

Décisionnel : Roambi transforme l'information en graphiques tactiles

Sur l'écran de l'iPad s'ouvre sur une liste de pays et des prévisions de nombre de médailles qu'ils récolteront aux prochains Jeux Olympiques de Londres. Un effleurement du doigt en mode pincé élargit l'information aux différentes catégories sportives. Une autre pichenette tactile approfondit l'information vers d'autres statistiques, etc.

Cette application d'accès à l'information par « ouverture » est léchée, rapide, efficace et entièrement pilotable au doigt (et à l'œil) depuis l'iPad. Layers est l'une des neuf vues de représentation graphique des données proposée par **Roambi Analytics**, un des deux principaux produits de décisionnel proposé par **Mellmo**. Cette société californienne a été créée en 2008 par Santiago Becerra, fondateur de Xcelsius (revendu à Business Object en 2005) dans la foulée du lancement de l'iPhone pour mettre l'ergonomie tactile au service de la prise de décision.

Autre exemple, Cardex, une vue qui se concentre sur l'entité client et les ventes associées qui peuvent être consultées et comparées avec d'autres données (par vendeur, par exemple) de manière dynamique, simplement en glissant un doigt sur les barres des graphiques. « *La valeur ajoutée de Roambi se trouve dans la présentation de l'information, explique Thibaut de Lataillade, responsable Europe du Sud. Accéder visuellement, donc rapidement, à l'information principale permet de se concentrer sur les points d'intention et de prendre une décision en conséquence.* »

Pour iPad et iPhone exclusivement

Les versions pour l'iPhone donnent accès aux mêmes données mais la présentation et l'ergonomie s'adapte à la taille de l'écran. « *On navigue dans les graphiques à l'aide du pouce, d'une seule main, explique le dirigeant nommé à la tête de la jeune société en septembre 2011 pour démarrer l'activité en Europe du Sud. C'est très pratique, notamment dans les transports en communs où il faut se tenir de l'autre main.* »

La solution permet de combiner plusieurs sources de données par l'intermédiaire des rapports de consolidation issus de différents systèmes de business intelligence (SAP BusinessObjects et Crystal Reports, IBM Cognos, Oracle Essbase et Hyperion, Microsoft Reporting Services et Analysis Services, Excel, Salesforce CRM, format CSV...) via les différents connecteurs proposés par Mellmo/Roambi (l'entreprise préfère désormais communiquer sur sa marque). Les données sont avant tout consolidées par l'administrateur depuis le serveur dédié, Roambi ES4, installé au siège de l'entreprise. L'application de visualisation est, elle, distribuée soit en interne, soit depuis l'App Store.

[Suite de l'article page 2](#)

Autre produit phare, **Roambi Flow**, une plate-forme de diffusion de documents au format PDF dans lesquels peuvent être intégrés des rapports interactifs Roambi. Ainsi, sur une carte d'une région, des épingles signalent les données propres aux zones qu'elles adressent. « *Cela permet d'accéder à l'histoire et aux chiffres simultanément* », illustre en exemple Thibaut de Lataillade. Flow

permet de plus de transformer ce rapport interactif en application distribuable à son tour sur l'App Store. Une façon aussi innovante qu'efficace de diffuser l'information.

Une longueur d'avance pour Apple

Pour l'heure, les produits Roambi sont exclusivement réservés à la plate-forme iOS (à l'exception d'une version BlackBerry développée pour un client mais qui ne sera pas maintenue). « *Nous avons la conviction qu'Apple a pris une large avance dans le déploiement d'applications mobiles dans l'entreprise, justifie le responsable. Seuls 2 % à 3 % de nos clients envisage l'alternative Android ou Windows Phone.* » Néanmoins, l'éditeur prépare ses arrières avec une version multi-plateforme en HTML5 d'ici la fin de l'année. Tout en maintenant les développements iOS à part.

Il est vrai que les applications de Roambi sont proches de l'esprit d'Apple dans leur qualité ergonomique, leur « intuitivité », leur finition, leur design, leur sens du détail... Elles sont notamment mises au point par une équipe de développeurs-designers à la croisée du monde graphique et de la BI. Plusieurs d'entre eux sont issus du monde du film d'animation (Pixar) et du jeu vidéo. « *Chaque vue est pensée par usage selon les besoins des clients. Elle engage l'utilisateur qui sait qu'il va trouver la bonne information pour prendre sa décision.* »

Thibaut de Lataillade précise néanmoins que la solution s'adresse au cadre ou commercial en mobilité, pas au dirigeant toute la journée rivé sur son ordinateur à triturer ses tableaux Excel en profondeur afin d'accéder à une micro information. L'idée de Roambi est bien de « *donner instantanément accès à l'information pour la prise de décision* ». La sécurité suit avec des mécanismes de blocage ou d'effacement des données à distance par l'administrateur en cas de perte des appareils (ou départ du cadre de l'entreprise). Et les données sont hautement chiffrées, comme il se doit.

Une nouvelle version de Roambi par trimestre

Roambi, qui compte 200 clients « *gros et moyens dans tous les secteurs y compris les banques* » (Novartis, IMS, Pernod, ID Logistic...) dont 5 en France, proposera prochainement de nouvelles versions de ses produits : un nouveau connecteur BI, une dixième vue pour Analytics (« *un mélange d'indicateur et d'historique avec connexion aux cubes Microsoft et Oracle* »), l'industrialisation du processus de la mise applicative d'un rapport pour Flow. Et une version cloud avant la fin de l'année.

« *On s'engage sur une nouvelle version par trimestre avec une nouvelle vue à chaque fois* », soutient le porte-parole français. Le 30 millions de dollars que l'investisseur Sequoia a récemment avancé permettra de soutenir le rythme de développement. Mais aussi d'assurer l'expansion géographique avec l'ouverture prochaine de bureau au Brésil et Japon. Ainsi que d'assurer une vraie démarche de suivi client avec un département chargé de mesurer la satisfaction client. L'idée étant derrière d'obtenir du client le renouvellement de la licence (20 % du prix, non communiqué, du produit) et augmenter le nombre d'utilisateurs (et donc, le nombre de licences).

« *Le marché adressable est celui des entreprises qui font le choix de la mobilité* », entend Thibaut de Lataillade. En ce sens, Roambi surfe sur la croissance d'Apple. Une croissance pleine de promesses.