, le rapport en résultant peut permettre par exemple d'améliorer le dispositif d'organisation du SRM, voire éventuellement remettre en cause le choix d'un fournisseur.
TCO	Total Cost of Ownership	coût complet, pour l'entreprise, d'acquisition et d'exploitation d'une solution
TMA	Tierce maintenance applicative	Fait de confier à une société extérieure à l'entreprise la maintenance de logiciels métier.
Urbanisation		Logique codifiée de normes d'échanges et de sémantiques entre domaines du système d'information ; cette notion s'applique essentiellement aux grands groupes.
Valeur client		Voir CVM
Web Services	Services web	Applications web pouvant interagir dynamiquement avec d'autres programmes en utilisant des protocoles d'échanges basés sur XML
Webmining		Datamining appliqué à des données de navigation Web, incluant le clickstream ; cette technique permet de tirer parti de ces informations pour le CRM, l'offre marketing et la politique commerciale
Workflow		Le workflow est l'informatisation des processus de travail où les données et les tâches sont passées d'un participant à un autre selon des règles et des procédures définies. Il constitue l'une des solutions à la problématique plus globale du business process management (voir BPM).
XML	eXtensible Markup Language	Standard de description de données défini par le World Wide Web Consortium.