

Vers une démocratisation de l'analyse de données ?

Créée en janvier 2013 par les deux designers Thomas Dupeyrat et Thomas Busson, la société Atelier Iceberg est l'une des premières agences de data design interactif à avoir vu le jour en France. Trois ans plus tard, elle est devenue Matlo, un éditeur de logiciels, spécialiste de la Business Intelligence, qui propose aux entreprises une plateforme d'analyse de données à partir de la data visualisation. Explications...



Informations Entreprise : Présentez-nous votre entreprise en quelques mots...

Thomas Busson : Nous avons lancé notre agence à 2 pour aujourd'hui atteindre les 10 personnes. Pendant trois ans, nous avons réalisé de nombreuses prestations de design autour des données et de conseil en data visualisation. Forts des compétences que nous avons accumulées et des retours de nos clients, nous avons décidé de développer un logiciel de business intelligence qui permet aux personnes n'ayant pas de connaissance technique d'analyser leurs données de manière simplifiée. Notre mission est de rendre les données des entreprises compréhensibles pour faciliter la prise de décisions. Notre ambition est de devenir incontournable auprès des entreprises sur les problématiques d'analyse et de compréhension des données.

IE : A l'origine, comment est née l'idée de rendre compréhensibles des données métiers?

TB : À la base, mon associé et moi sortions de l'École de Design Nantes Atlantique. C'est là que nous avons découvert la science des réseaux qui permet d'analyser et de représenter des interactions. Nous avons pris conscience que nous avons beaucoup à apprendre des données métiers, véritable patrimoine de l'entreprise. Après nos débuts professionnels en Inde et au Canada, nous avons constaté que de plus en plus de gens avaient du mal à manipuler les données et qu'il y avait une forte demande de démocratisation et d'accès à ce niveau-là. C'est à ce moment que nous avons décidé de capitaliser sur notre savoir-faire et méthodologie de designer. Aujourd'hui, notre métier est de permettre à toute personne, sans compétences techniques, de comprendre par lui-même ses données et de restituer ses analyses pour une meilleure prise de décisions.

IE : Comment s'organise la mise en place de votre solution Matlo ?

TB : Notre logiciel est vendu en SaaS, l'utilisateur se rend donc sur notre site web - et se connecte directement grâce à ses identifiants. Nous avons également la possibilité d'aller chez nos clients pour installer le logiciel sur leur serveur grâce à des ateliers mixant apprentissage et co-construction. Nous prenons le temps de tout leur expliquer pour les aider à se former, découvrir les différentes fonctionnalités du logiciel puis nous les aidons à construire leur premier tableau de bord afin qu'ils soient vraiment autonomes par la suite. Nous leur offrons de vraies solutions clés en mains en fonction de leurs besoins spécifiques. Le but ? Au lieu de penser données, pensons besoins. En fonction de tel ou tel besoin, nous allons analyser le type de données pour ensuite construire des graphiques. Matlo a également un point fort que les autres n'ont pas : un moteur de suggestions développé à partir de notre connaissance de la science des réseaux. Lorsqu'une personne veut créer un graphique, on lui suggère ainsi les trois données les plus corrélées, et donc les plus influentes, de son fichier à analyser. Cela va apporter une vraie révolution pour les consultants, les agences de marketing et d'études car nous leur livrons une nouvelle manière de percevoir les choses.

IE : Après trois ans d'existence, quels retours avez-vous de vos clients ?

TB : Nous n'avons eu que des retours positifs. Globalement, nos clients relatent un gain de temps considérable, notamment grâce à des analyses plus riches et la mise en avant de données plus pertinentes car c'est une nouvelle façon de mettre en valeur leur travail. Pour valider les retours et besoins exprimés ces trois dernières années, nous avons réalisé une trentaine d'entretiens auprès de grands comptes, d'agence de consulting, de marketing, de veille et des institutions. Ce travail nous a permis de concevoir Matlo en réponse aux besoins des métiers. Après dix mois de développement informatique, nous avons lancé Matlo en version Alpha auprès de grands comptes pour ajuster le produit à leurs retours et s'assurer que ce que nous faisons soit véritablement utile. Matlo est maintenant disponible en version Bêta sur notre site web. Puis nous proposerons notre offre cloud enrichie de nouvelles fonctionnalités dès janvier 2017. Cette approche « prestation-enquête-version alpha-version bêta » nous assure en permanence d'être au plus près du besoin de nos futurs clients.

IE : Avec une croissance de 200% par an, comment arrivez-vous à faire face à toutes ces nouvelles cibles ?