

## Transformer, fédérer et piloter : les missions-clés du Chief Data Officer



Selon le premier baromètre des Chief Digital/Data Officer, les jeunes CDO doivent avant tout montrer leur capacité à amorcer la transformation digitale des entreprises, en faisant le lien entre les différents métiers.

Transformer, fédérer et piloter : les missions-clés du Chief Data Officer La première édition du baromètre des **Chief Digital/Data Officer (CDO)\***, établi en partenariat avec Adobe, Criteo, Digital Jobs, Novedia et Novamétrie, prend la température du déploiement et de l'intégration, au sein des entreprises, de la nouvelle fonction de CDO.

Alors que la transformation digitale est devenue, à court terme, une « *priorité stratégique* » pour 87% des entreprises, seulement 22% d'entre elles possèdent aujourd'hui, au sein de leur structure, un Chief Digital Officer. Le baromètre table sur une moyenne de 37% en 2016...

Transformer, fédérer, piloter : le CDO doit assumer un rôle complexe et multitâche. Il doit être rapidement capable de « *démontrer l'impact positif du digital* », notamment en matière de croissance de l'activité.

Il doit également s'attendre à se heurter certaines réticences et de résistance au changement : le CDO incarne en effet souvent au sein de l'entreprise la personnalisation du changement organisationnel et fonctionnel, qui peut bouleverser les habitudes.

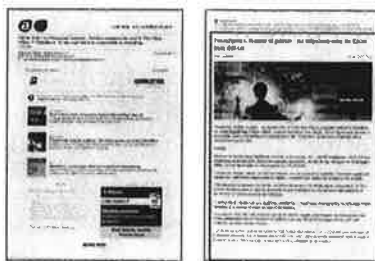
« *Communicant, créateur de lien, diplomate d'entreprise* », il doit saisir et comprendre les différents enjeux marketing, IT et métiers et briser les silos d'informations.

La nomination d'un CDO est présentée comme un vecteur d'agilité et de mobilité, de renforcement des modes collaboratifs. Mais 41% d'entre eux estiment que leur niveau hiérarchique et le pouvoir sont inadaptés aux enjeux de leur fonction.

« *La gloire ou l'échec, voilà ce qui attend le CDO fraîchement nommé [...] Le CDO doit avoir le soutien de la Direction Générale, être le meilleur ami du CIO et du CMO, gérer la dualité temporelle entre le court et le moyen terme* », fait remarquer Christophe Excoffier, président de Novamétrie.

\*Etude réalisée auprès de 201 dirigeants en France du 11 mai au 5 juin 2015

Crédit image : Sergey Nivens – Shutterstock.com



## Transformer, fédérer et piloter : les missions-clés du Chief Data Officer

Anne Confolant

19 juin 2015, 14.40



Transformer, fédérer et piloter : les missions-clés du Chief Data Officer La première édition du baromètre des **Chief Digital/Data Officer (CDO)\***, établi en partenariat avec Adobe, Criteo, Digital Jobs, Novedia et Novamétrie, prend la température du déploiement et de l'intégration, au sein des entreprises, de la nouvelle fonction de CDO.

Alors que la transformation digitale est devenue, à court terme, une « *priorité stratégique* » pour 87% des entreprises, seulement 22% d'entre elles possèdent aujourd'hui, au sein de leur structure, un Chief Digital Officer. Le baromètre table sur une moyenne de 37% en 2016...

Transformer, fédérer, piloter : le CDO doit assumer un rôle complexe et multitâche. Il doit être rapidement capable de « *démontrer l'impact positif du digital* », notamment en matière de croissance de l'activité.

Il doit également s'attendre à se heurter certaines réticences et de résistance au changement : le CDO incarne en effet souvent au sein de l'entreprise la personification du changement organisationnel et fonctionnel, qui peut bouleverser les habitudes.

« *Communicant, créateur de lien, diplomate d'entreprise* », il doit saisir et comprendre les différents enjeux marketing, IT et métiers et briser les silos d'informations.

La nomination d'un CDO est présentée comme un vecteur d'agilité et de mobilité, de renforcement des modes collaboratifs. Mais 41% d'entre eux estiment que leur niveau hiérarchique et le pouvoir sont inadaptés aux enjeux de leur fonction.

« *La gloire ou l'échec, voilà ce qui attend le CDO fraîchement nommé [...] Le CDO doit avoir le soutien de la Direction Générale, être le meilleur ami du CIO et du CMO, gérer la dualité temporelle entre le court et le moyen terme* », fait remarquer Christophe Excoffier, président de Novamétrie.

\*Etude réalisée auprès de 201 dirigeants en France du 11 mai au 5 juin 2015

Crédit image : Sergey Nivens – Shutterstock.com