



2023 Rapport Insight Intelligent Technology™ Entrons-nous dans une nouvelle ère d'innovation ?

RESEARCH BY:



Jennifer Thomson
Associate Vice President,
Accelerated App Delivery,
Cloud and Services Research,
IDC Europe



David Clemente
Research Director,
European C-Suite Tech Agenda,
IDC Europe

Mai 2023

An IDC InfoBrief, Sponsored by



Table des matières

Sommaire

| | |
|---|----|
| La transition vers l'entreprise numérique | 4 |
| Mûrir et mesurer ce qui compte | 9 |
| Innover en tant qu'entreprise numérique | 12 |
| Exploiter les données et relever les défis | 17 |
| Critères-clés pour investir dans la technologie | 19 |
| Aligner les cadres de l'entreprise avec les services IT | 21 |
| Un partenariat fructueux | 24 |
| Étapes suivantes | 25 |
| Message du partenaire | 26 |
| Données démographiques | 27 |

Résumé

Les chefs d'entreprise de tous les secteurs font évoluer leurs stratégies technologiques dans le but de transformer leurs organisations en entreprises numériques. Ces dirigeants nous disent que l'innovation est essentielle pour devenir une entreprise digitale, et 75 % d'entre eux affirment que leurs fonctions commerciales dépendent fortement de l'innovation.

Cependant, diverses pressions font que la réalité quotidienne est souvent très différente, avec des défis internes et externes à ces aspirations d'innovation. Ces dirigeants ont surmonté des années de forte volatilité et il ne fait aucun doute que 2023 leur réserve d'autres surprises.

L'objectif de cette publication est de donner un aperçu des priorités technologiques des chefs d'entreprise et de mettre en évidence les domaines dans lesquels il existe à la fois des possibilités d'amélioration et des raisons d'être optimiste.

Elle s'appuie sur une vaste enquête menée au début de l'année 2023, à un moment où les perspectives économiques mondiales étaient très incertaines.

Malgré ces prévisions difficiles, une majorité significative des personnes interrogées s'accordent à dire que "les entreprises doivent investir dans la transformation numérique ou rester à la traîne." Le désir d'investir reste fort, renforcé par la prise de conscience que les changements technologiques accélérés nécessaires pendant la pandémie continuent de montrer un retour sur investissement.

Il est clair que la plupart des chefs d'entreprise sont conscients des risques plutôt qu'ils ne les craignent. Ils recherchent des investissements susceptibles d'étayer leurs stratégies commerciales numériques à long terme, de révéler les domaines dans lesquels ils peuvent optimiser l'innovation et, en fin de compte, de créer des débouchés. Cette étude met en lumière un domaine d'activité fondamental et en rapide évolution, qui occupe une place de plus en plus centrale dans notre vie quotidienne.



Devenir une entreprise numérique est non négociable

Le numérique à grande échelle est l'ambition, mais la réalité ne correspond pas toujours à cela

Réalité numérique de l'entreprise

82%

des organisations s'accordent à dire que « les entreprises doivent s'investir dans la digitalisation ou être laissées à la traîne »

Les entreprises ont été confrontées à des changements constants qui se transforment aujourd'hui en un état de perturbation quasi permanent. Pour faire face à la pandémie de COVID-19, les entreprises se sont appuyées sur la technologie numérique pour s'adapter à de nouvelles méthodes de travail, d'exploitation et de commerce.

Résultat : les organisations les plus numérisées ont obtenu de meilleurs résultats que leurs homologues moins numérisés et ont été les plus à même de réagir aux perturbations. En 2023, les perturbations prendront la forme d'une inflation, de contraintes liées à la chaîne d'approvisionnement et d'une pénurie croissante de compétences. L'impératif d'être agile, d'améliorer et d'étendre le numérique est sans aucun doute encore plus important.

La maturité numérique s'est accélérée dans le monde entier, mais l'innovation est redéfinie car les chefs d'entreprise et les investisseurs s'attendent à une croissance viable construite sur ce qu'IDC appelle une stratégie privilégiant le numérique. Ce que nos données suggèrent, c'est qu'il est impossible de survivre à une entreprise digitale et que l'innovation est à la fois une chance et un défi prioritaire aux niveaux élevés des organisations en phase avec l'évolution de la stratégie commerciale.

61 % des dirigeants d'entreprise déclarent avoir une stratégie de transformation numérique à long terme liée aux objectifs commerciaux à l'échelle de l'entreprise. Cependant, dans le climat économique incertain d'aujourd'hui, les investissements en matière d'innovation sont plus examinés que jamais, et le retour sur investissement immédiat est au premier plan de chaque décision. L'ère de l'expérimentation et de la résolution des problèmes dans les silos a été remplacée par l'impératif de transformation « optimiser pour innover », rendant l'entreprise plus efficace et plus sûre comme base pour stimuler la croissance des revenus.

23%

DIGITAL A GRANDE ECHELLE



Peu d'entre eux s'attendent à réaliser l'ambition d'être une entreprise entièrement numérique qui utilise les nouvelles technologies et les nouveaux modèles d'entreprise de manière disruptive afin de modifier délibérément leur écosystème.

Seules 23 % d'entre elles s'attendent à réaliser le numérique à grande échelle d'ici à 2024.

61%

UN ROI IMPACTANT



D'ici 2024, 61 % des entreprises attendent de la **transformation numérique** qu'elle leur apporte un retour sur investissement significatif.

« Optimiser pour innover et stimuler la croissance des revenus » est le mot d'ordre

Les priorités organisationnelles et les menaces qui pèsent sur l'accélération de l'activité numérique

Top 3

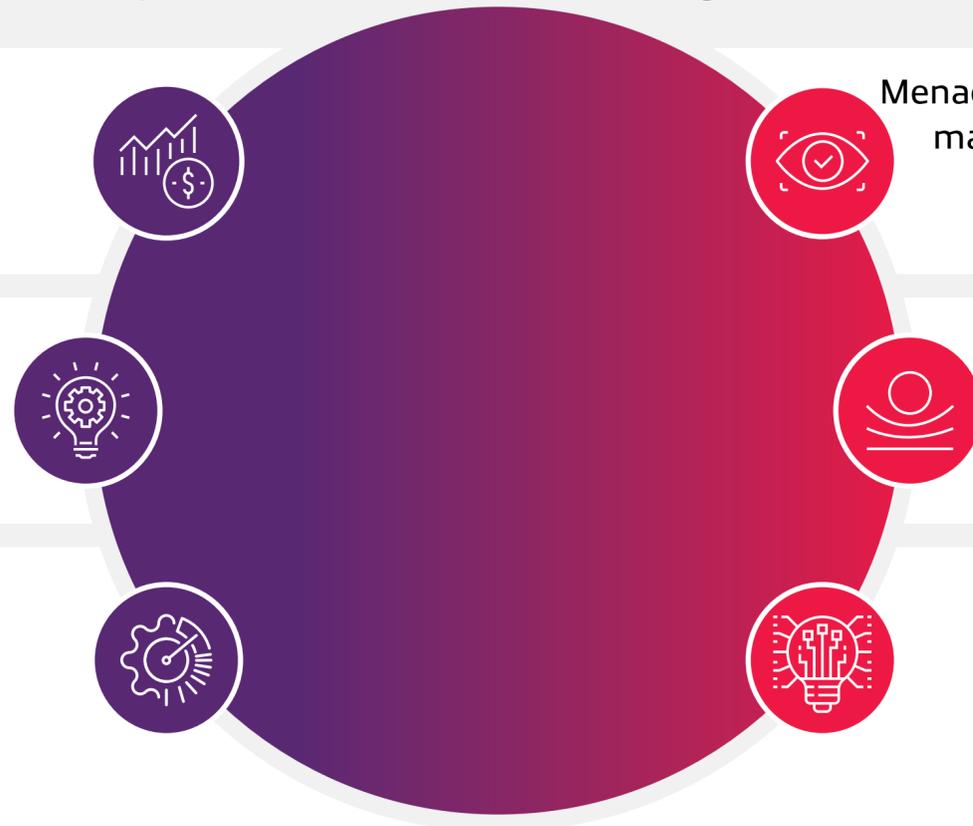
LES PRINCIPES

Quelles sont les principales priorités de votre organisation au cours des 12 prochains mois ?

1
Hausse des revenus de
38%

2
Stimuler l'innovation
35%

3
Amélioration de l'efficacité opérationnelle
30%



LES MENACES

Quels risques représentent le plus grand défi pour votre organisation au cours des 12 prochains mois ?

Menaces/réglementation en matière de cybersécurité
56%

Résilience opérationnelle
52%

Suivre l'évolution des innovations technologiques
49%

3 organisations sur 4 indiquent que leurs fonctions commerciales sont très dépendantes de l'innovation»



Devenir une entreprise numérique n'est pas chose aisée ! Cela nécessite une feuille de route de transformation numérique unique qui aligne les priorités organisationnelles sur les capacités informatiques et l'innovation technologique afin d'assurer la résilience et d'être plus rapide que la concurrence.

Dans le contexte d'un macroenvironnement incertain et de perturbations constantes, les organisations adoptent un nouvel état d'esprit pour survivre : « optimiser pour innover ». L'incertitude commerciale crée des tensions internes qui rendent les chefs d'entreprise plus risqués pour les nouveaux investissements. Cela se traduit par une stratégie commerciale numérique plus structurée et plus intentionnelle.

Ce double état d'esprit vise à créer les bases d'une plus grande agilité de l'entreprise. Par conséquent, l'accent est mis sur les investissements qui réduisent les vulnérabilités causées par une infrastructure obsolète, augmentent la résilience et maximisent l'utilisation des ressources informatiques. Bien que ces investissements entraînent une dépense initiale, ils réduisent les coûts opérationnels et préparent l'organisation à l'innovation future.

Les leaders font confiance aux investissements numériques pour faire face à l'incertitude du marché



44%

STABILITÉ D'INVESTISSEMENT NUMÉRIQUE

Malgré les facteurs de risque économiques et externes, les investissements numériques restent largement inchangés pour 44 % des organisations mondiales, soit 44 %



33%

CROISSANCE DES INVESTISSEMENTS NUMÉRIQUES

Pour 1 organisation sur 3, les investissements numériques vont augmenter pour atténuer et gérer ces risques.



48%

ARCHITECTURE D'INVESTISSEMENT NUMÉRIQUE

48% des dirigeants d'entreprise déclarent que les initiatives numériques font l'objet d'un examen plus approfondi de la part de la direction générale.

Si les entreprises ne ralentissent pas leur effort d'innovation, l'attention portée à la manière dont elles le font a changé. Aujourd'hui, l'innovation consiste à optimiser les processus d'entreprise pour maintenir les niveaux de productivité, tout en apportant une valeur commerciale utile pour protéger la position sur le marché.

En 2023, les capacités numériques ne sont plus un facteur de différenciation mais une nécessité pour rester compétitif, les perturbations amplifiant le besoin numérique. Les principaux moteurs des initiatives d'affaires numériques se concentrent sur la protection et la défense contre les risques, la construction de modèles de travail hybrides numériquement forts et le soutien des objectifs ESG.

Les entreprises doivent être conscientes que les investissements dans l'innovation ont plus de poids que jamais. Par conséquent, la surveillance des chefs d'entreprise ne fait que s'accroître en raison des conditions actuelles du marché et des plans d'investissement plus serrés.

Paysage des menaces commerciales par région

Q. Quels risques représentent le plus grand défi pour votre organisation au cours des 12 prochains mois ?

● Global ● Amérique du Nord ● Europe



Global
75%

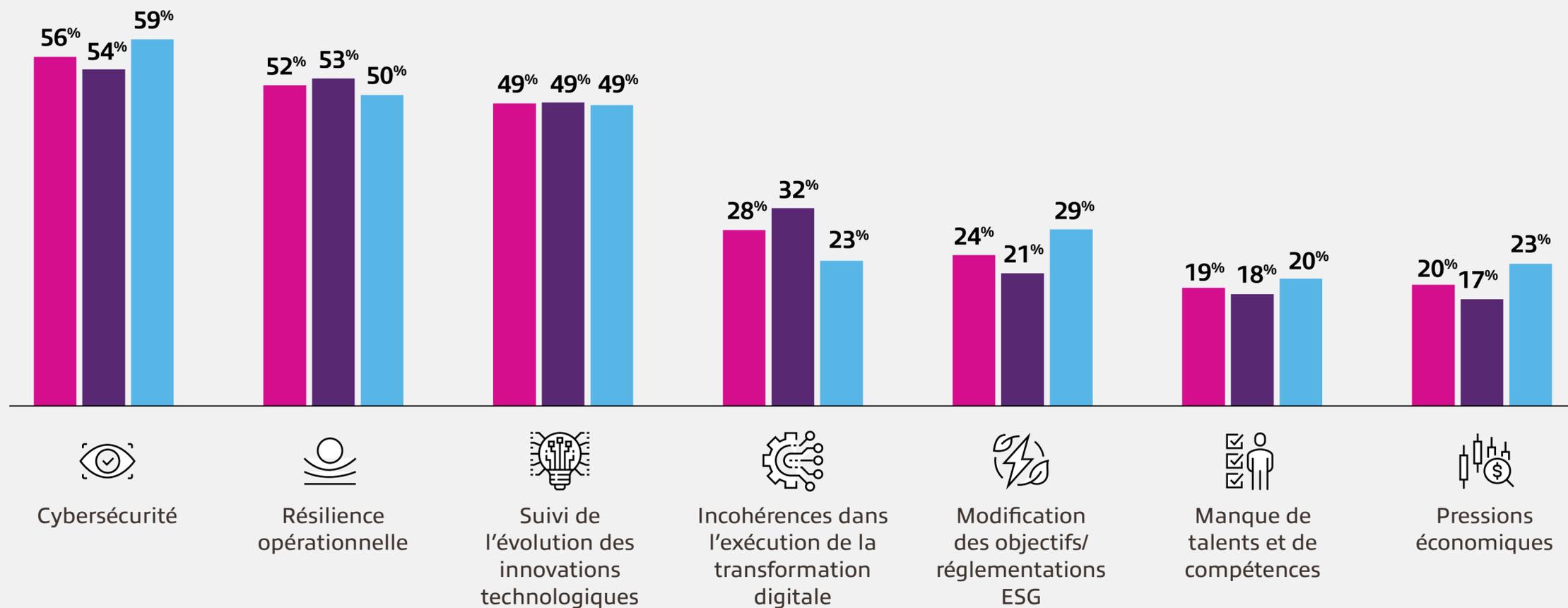


Amérique du Nord
71%



Europe
78%

Étendue dans laquelle la fonction commerciale est très dépendante de l'innovation



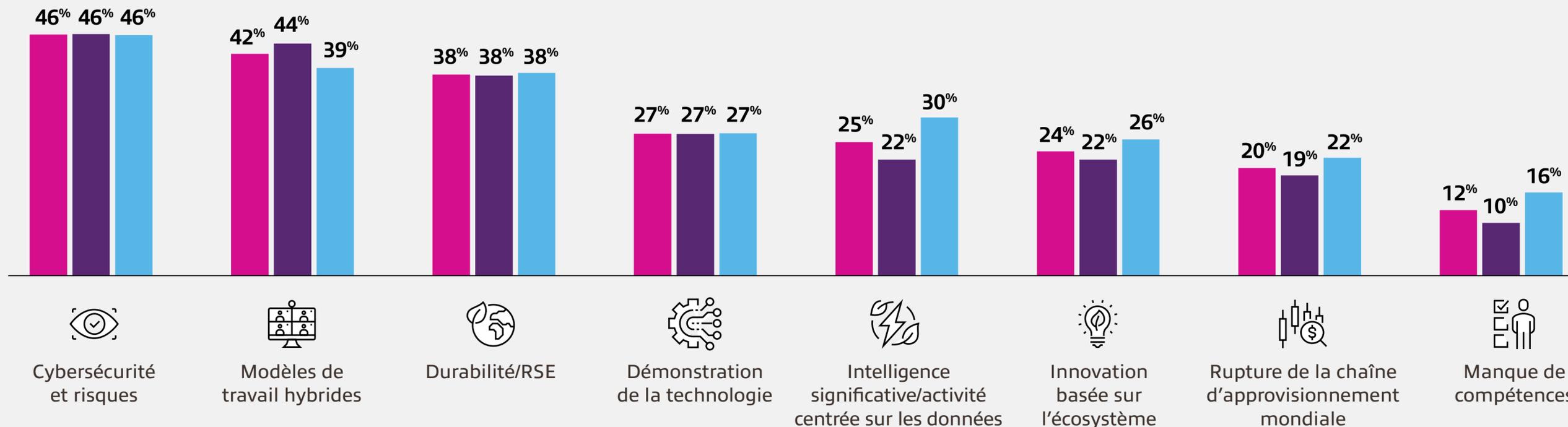
La menace perçue à court terme des pressions économiques s'efface devant le défi que représente le maintien du rythme de l'innovation par rapport aux concurrents. Près de la moitié des dirigeants d'entreprise d'Amérique du Nord et d'Europe ont déclaré que la capacité à suivre le rythme de l'innovation technologique par rapport à leurs concurrents est l'une des plus grandes menaces pour leur organisation. Comme le montrent les données, les dirigeants d'entreprise du monde entier soulignent que l'innovation est à la base de leur mode de fonctionnement et de la valeur ajoutée qu'ils apportent.

Les pressions externes influencent la manière dont les organisations hiérarchisent les initiatives commerciales numériques et concentrent leurs efforts d'innovation

Q. Quels facteurs influenceront le plus les initiatives commerciales numériques de votre organisation au cours des 12 prochains mois ?

Moteurs d'activité numériques

● Global ● North America ● Europe



Les trois principaux moteurs des initiatives commerciales numériques au cours des 12 prochains mois



46%
Cybersécurité et risques



42%
bouleversements des modes de travail/travail hybride



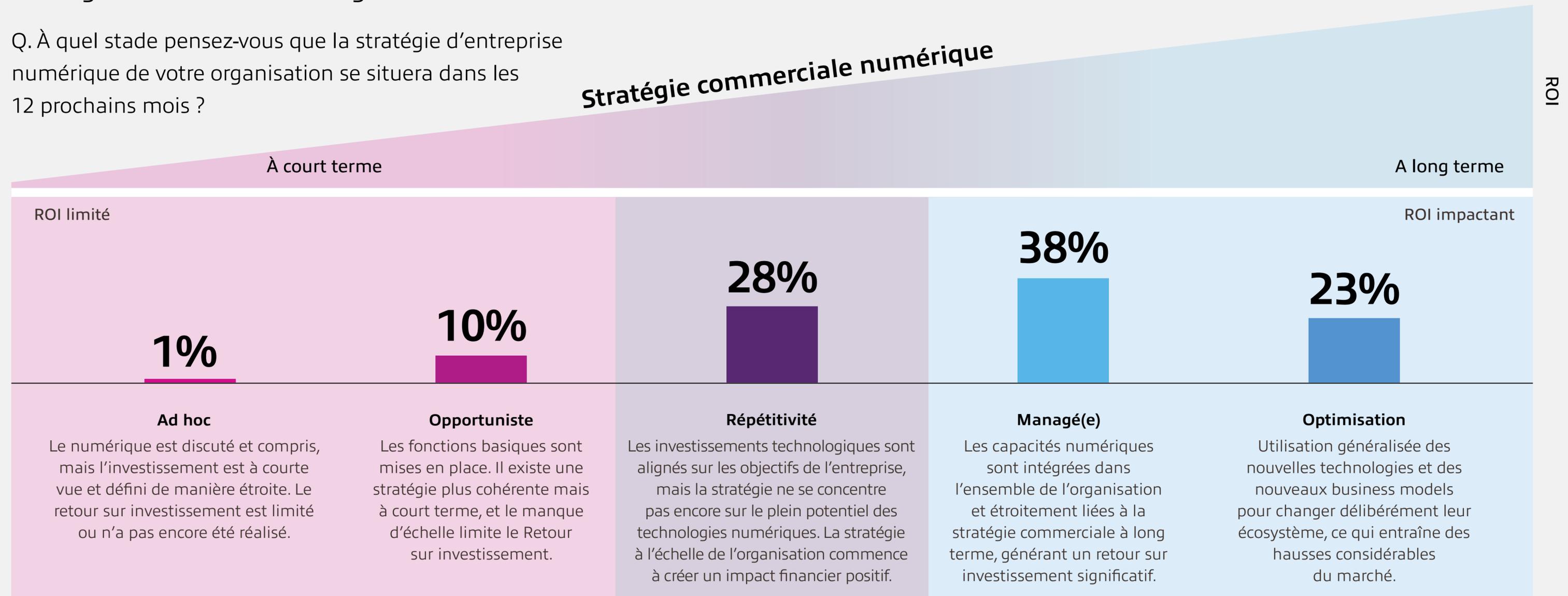
38%
Durabilité/RSE

Les investissements soutenant les initiatives d'affaires numériques à travers le monde restent résistants aux perturbations externes. Cette résistance est le résultat de la priorité accordée par les entreprises à la réduction des risques et aux stratégies commerciales défensives, les investissements numériques à court terme se concentrant sur l'amélioration des résultats commerciaux.

Maturité de l'entreprise numérique : La voie vers un retour sur investissement percutant

La réinvention des modèles d'entreprise nécessite l'alignement des technologies et des processus numériques sur la stratégie commerciale à long terme..

Q. À quel stade pensez-vous que la stratégie d'entreprise numérique de votre organisation se situera dans les 12 prochains mois ?



À quel rythme les secteurs industriels se transforment-ils pour obtenir un retour sur investissement significatif ?

Les entreprises manufacturières sont prêtes à remporter la course pour fournir un retour sur investissement efficace
Q. À quel stade pensez-vous que la stratégie d'entreprise numérique de votre organisation se situera au cours des 12 prochains mois ?

Rythme du changement – Quelle est la force de l'ambition commerciale digitale ?

IMPACTFUL ROI



37%

Secteur Public (l'État, l'enseignement et les organismes sans but lucratif)



55%

Services financiers



59%

Vente au détail/
Commerce de gros



61%

énergie



68%

Soins de santé (secteur public et privé)



79%

Fabrication

Indique la proportion d'organisations qui intégreront des fonctionnalités dans l'ensemble de l'organisation et qui ont l'intention d'utiliser les technologies et les business models pour changer l'écosystème de manière ciblée et fournir un retour sur investissement efficace.

À court terme

Stratégie commerciale numérique

A long terme

ROI

Les stratégies du business numérique doivent soutenir la manière dont une organisation crée et délivre de la valeur.

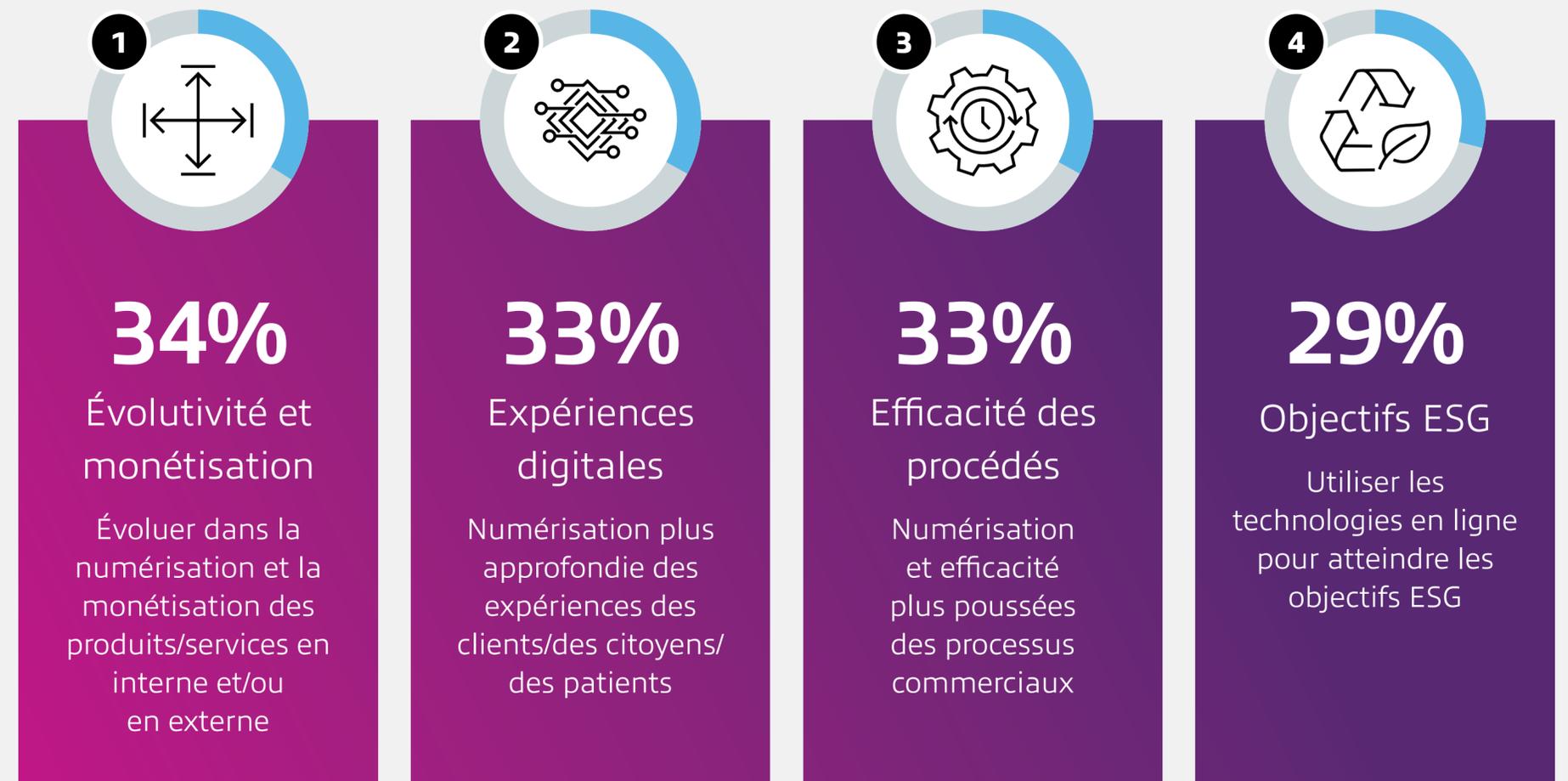
Le jeu de la digitalisation va au-delà de la reconception des produits et des services

Chaque organisation cherche à améliorer ses procédés, ses produits, ses services, ses expériences et ses revenus grâce à de nouvelles fonctionnalités. Cependant, la valeur commerciale créée directement à partir de ou rendue possible par les transformations numériques au-delà de la création de produits ou de services pour permettre la numérisation à grande échelle.

La proposition de valeur du numérique est étroitement liée à la création de la base de l'agilité commerciale, la valeur commerciale étant liée à quatre résultats clés :

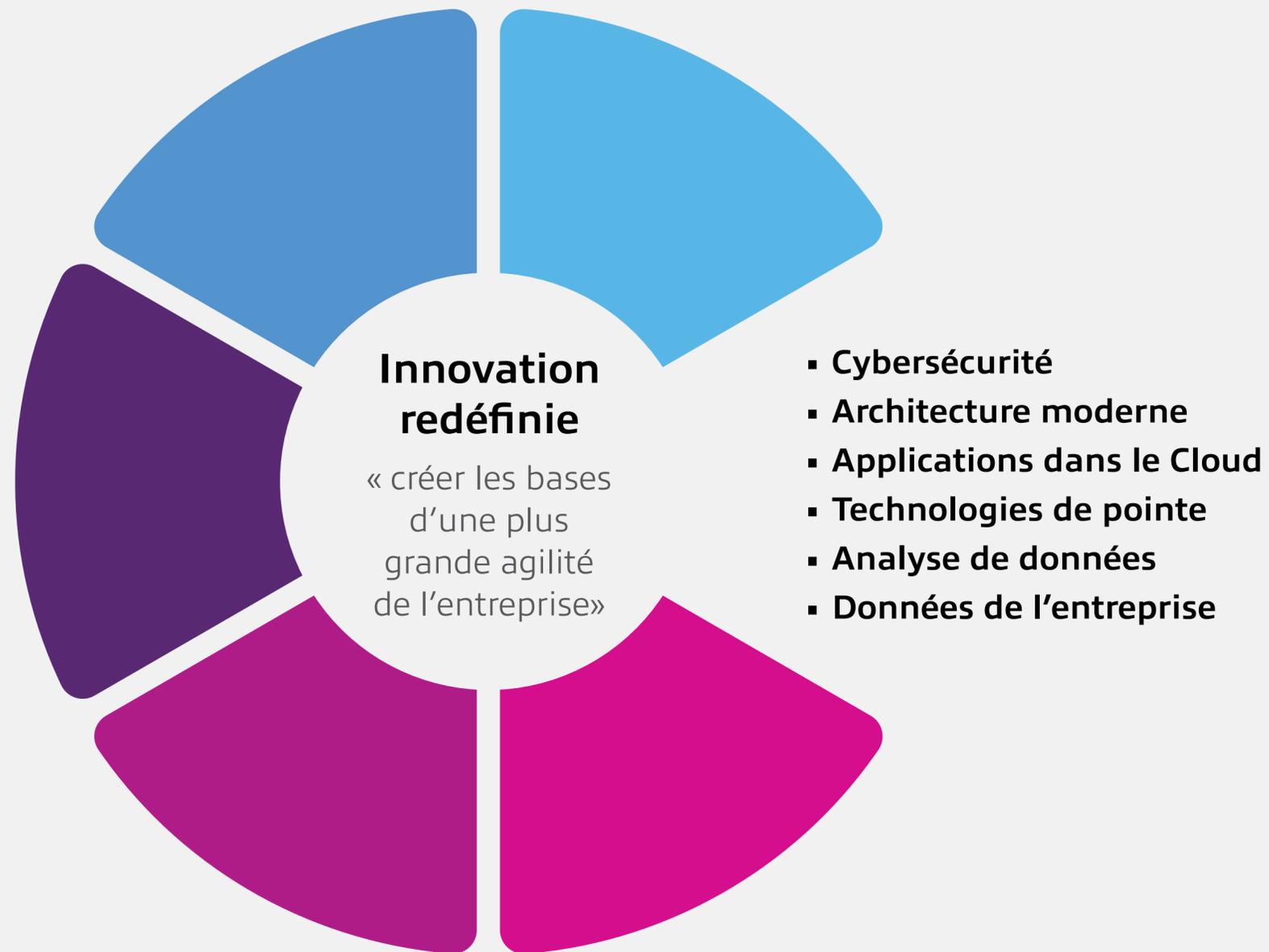
1. Évolutivité et monétisation
2. Expériences digitales
3. Efficacité des processus
4. Objectifs ESG

La digitalisation est prioritaire sur le support :



Q. Quelles sont les principales raisons pour lesquelles votre organisation investira dans la transformation digitale au cours des 12 prochains mois ?

Redéfinir l'innovation pour créer des opportunités d'optimisation



La prochaine étape de croissance des entreprises numériques exige des organisations qu'elles innoverent (en fournissant une valeur commerciale ciblée grâce aux technologies numériques) tout en s'attaquant parallèlement à la cybersécurité, aux architectures existantes, à l'endettement technique, à l'utilisation plus intentionnelle des données et, de plus en plus, à la viabilité des technologies numériques utilisées et des produits et services numériques fournis.

Innover sans résoudre ou résoudre ces problèmes ne fonctionnera pas ou n'aura pas d'impact.

Comment les organisations peuvent-elles innover avec succès ?

Organisationnel

À LONG TERME

61%

des entreprises ont une stratégie de transformation numérique à long terme liée aux objectifs commerciaux à l'échelle de l'entreprise.

INDICATEURS CIBLÉS

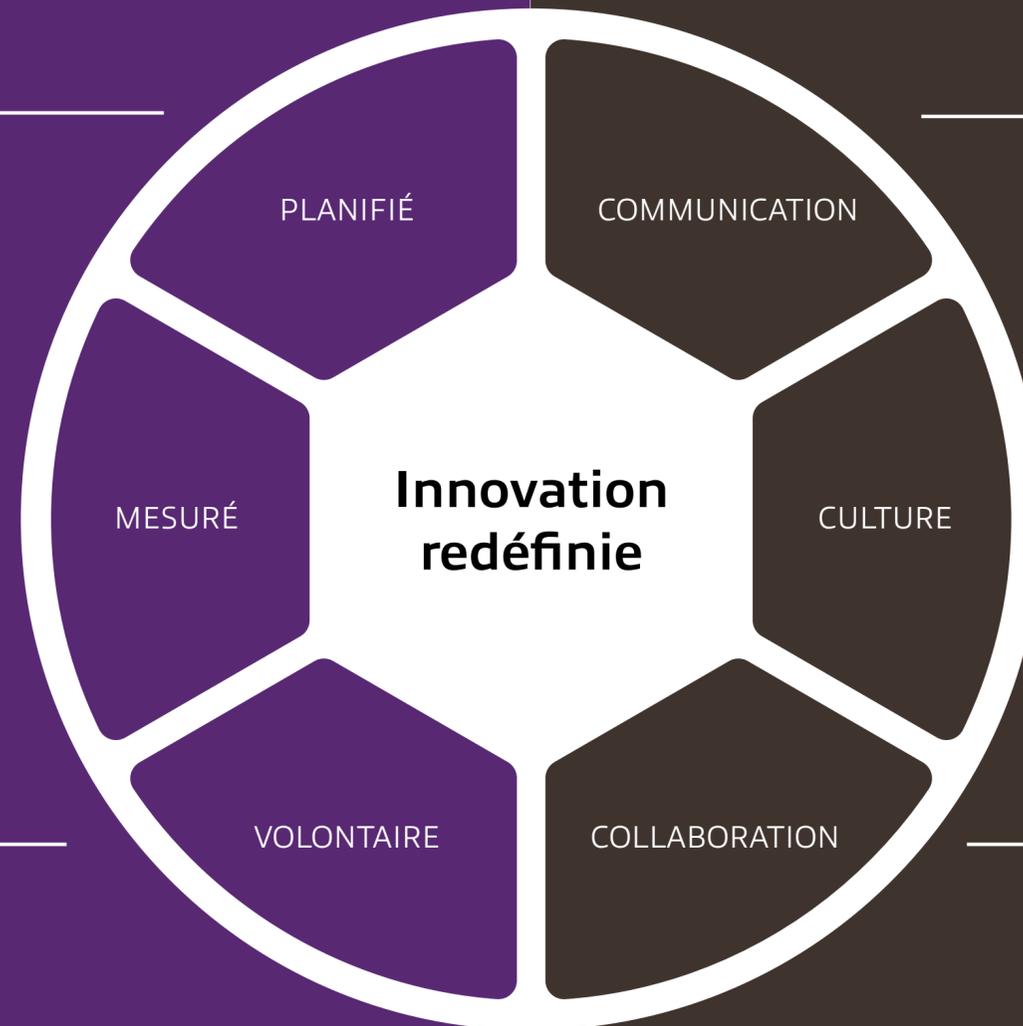
1 organisation sur **2**

exige que les indicateurs soient plus spécifiques et plus détaillés, et que leur inclusion soit mieux justifiée.

IMPLICATION DU DIRIGEANT

Pour **66%**

% des organisations, le dirigeant est activement impliqué dans la définition de la stratégie numérique.



Le changement culturel

HARMONISATION IT/LOB

Dans

83%

des organisations, l'informatique est alignée sur ce dont l'entreprise a besoin pour se développer et réussir.

GESTION DU CHANGEMENT

61%

consacrent des ressources considérables au management du changement.

OBJECTIF

Pour

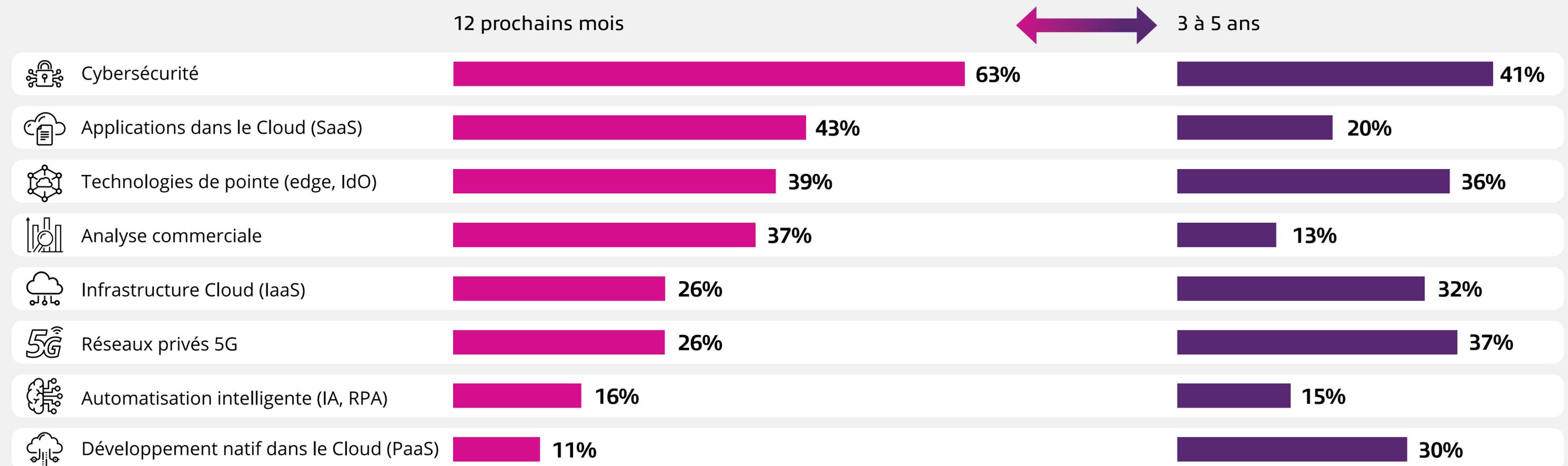
80%

des entreprises, l'IT collabore étroitement avec l'entreprise pour fournir des innovations opérationnelles.

Ingrédients technologiques essentiels au support des stratégies commerciales

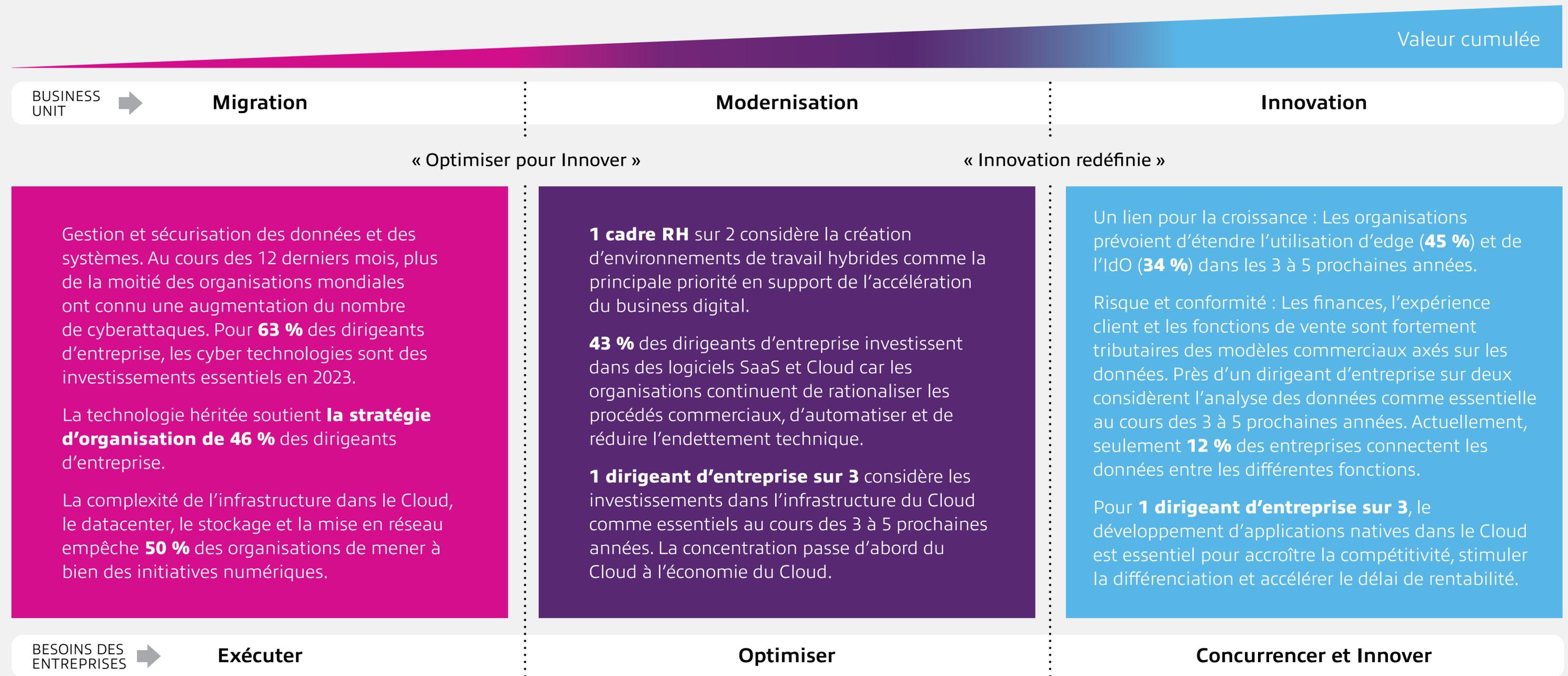
Créer les bases du numérique à grande échelle

Une technologie de base au service de la digitalisation



Q. Parmi les technologies suivantes, lesquelles sont indispensables à la transformation de votre organisation au cours des 12 prochains mois/3 à 5 prochaines années ?

Le continuum de la technologie à l'échelle : "Concevoir une entreprise numérique à grande échelle"



L'innovation nécessite de libérer la puissance de vos données

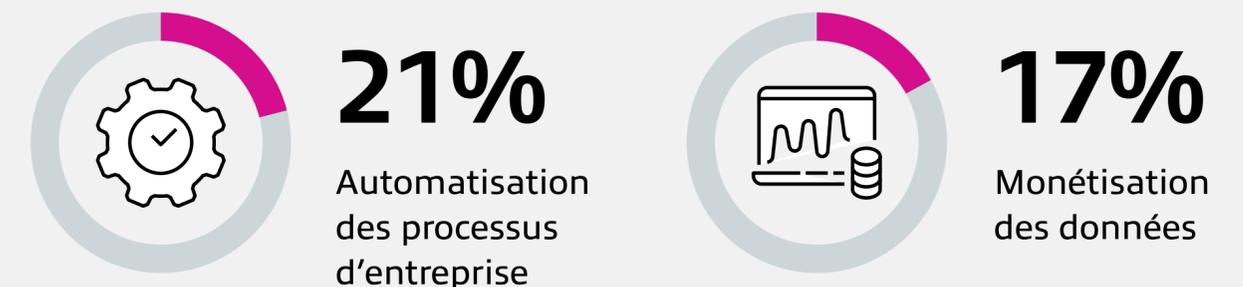
Les bonnes données sont nécessaires pour que l'innovation soit significative et crée une valeur durable

Les dirigeants d'entreprise tirent-ils le meilleur parti des données de leur organisation ?

Certains leaders prévoient d'utiliser leurs données pour...



Moins de projets d'utilisation de leurs données pour...



Mais...

Comment doivent réagir les responsables technologiques ?

Alors que la plupart des dirigeants prévoient d'utiliser les données de leur organisation pour améliorer la productivité ou l'engagement des clients, beaucoup moins cherchent à voir comment les données peuvent améliorer l'automatisation des processus ou comment elles peuvent être monétisées pour créer de nouvelles sources de revenus ou améliorer celles existantes.

Il s'agit d'une opportunité manquée, en particulier lorsque des progrès rapides dans l'IA générative émergent. Les responsables technologiques doivent profiter de cette occasion pour démontrer la valeur des données de leur organisation et montrer comment elles peuvent bénéficier à d'autres fonctions et à l'ensemble de l'entreprise.

Q. Veuillez identifier les domaines dans lesquels votre organisation accordera la priorité à une plus grande utilisation des données pour offrir de meilleures expériences ou améliorer l'efficacité au cours des deux prochaines années.

Ne sous-estimez pas les défis de la transformation digitale

Les défis sont souvent liés à des décisions prises des années plus tôt et qui étaient logiques à l'époque

Les résultats indésirables

Les symptômes technologiques

29%

des organisations ont constaté qu'une proportion importante (**jusqu'à 50 %**) de leurs initiatives numériques n'ont pas été menées à terme ou n'ont pas atteint les objectifs initiaux.



Q : Au cours des deux dernières années, quel pourcentage environ des projets numériques lancés par votre organisation n'ont pas été menés à terme ou n'ont pas atteint les objectifs initiaux ou les résultats escomptés ?

Ces catégories de technologies (ci-dessous) ne sont pas nécessairement à l'origine de l'échec des projets. Ce sont plutôt les défis posés par l'intégration de ces technologies qui sont à l'origine du problème, et les responsables IT doivent examiner attentivement si leurs critères de réussite actuels ont besoin d'être mis à jour.



49%

Infrastructure Infrastructure (Cloud, datacenter, stockage et réseau compris)



45%

Sécurité (la sécurité des données et des systèmes compris)



41%

applications logiciels FrontOffice (CRM, CX, service...)

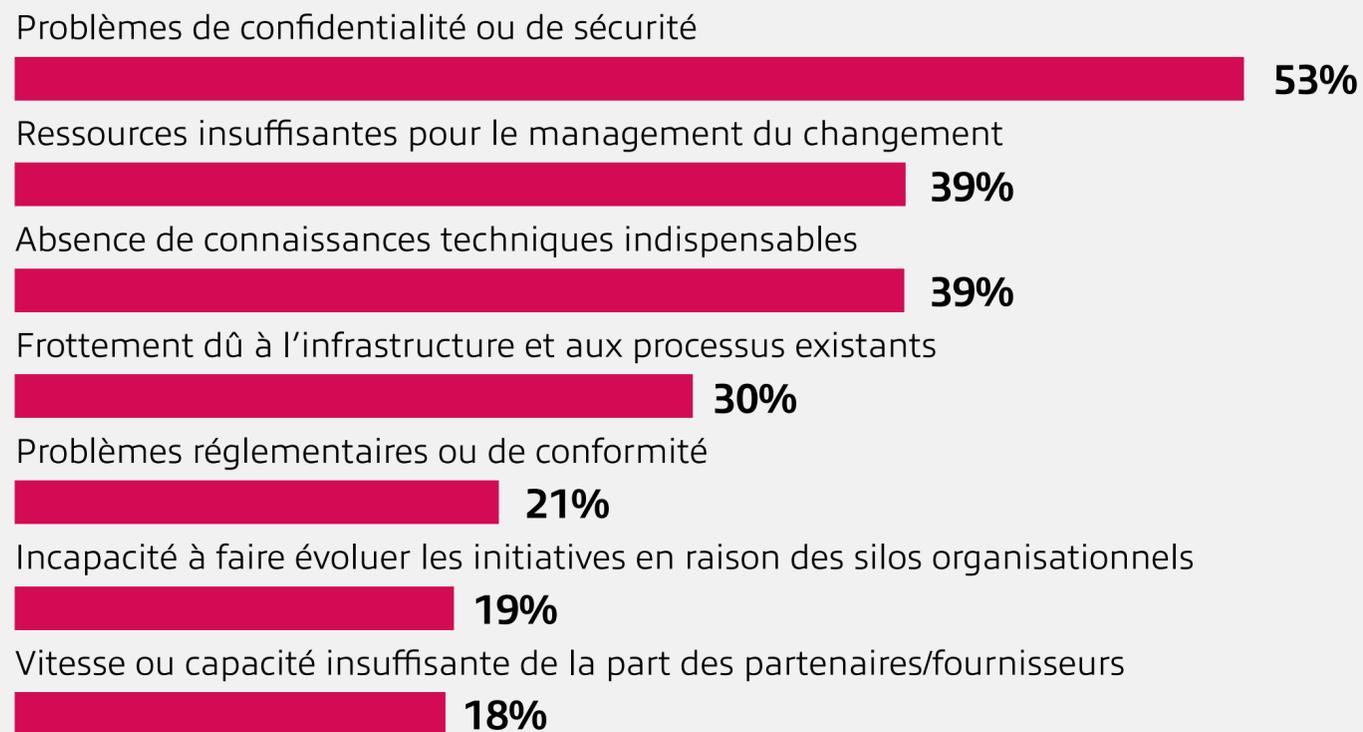
Q. Parmi les technologies suivantes, lesquelles se sont révélées les plus difficiles à intégrer en ce qui concerne les travaux qui n'ont pas abouti ou qui ont échoué ?

Le changement culturel fait partie du processus

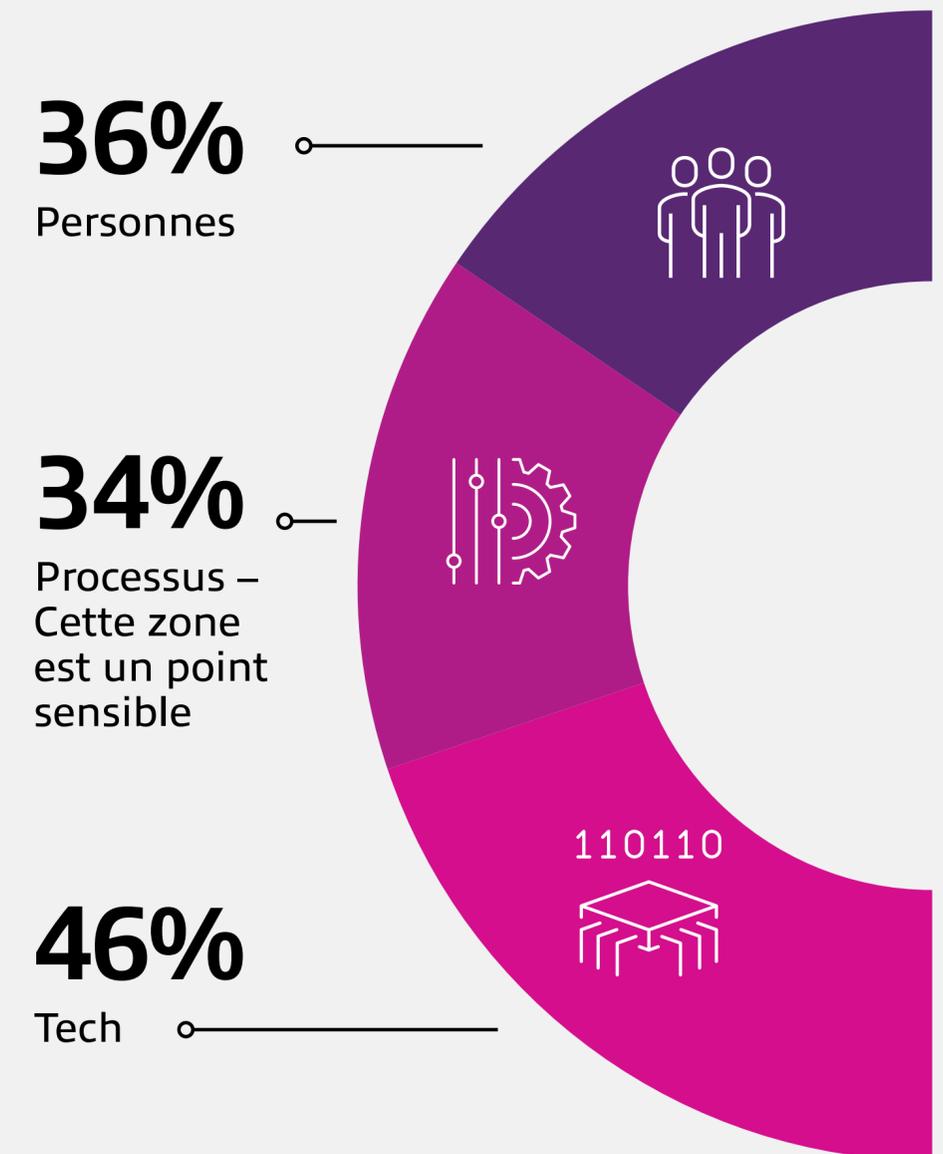
Pour devenir une entreprise numérique, il faut s'adresser aux personnes, aux procédés et à la technologie en même temps

Une majorité d'organisations à l'échelle mondiale reconnaissent le besoin d'investir dans la technologie pour atteindre leurs objectifs numériques commerciaux. Elles sont cependant confrontées à des défis concrets sur leur chemin. Certains d'entre eux peuvent être abordés par des actions ciblées, mais la plupart nécessiteront une approche plus coordonnée qui implique les personnes, les procédés et la technologie.

Q. Quels ont été les défis les plus importants pour mener à bien les initiatives de transformation numérique de votre organisation ?



Tous les défis sont ancrés dans l'un de ces trois domaines, et souvent plus, et les solutions nécessiteront un changement culturel plus large.

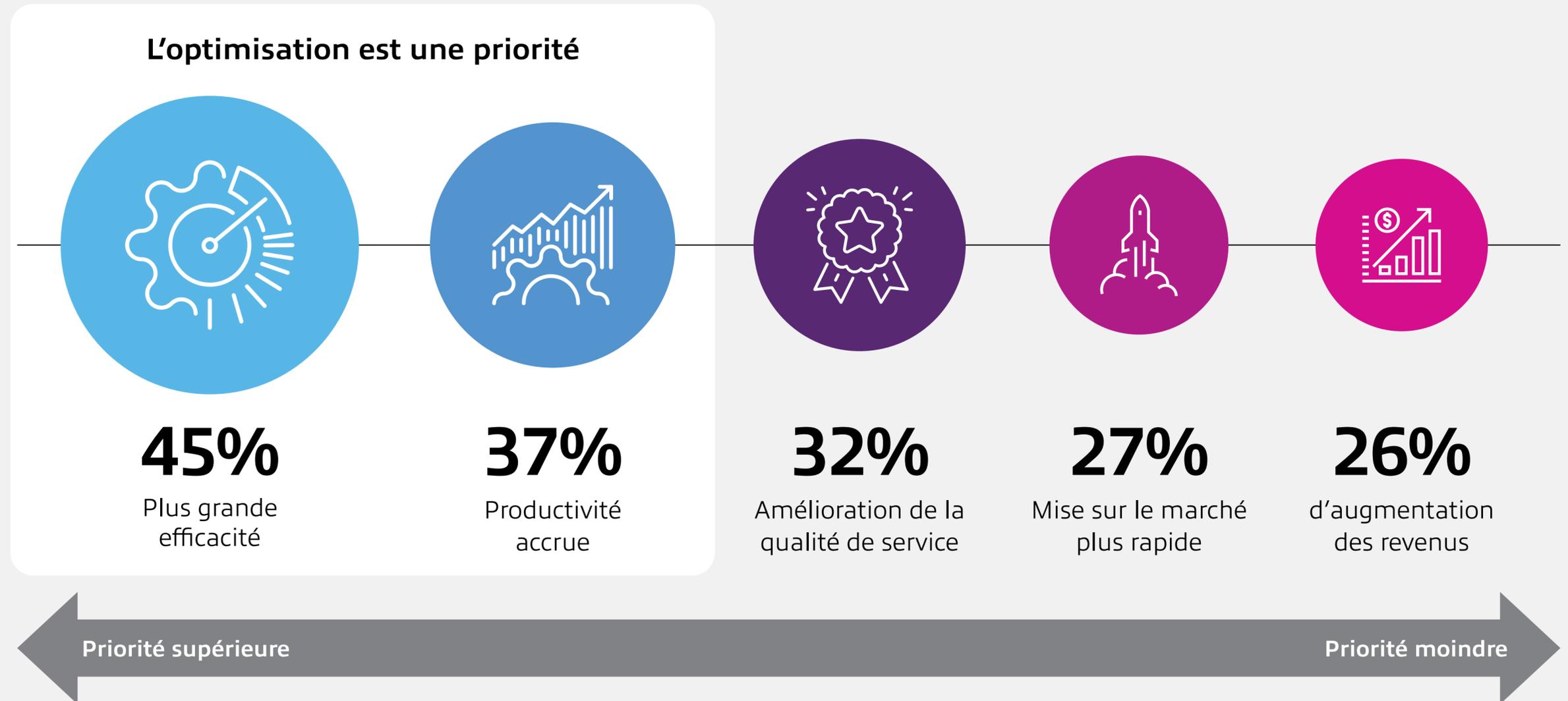


Les grandes organisations adaptent leurs critères de réussite

Ils modifient leurs critères clés pour évaluer leurs investissements dans la transformation numérique

Alors que les chefs d'entreprise accordent la priorité aux investissements numériques de leur organisation pour l'année à venir, ils identifient les critères clés de réussite.

Il est clair que l'efficacité et la productivité sont des priorités en période d'incertitude économique, mais il faut aussi penser à l'avenir et à la manière d'accélérer la sortie d'un ralentissement en renforçant sa position sur le marché. C'est là que la qualité du service et le temps de mise sur le marché sont essentiels, dans le but d'augmenter les revenus.

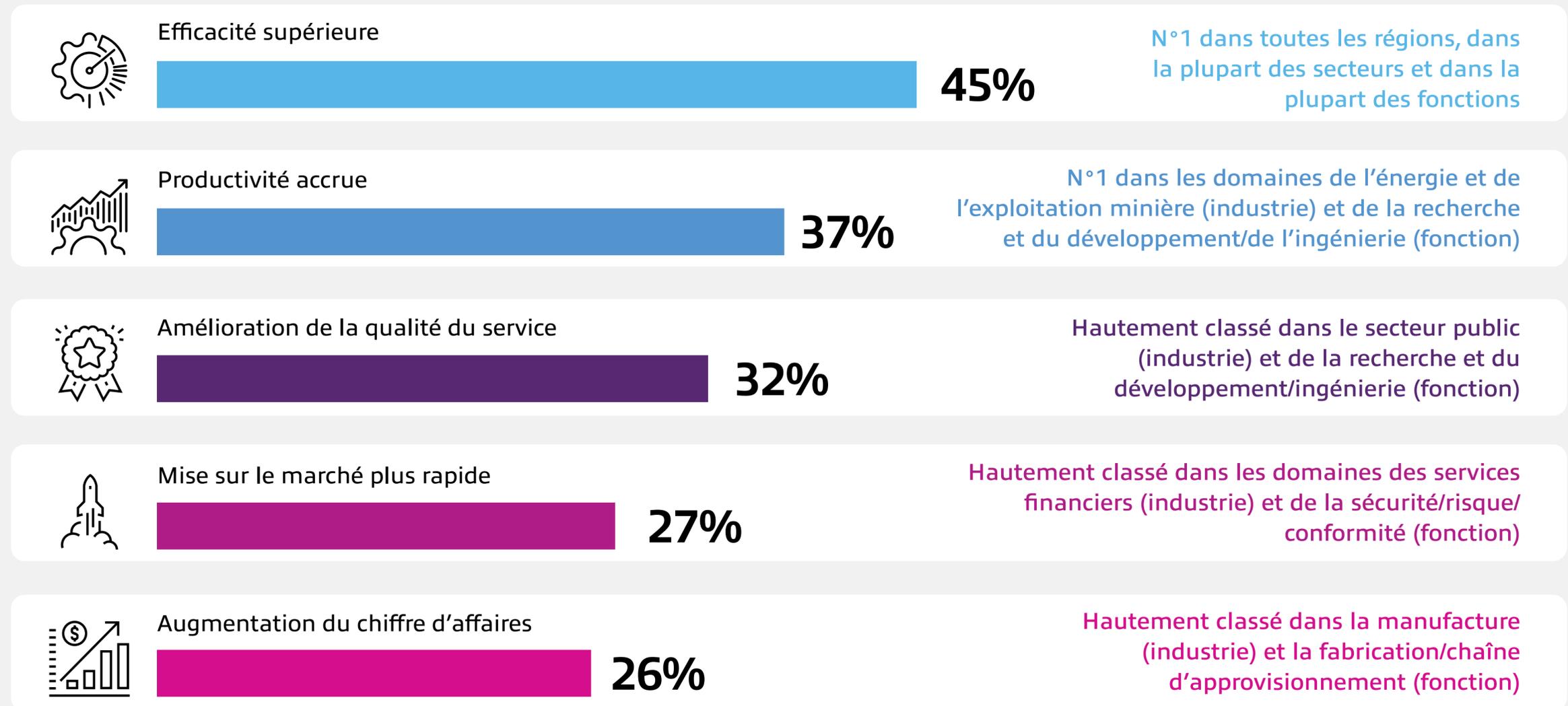


Q. Quels critères/mesures seront les plus importants pour évaluer les investissements dans la transformation numérique au cours des 12 prochains mois ?

Les mesures du succès varient selon les régions, les industries et les fonctions

L'efficacité se hisse au sommet, soulignant la nécessité pour les organisations d'optimiser pour innover

De nombreuses organisations devront optimiser et créer de nouvelles efficacités pour gérer le temps - et les ressources - nécessaires à l'innovation. À bien des égards, cette mesure principale du succès - l'efficacité - contribuera à faciliter toutes les autres mesures du succès.



L'influence des dirigeants sur les initiatives numériques augmente

Ils s'impliquent de plus en plus tout au long du cycle de vie du projet

Contrairement aux initiatives dans les fonctions finance, RH ou marketing, la transformation numérique n'est pas la propriété exclusive de la fonction IT. Cela nécessite une implication de la part de l'ensemble de l'entreprise et du leadership. Nos données montrent que l'implication des dirigeants dans les initiatives de transformation numérique est de plus en plus importante parmi la direction et les chefs d'entreprise fonctionnels, ce qui est essentiel pour garantir la réussite des projets.



Le rôle de la direction

À mesure que l'implication des dirigeants s'intensifie dans les initiatives numériques, l'examen et les métriques sont également contrôlés

Implication plus forte des dirigeants

> conduit à >

Changer les attentes en matière de ROI

Q. Comment la direction examine-t-elle l'évolution des initiatives numériques par rapport à l'année dernière ?

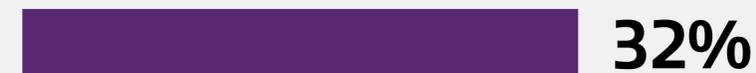
Beaucoup plus



Un peu plus



Pas de changement



Moins



Beaucoup moins



Q. Comment les attentes de la direction en matière de métriques pour les initiatives numériques changent-elles par rapport à l'année dernière ?

Les métriques nécessitent une justification plus solide de l'inclusion



Les métriques sont plus spécifiques et granulaires



Les métriques sont signalées plus fréquemment à la direction



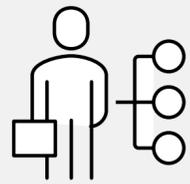
Les métriques sont axées sur un délai plus court



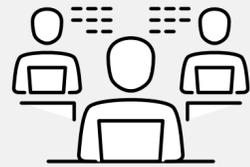
Il est essentiel d'améliorer l'alignement des technologies de l'information et des secteurs d'activité

L'alignement est essentiel pour permettre la réussite des priorités de l'entreprise numérique dans l'ensemble de l'organisation.

Que pense l'entreprise de la qualité de l'alignement IT et LoB ?



L'entreprise pense que la LoB...



L'entreprise pense que l'IT...

Q. Veuillez évaluer votre niveau de concordance avec les énoncés suivants.

« préfère utiliser des ressources informatiques internes plutôt que des ressources tierces »



« comprend ce qui est possible grâce à la technologie »



« est prêt à collaborer avec l'IT »



« collabore étroitement avec mon entreprise pour proposer l'innovation opérationnelle »



« est en parfaite adéquation avec les besoins de notre entreprise pour croître et réussir »



« possède les compétences nécessaires pour aider véritablement l'entreprise à atteindre ses objectifs et à stimuler de nouvelles affaires »



« A une « place à la table » dans notre entreprise lorsqu'il s'agit de prendre des décisions commerciales clés »



Les résultats globaux sont plutôt positifs, mais dans certaines organisations, le service IT ne semble pas avoir de « siège à table ». Cela vous inquiète-t-il ?

● D'accord

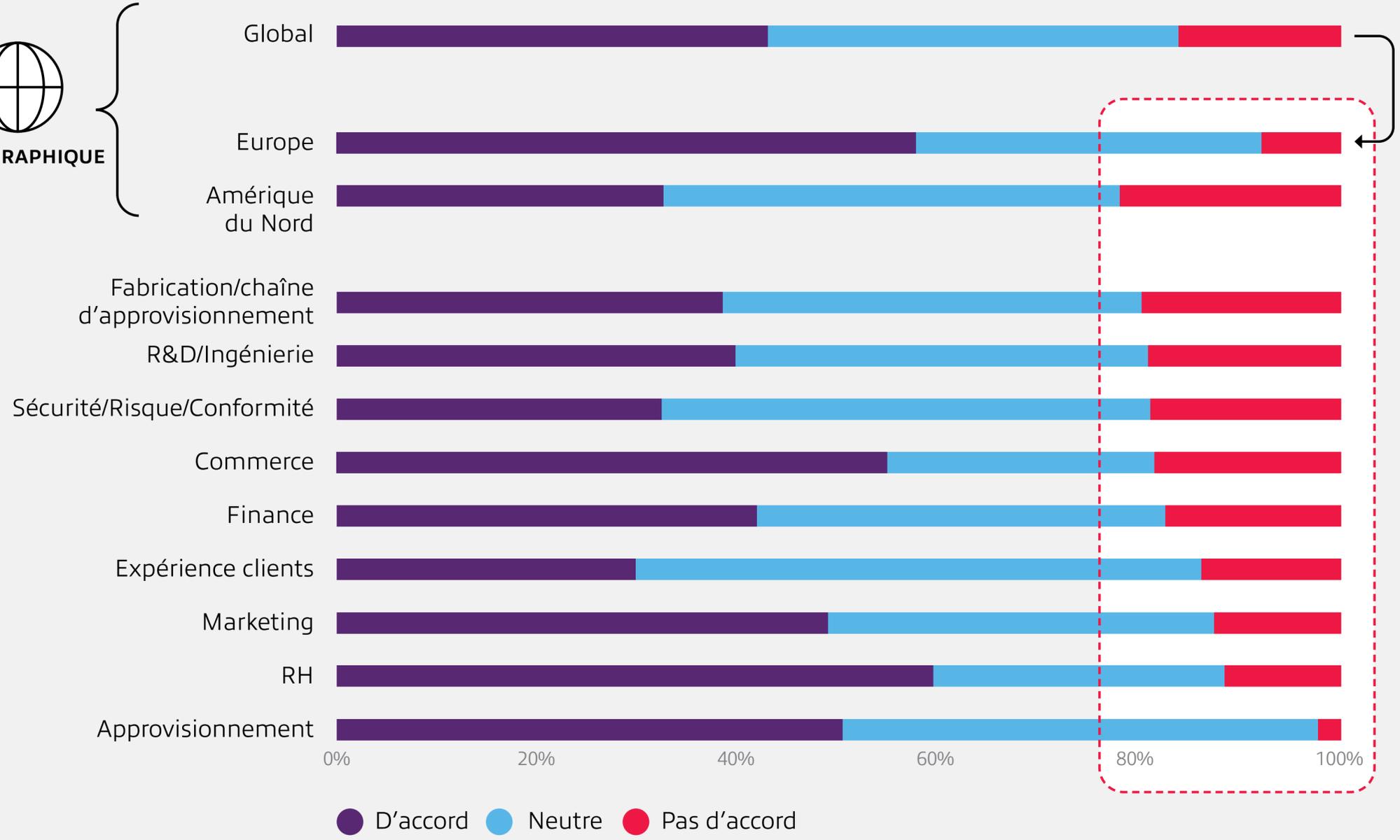
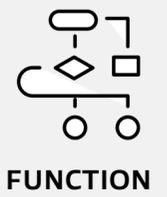
● Neutre

Alignement IT et du secteur d'activité par région et par fonction

Où l'informatique est-elle perçue comme une fonction de support plutôt que comme une source de valeur ajoutée ?

Évaluez votre niveau de concordance avec cet énoncé :

« L'IT a une place à la table dans notre entreprise lorsqu'il s'agit de prendre des décisions commerciales clés. »

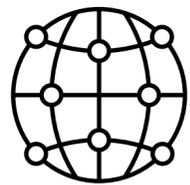


La zone de danger

Les organisations où l'IT n'a pas (ou n'est pas perçu comme étant) « un siège à table » et qui concourent à des décisions commerciales clés sont susceptibles de constater qu'elles n'ont pas le support nécessaire des parties prenantes et les aptitudes indispensables tout au long du processus de transformation et de management du changement.

Étapes suivantes

Comment les chefs d'entreprise et les responsables IT peuvent innover sur la voie du succès



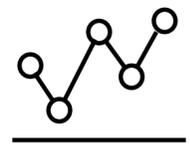
Dessiner une carte d'entreprise numérique

Devenir une entreprise numérique n'est pas négociable et il est essentiel que les dirigeants le comprennent et définissent leur voie vers la réussite.



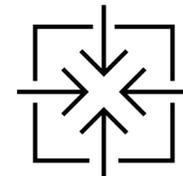
Innovation

Alors que les leaders font un changement culturel et redéfinissent l'innovation pour leurs organisations, ils peuvent commencer à optimiser et à affiner l'innovation pour s'adapter à l'évolution des circonstances.



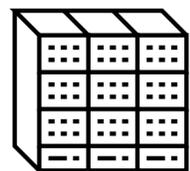
Amélioration des métriques de réussite

Passer d'une organisation à court terme à une organisation à long terme nécessite que les responsables alignent les métriques de succès de la technologie sur la stratégie de l'entreprise.



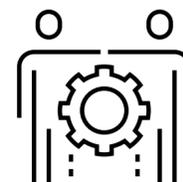
Investir dans l'alignement

L'amélioration des mesures ne fonctionnera que si les responsables s'efforcent d'améliorer l'harmonisation entre les principales parties prenantes dans les domaines de l'IT et de la LoB.



Libérer la puissance des données

Les leaders disposent d'une marge de manœuvre importante pour améliorer l'utilisation organisationnelle des données, soit pour les monétiser, soit pour créer de nouvelles sources de revenus.



Trouvez les bons partenaires

Choisir un fournisseur technologique sur le long terme est un grand pas en avant et les responsables doivent privilégier des solutions capables de s'adapter aux spécificités locales et nationales.

Message du Sponsor

L'impératif d'Innovation
d'aujourd'hui laisse peu de
place à l'erreur



Joyce Mullen
Président & CEO
Insight Entreprises



Compte tenu de l'incertitude économique actuelle et d'un monde de changement accéléré, mes pairs partagent souvent leurs difficultés à trouver l'équilibre en restant pertinents et en gérant un résultat net dans lequel chaque Dollar compte.

Si vous réussissez à innover, vous serez à la pointe de la concurrence. Si vous échouez ? Bonne chance...

Cette année, le rapport Insight Intelligent Technology révèle que la plupart des organisations comprennent que le succès passe par la transformation à une entreprise numérique. La question est de savoir comment, mais les ingrédients sont universels :

- Des objectifs IT en phase avec la stratégie de l'entreprise
- Un accès aisé aux nouvelles technologies
- La capacité permanente d'architecturer, de construire et de gérer des environnements technologiques de plus en plus complexes, que ce soit en interne ou par l'intermédiaire d'un partenaire de confiance.
- Des résultats concrets et des résultats... rapidement

Rares sont ceux qui peuvent s'en charger seuls. Voyez comment nous donnons à nos clients les moyens d'être ambitieux pour atteindre leurs objectifs et devenir une entreprise moderne et numérique : www.insight.com/beambitious.

Données démographiques

Géographies et pourcentage de l'échantillon total

Informations générales

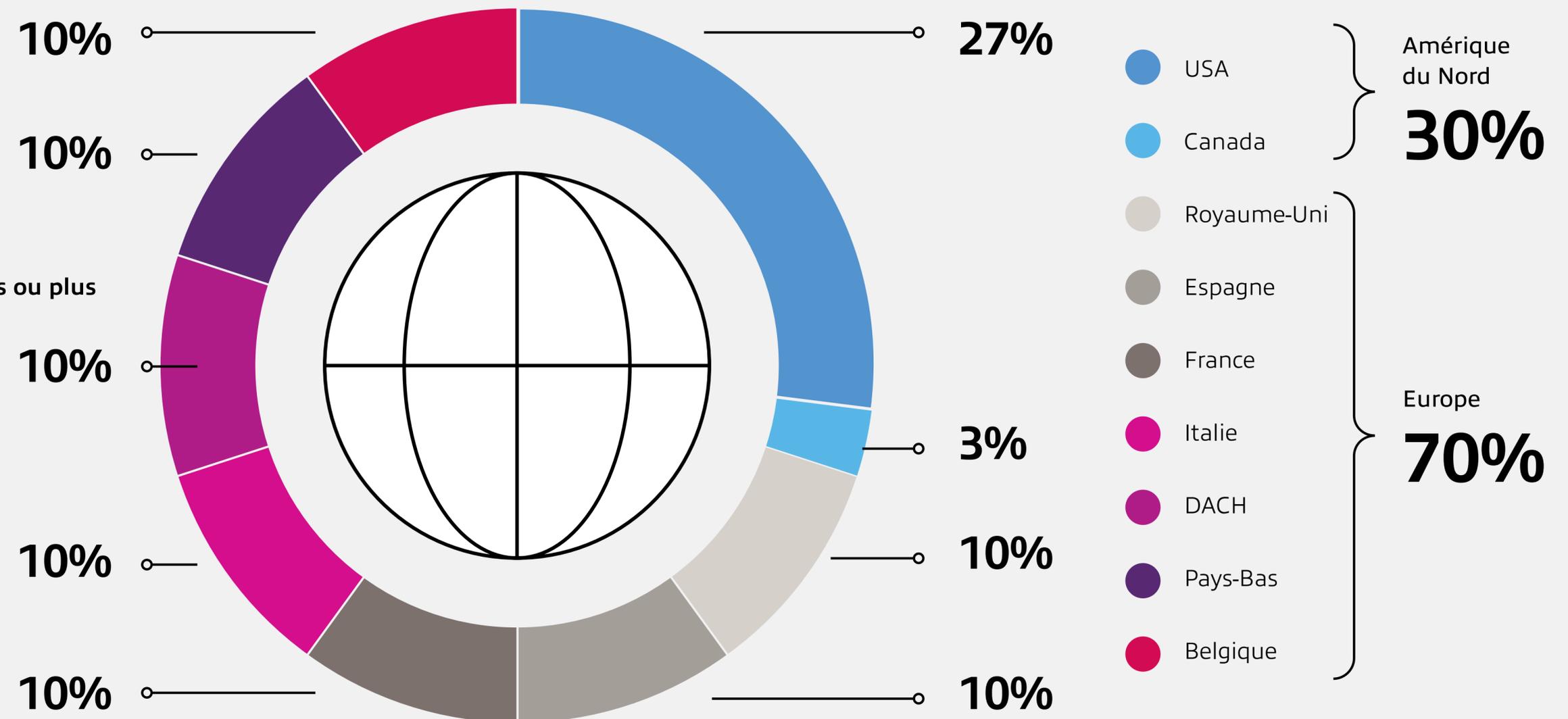
- Taille d'échantillon : **1 000**
- Date de mise en œuvre : **Début 2023**
- Méthode : **Enquête téléphonique**

Taille de l'organisation

- Secteur commercial : **1 000 collaborateurs ou plus**
- Secteur public : **+ de 250 collaborateurs**

Verticales ciblées

- Manufacture
- Services de santé
- Services financiers
- Énergie et exploitation minière
- Commerce de détail et de gros (Note : l'hôtellerie est incluse dans le commerce de détail)
- Secteur public (gouvernement, éducation et organisations à but non lucratif)
- Autre (max. 20 %)



About IDC

International Data Corporation (IDC) is the premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology, telecommunications, and consumer technology markets.

With more than 1,300 analysts worldwide, IDC offers global, regional, and local expertise on technology and industry opportunities and trends in over 110 countries. IDC's analysis and insight helps IT professionals, business executives, and the investment community to make fact-based technology decisions and to achieve their key business objectives.

Founded in 1964, IDC is a wholly-owned subsidiary of International Data Group (IDG, Inc.), the world's leading tech media, data and marketing services company.



This publication was produced by IDC Custom Solutions. As a premier global provider of market intelligence, advisory services, and events for the information technology, telecommunications, and consumer technology markets, IDC's Custom Solutions group helps clients plan, market, sell and succeed in the global marketplace. We create actionable market intelligence and influential content marketing programs that yield measurable results.

© 2023 IDC Research, Inc. IDC materials are licensed for external use, and in no way does the use or publication of IDC research indicate IDC's endorsement of the sponsor's or licensee's products or strategies.



IDC UK

5th Floor, Ealing Cross, 85 Uxbridge Road, London, W5 5TH, United Kingdom
T 44.208.987.7100



@idc



@idc



idc.com

© 2023 IDC Research, Inc. IDC materials are licensed [for external use](#), and in no way does the use or publication of IDC research indicate IDC's endorsement of the sponsor's or licensee's products or strategies.

[Privacy Policy](#) | [CCPA](#)