

# Teradata Universe 2013 : l'opportunité Big Data

**En direct de Copenhague** : « *Nous n'avons jamais vu un tel changement dans l'industrie informatique* ». C'est en ces mots que **Mike Koelher**, CEO de Teradata, nous a accueillis sur la nouvelle édition de Teradata Universe. « *Ce changement a un énorme impact, partout. C'est pourquoi nous devons aider les utilisateurs à interagir avec la donnée et les analytiques. Cela représente de gros investissements dans le Big Data et l'Integrated Marketing Management.* »

Le ton est donné : la version 2013 de Teradata Universe sera sous le signe du Big Data et de l'IMM (*Integrated Marketing Management*). Dans la stratégie de l'éditeur, la construction d'un IMM de bout en bout s'impose. « *Nous continuons d'investir dans le datawarehouse via une architecture de données unifiée pour supporter les workloads d'aujourd'hui et de demain.* »

Et Mike Koelher de fixer les objectifs stratégiques de son groupe : « *Nous ne voulons pas être le plus gros, mais certainement être le meilleur. Nous voulons également devenir le leader de la Corporate Social Responsibility. Nous voulons maintenir une progression à deux chiffres de notre chiffre d'affaires. Et nous voulons maintenir l'évolution positive de la valeur du titre Teradata.* »



## Big Data et marketing

« *Le phénomène Big Data est à la fois un gros problème et une grosse opportunité* », commente **Hermann Wimmer**, Président International de Teradata. « *La numérisation de la société entraîne une forte progression des données non structurées. Nous devons comprendre comment apporter plus de valeur au business. C'est définitivement la place de l'IT.* »

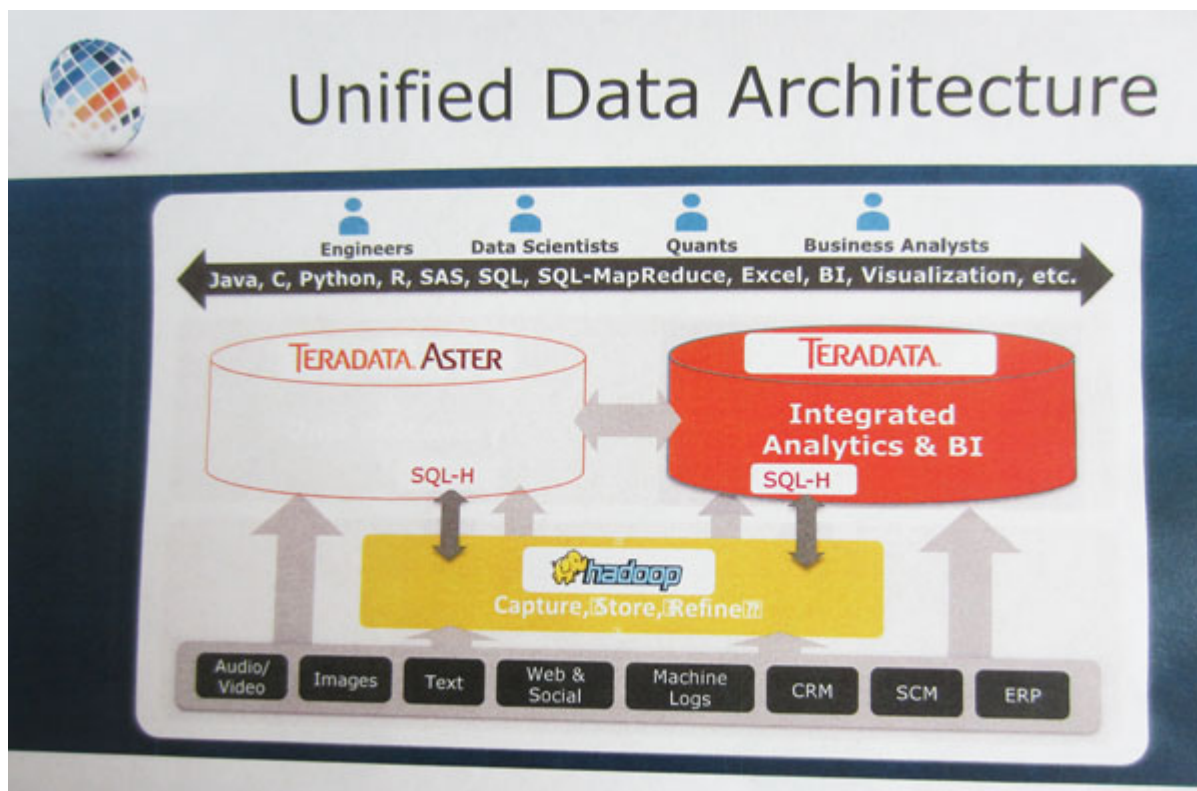
Derrière cette déclaration se cache une problématique plus sensible pour Teradata : le Big data a le vent en poupe et tous les acteurs de la donnée investissent ce domaine qui fait l'actualité (voir nos vidéos réalisées lors du Congrès Big Data, et en particulier [Jean-Marc Bonnet \(Teradata\)](#) : « [Notre](#)

[centre d'expertise permet d'affiner l'approche Big Data »\).](#)

Certes les solutions Big Data analytique actuelles sont encore loin de pouvoir rivaliser avec les entrepôts de données, en particulier lorsqu'ils sont signés Teradata, mais il y a certainement péril en la demeure.

## Changer en conservant les bases

Voilà pourquoi les annonces du jour ont porté sur une architecture unifiée UDA (*Unified Data Architecture*), qui réunit l'infrastructure Teradata, Haster acquis récemment pour l'analyse via un module d'interrogation SQL nommé SQL-H, et une couche Hadoop fournie par Hortonworks. Nous décrivons ces annonces dans un autre article.



Comment changer, s'interroge Mike Kohler, qui par ailleurs reconnaît que les fondamentaux restent les mêmes : l'augmentation des revenus, la réduction des coûts et l'augmentation des profits.

Et le patron de Teradata d'affirmer posséder les deux clés qui vont permettre au groupe de prendre l'avantage : analytique et marketing. « Les entreprises doivent faire de l'argent non pas avec le trafic, mais avec les ventes. Et celles qui adoptent une stratégie IMM bénéficient d'un ROMI (return on marketing investment) supérieur à 50 % . »

## Construire une offre Big Data

Au-delà du marketing, c'est bien le Big Data qui a focalisé toutes les attentions. « Les challenges du Big Data portent sur les très gros volumes de données, les nouvelles structures de données et la complexité des

*analytiques, rappelle Mike Kohler. Toutes les données et tous les channels doivent travailler de concert pour répondre au besoin de disposer d'une stratégie unifiée autour de l'information et de la donnée. »*

L'offre Big Data de Teradata va ainsi reposer sur trois piliers :

- L'intégration des données nécessaires au business avec Integrated Data Warehouse ;
- L'optimisation des coûts et des performances pour les autres données avec Workload-Specific Platforms pour des groupes de travail sur des données et usages spécifiques ;
- Big Data Platforms for Discovery Analytics avec Hadoop pour la capture, le stockage, l'affinage de la donnée, et Aster pour la recherche et l'analytique.

Sans oublier la demande forte de Data Scientists pour développer les solutions analytiques.

---

### **Voir aussi**

[Silicon.fr étend son site dédié à l'emploi IT](#)

[Silicon.fr en direct sur les smartphones et tablettes](#)