

TIMI

ÉTUDE DE MARCHÉ POUR LES LOGICIELS D'ANALYSE DE DONNÉES

PAYS: DE, US, FR, UK



Contexte & Besoins

- **Hypothèses** : Les entreprises font face à des défis majeurs en analyse de données, tandis que des opportunités et tendances émergentes sont à prévoir dans les deux prochaines années
- **Question** : Quel est l'état actuel et les défis de l'analyse de données dans les entreprises, et quelles sont les tendances et opportunités à prendre en compte ?
- **Objectifs** : Evaluer les défis actuels de l'analyse de données et de découvrir les tendances et opportunités

Solutions

- Réaliser une enquête quantitative B2B ciblant 100 CTO par pays
- Analyser les tendances de marché et évaluer les outils existants en examinant les rapports sectoriels
- Créer un White Paper détaillant les tendances et les outils du marché, puis partager les résultats via une campagne LinkedIn pour une visibilité accrue



Résultats

- Analyse des dynamiques sectorielles des entreprises et des défis futurs liés à l'utilisation des données
- Analyse des différences de performance des entreprises en fonction de leur utilisation des données
- Évaluation de la vision à deux ans des CTO en matière d'analyse des données.



Contexte & Besoins

- **Contexte** : Évaluer la demande, l'intérêt et l'acceptabilité des outils comptatech sur des marchés spécifiques.
- **Question** : Quels sont les besoins et critères de choix des PME pour adopter des logiciels comptables intégrés et automatisés ?
- **Objectifs** : Évaluer les besoins des PME en logiciels comptables, mesurer l'intérêt pour les solutions d'intégration proposées par CHIFT. Identifier les critères d'achat et repérer les freins à leur adoption.

Solutions

- Mener une étude quantitative (n = 600) sur les quatre pays d'intérêt.
- Interroger uniquement les CEO, CFO ou des décideurs occupant des postes équivalents ayant un pouvoir de décision concernant l'acquisition ou l'utilisation de logiciels comptables.
- Analyser la perception actuelle des entreprises concernant leurs outils comptables et financiers, en mettant en lumière les défis rencontrés et leurs besoins futurs.

Résultats

- L'évaluation de la gestion comptable et de la diversité des logiciels utilisés.
- La mesure de la satisfaction et l'identification des défis rencontrés.
- L'anticipation des besoins futurs en automatisation, cloud et conformité.
- L'analyse des budgets et des critères de changement de solution.
- L'exploration de l'adoption actuelle et future de l'intelligence artificielle.



Contexte & Besoins

- **Hypothèses** : Le niveau de maturité numérique et les besoins des entreprises définissent la nécessité de s'équiper d'un software de type ETL
- **Question** : Quelles sont les difficultés éprouvées par les entreprises dans le traitement de leurs données en fonction de leur maturité digitale ? Quel est le potentiel de marché de la solution SaaS proposée qui en découle ?
- **Objectifs** : Évaluer la maturité numérique, les défis liés au traitement des données, et la demande pour le logiciel ETL proposé.

Solutions

- Réaliser une étude quantitative en ligne sur un échantillon de n = 100 responsables techniques (CTO) et business au sein d'entreprises françaises.
- Segmenter les répondants : Inclure des professionnels de l'IT et non-IT
- Analyser les besoins et défis de chaque groupe pour comprendre les critères de sélection des solutions numériques et les obstacles à la décision

Résultats

- Mesure du niveau de maturité numérique des entreprises sondées, ainsi que le degré d'expertise et les outils utilisés dans le traitement des données
- Évaluation de la perception d'unicité et de la propension à acheter la solution numérique proposée
- Définition des segments de marché en fonction de la taille des entreprises et de leur niveau de maturité numérique

Contexte & Besoins

- **Contexte** : Factorial a développé un logiciel SIRH et veut connaître les attentes des DRH et dirigeants d'entreprises pour mieux vendre sa solution dans différents pays
- **Questions** : Quels sont les besoins des entreprises en matière de digitalisation des RH ? Quelle est la position concurrentielle de Factorial ?
- **Objectifs** : Identifier les besoins en outils, la maturité digitale, les segments à privilégier commercialement en fonction des pays

Solutions

- Réaliser une enquête quantitative auprès de 2.900 responsables RH) dans 10 pays d'Europe et d'Amérique du Sud.
- Mesurer la maturité digitale RH des entreprises en fonction de leur profil (taille, secteur)
- Mesurer la notoriété de la solution Factorial auprès des différentes cibles
- Sonder les besoins des entreprises en fonction de leur profil

Résultats

- Mesurer le budget annuel RH et des investissements digitaux
- Positionner la marque par rapport à la concurrence
- Évaluer du temps consacré aux tâches administratives et du niveau d'automatisation des RH
- Analyser la propension à renforcer la digitalisation et à adopter de nouvelles technologies
- Identifier les entreprises selon leur localisation, nombre d'employés et taille du département RH



Contexte & Besoins

- **Hypothèses** : Les variations dans les investissements en RH, la maturité numérique et la digitalisation influencent les tendances et opportunités du marché SIRH dans les trois pays étudiés
- **Question** : Quelles est la perception des responsables RH et le potentiel de marché pour la solution SIRH ?
- **Objectifs** : Comprendre la gestion des départements RH, les investissements, la maturité numérique et le potentiel de marché pour les solutions SIRH.

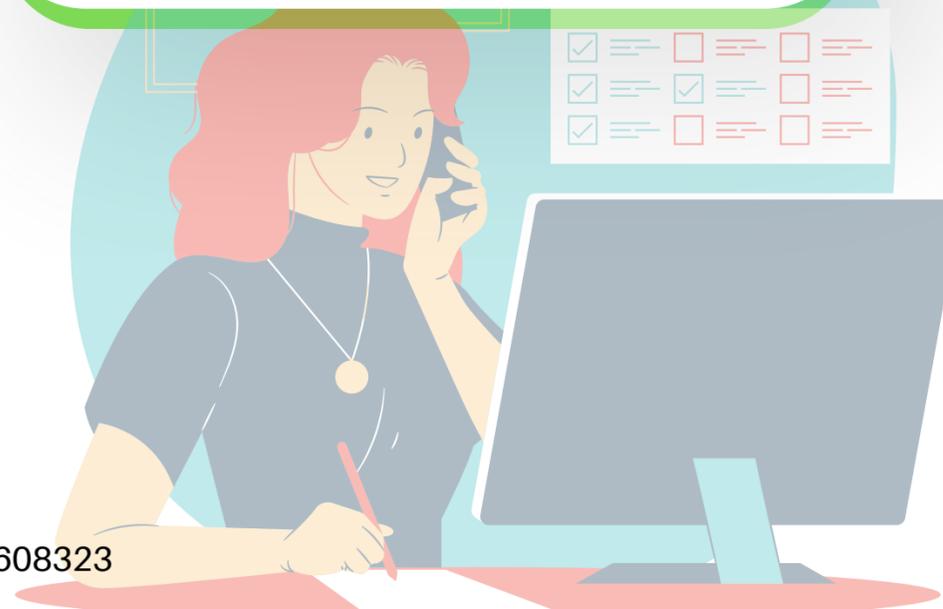
Solutions

- Réaliser une enquête quantitative en ligne sur un échantillon de 500 décisionnaires dans le département RH
- Assurer une répartition équilibrée des répondants par pays pour obtenir des résultats représentatifs
- Effectuer des analyses comparatives pour identifier les différences et similitudes dans les pratiques RH, la maturité numérique et les besoins entre les pays



Résultats

- Mesure du niveau de maturité numérique des entreprises
- Identification des outils numériques utilisés dans les processus RH
- Analyse des tendances : défis et priorités pour l'année à venir
- Mesure de l'intérêt pour la solution proposée, le positionnement tarifaire, et la formule d'abonnement idéale
- Définition des segments de marché à prioriser en fonction de leurs réponses à l'étude





Contexte & Besoins

- **Contexte:** L'agence du Numérique souhaite évaluer la pertinence et l'impact de ses programmes d'accompagnement à l'IA pour les PME.
- **Question :** Comment l'accompagnement de ces dispositifs a-t-il influencé la progression des projets AI ?
- **Objectifs :** Mesurer l'impact des dispositifs AI sur les entreprises bénéficiaires et identifier le niveau de satisfaction et les leviers d'amélioration.



Solutions

Première phase

- Réaliser des entretiens qualitatifs avec les décisionnaires dans les entreprises bénéficiaires.
- Analyser les entretiens pour dégager les grandes thématiques à quantifier.

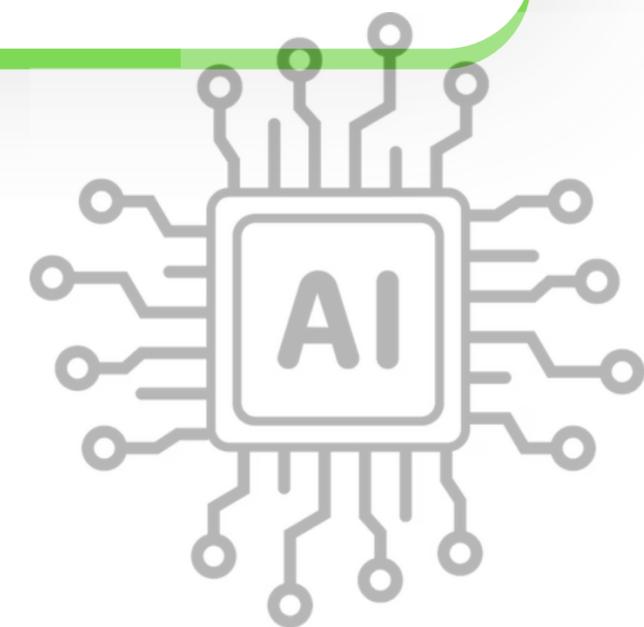
Deuxième phase

- Effectuer une enquête quantitative sur la base clients afin de fournir à l'Agence du Numérique des priorités chiffrées à traiter.



Résultats

- Mesure de la satisfaction des entreprises bénéficiaires des dispositifs.
- Identification de l'impact des subsides sur le développement des entreprises
- Détection de besoins complémentaires des entreprises afin d'améliorer leur accompagnement.
- Design d'un nouveau dispositif d'accompagnement complémentaire, suite aux remontées des entretiens qualitatifs.





Contexte & Besoins

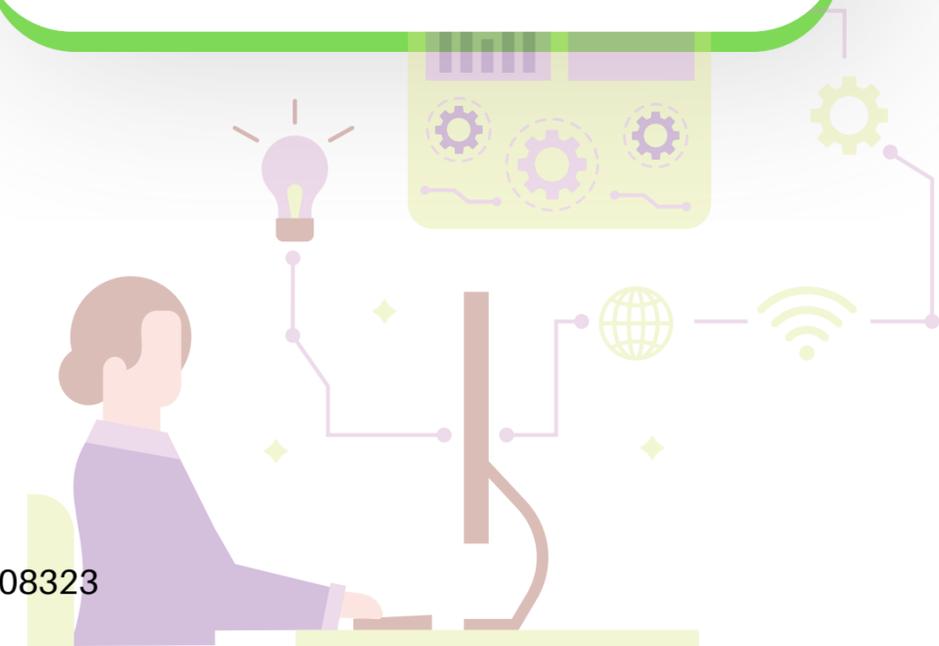
- **Hypothèses** : Les entreprises rencontrent aux demandes de subsides devant la charge administrative. Une solution SaaS utilisant une IA pour simplifier les demandes est susceptible de les intéresser.
- **Question** : Quel est l'intérêt des entreprises pour une solution SaaS embarquant une AI simplifiant les demandes de subventions ?
- **Objectifs** : Évaluer l'intérêt des entreprises pour une solution IA facilitant les demandes de subventions.

Solutions

- Réaliser une enquête quantitative B2B auprès des décideurs dans des entreprises de tailles variées avec n=100, en France et en Belgique.
- Effectuer une analyse comparative par pays, taille d'entreprise et localisation des répondants
- Identifier les besoins et les attentes des entreprises

Résultats

- Test de l'appétence du marché potentiel pour la solution proposée
- Analyse des attentes des clients potentiels concernant les solutions IA en lien avec l'exécution des formalités administratives
- Ajustement de la stratégie de tarification en fonction des résultats de l'enquête
- Alignement des prix avec les budgets des entreprises pour les demandes de subventions





Contexte & Besoins

- **Hypothèses** : les PME's connaissent des problèmes de cybersécurité susceptibles de les sensibiliser à l'achat d'une solution adéquate.
- **Questions** : Quels sont les problèmes de cybersécurité déjà rencontrés par les PME's ? Quel est le potentiel de marché ainsi que le prix optimal pour la solution proposée ?
- **Objectifs** : Comprendre les incidents les plus souvent rencontrés par les PME's, identifier les opportunités, évaluer le potentiel et le prix idéal.



Solutions

- Réaliser une enquête quantitative B2B auprès des décideurs en cybersécurité avec n=100 répondants en France et Belgique
- Effectuer une analyse comparative par pays, taille d'entreprise et localisation des répondants
- Développer un rapport détaillé incluant les tendances, défis, et opportunités en cybersécurité, ainsi que le potentiel de marché et la fourchette de prix optimale



Résultats

- Test de l'appétence des cibles commerciales pour la solution
- Analyse factuelle des attentes des clients potentiels en matière de cybersécurité
- Proposition d'une nouvelle stratégie tenant compte des résultats de la mesure de pricing.
- Alignement de la stratégie avec les budgets de cybersécurité des entreprises françaises et belges



Contexte & Besoins

- **Contexte** : HD4YOU envisage de développer une solution d'assistant IA dédiée aux chefs d'entreprise et souhaite évaluer l'appétence des cibles commerciales.
- **Question** : Quel est le potentiel du marché ? Quel est le degré de maturité des entreprises en termes de sécurité informatique et de maturité numérique ?
- **Objectifs** : Comprendre les besoins du marché pour dessiner les contours de la stratégie marketing et commerciale.



Solutions

- Réaliser une enquête quantitative auprès de 100 décideurs.
- Mesurer la maturité numérique des entreprises et leur capacité d'adoption des nouvelles technologies.
- Explorer l'usage actuel et potentiel des outils d'intelligence artificielle et leur impact opérationnel.
- Évaluer le potentiel de marché de la solution proposée pour identifier des opportunités de vente.



Résultats

- Une évaluation du niveau de maturité numérique des entreprises interrogées.
- Une analyse de la familiarité avec les technologies numériques et les outils basés sur l'IA.
- Une identification des forces et des faiblesses des outils basés sur l'IA utilisés.
- Une compréhension des obstacles éventuels à l'utilisation d'outils basés sur l'IA.
- Une appréciation de la différenciation perçue et de la propension à acheter la solution proposée.



INTERFACE PROJECTS

ÉTUDE GO-TO MARKET POUR UN LOGICIEL SAAS

PAYS: USA, CAN

Contexte & Besoins

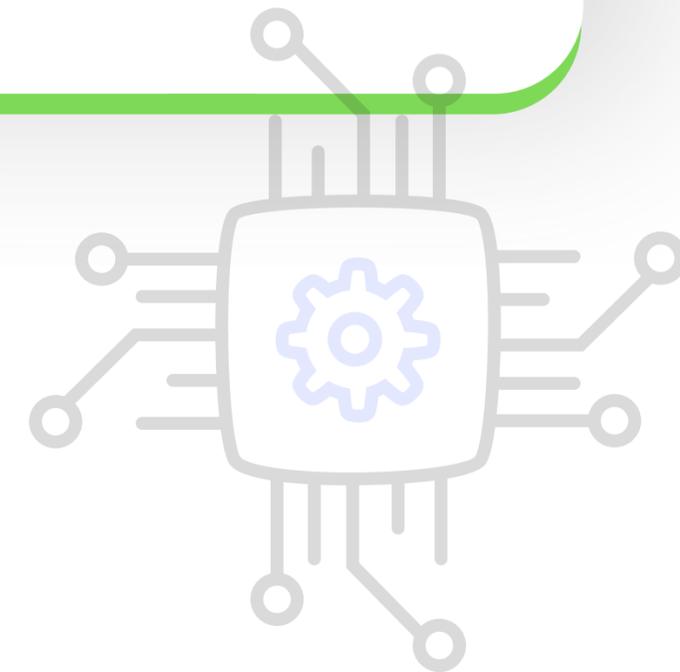
- **Contexte:** L'entreprise canadienne a développé une solution logicielle SaaS à destination des PME's pour la création des business plans et la gestion journalière de l'entreprise.
- **Question:** Quels seraient les freins et leviers qui influenceraient l'adoption de la solution IA par les cibles marketing ?
- **Objectifs:** Mesurer l'adoption potentielle et la valeur perçue de la solution IA, et analyser les canaux de distribution.

Solutions

- Mener une enquête quantitative auprès de 300 entrepreneurs ou chefs d'entreprise
- Mesurer les facteurs d'adoption selon des persona type
- Comparer la valeur ajoutée perçue par rapport aux solutions déjà existantes sur le marché

Résultats

- Identification des besoins spécifiques de la cible afin de mieux adapter l'offre
- Analyse des canaux de distribution et du pricing idéal
- Proposition d'une segmentation du marché en fonction des besoins des clients et de la valeur perçue par ces derniers



AGENCE DU NUMERIQUE

ETUDE DE LA MESURE DE LA MATURITÉ DIGITALE DES ENTREPRISES EN WALLONIE.

PAYS: BE



Agence
du Numérique



Contexte & Besoins

- **Contexte:** L'agence du Numérique souhaite améliorer le Digiscore: un outil qui mesure la maturité digitale des entreprises.
- **Question :** Quels sont les fonctionnalités manquantes ? Quels sont les services à proposer aux entreprises ?
- **Objectifs :** Proposer des recommandations sur base des données du Digiscore et l'apport d'autres améliorations pour une meilleure utilisation de cet outil.



Solutions

- Réaliser des entretiens qualitatifs avec les entreprises qui ont déjà passé le digiscore
- Proposer des services complémentaires au digiscore.
- Réaliser des ateliers de co-création avec l'ADN et ses partenaires pour valider les services.
- Effectuer une étude de benchmark des outils d'autodiagnostic.
- Réaliser une étude de segmentation des entreprises par taille et secteur.



Résultats

- Identification des besoins et attentes des entreprises envers le digiscore.
- Design de fonctionnalités à ajouter au digiscore pour faciliter et optimiser son utilisation.
- Co-création et validation de deux prototypes de services afin de soutenir la transformation digitale des entreprises et faciliter l'accompagnement par les conseillers

