CCH® Tagetik

by Wolters Kluwer



Storytelling pour la finance :

comment transformer les données en décisions stratégiques ?

wolterskluwer.com

Finance : de reporters à storytellers

Les données seules ne prennent pas de décisions. Les histoires, oui.

Les équipes finance les plus performantes aujourd'hui ne se contentent plus de rendre compte de la performance. Elles donnent du sens. Elles relient les chiffres à la stratégie, en aidant les dirigeants à comprendre pourquoi les résultats sont ce qu'ils sont et quelles actions doivent suivre.

Dans cette nouvelle ère de la finance, le storytelling est une compétence de leadership. Transformer les données en récit permet d'aller au-delà du reporting et d'orienter les décisions.

Le déficit de storytelling

Les tableurs ont longtemps été le socle du reporting financier, mais ils n'ont jamais été conçus pour raconter des histoires. Ils montrent le « quoi », mais pas le « pourquoi ».
Résultat : même les meilleures analyses peuvent se perdre dans la transmission.

Le reporting traditionnel rend difficile la connexion des données entre les systèmes, les équipes et les périodes. Les chiffres peuvent être exacts, mais sans narration, ils manquent de contexte — et sans contexte, il devient difficile de prendre des décisions. Selon FP&A Trends, seuls environ 30 % des professionnels de la finance se sentent réellement à l'aise avec le storytelling.[1]

Les plateformes CPM comme CCH® Tagetik centralisent les données, automatisent le reporting et offrent une vision en temps réel, permettant aux équipes finance de se concentrer davantage sur l'analyse et la communication du sens.

Lorsque les équipes finance savent raconter l'histoire derrière les chiffres, elles deviennent des conseillers de confiance, et non plus de simples producteurs de reportings.

[1]https://fpa-trends.com/article/story-behind-spreadsheet-elevating-fpa-through-storytelling





Le framework de storytelling FP&A en 5 étapes

Un cadre en 5 étapes pour transformer la donnée en récit et faire évoluer la finance du reporting à l'influence.

Étape 1 : Clarifier le récit

Toute bonne histoire commence par un objectif. Que voulez-vous que votre audience comprenne, décide ou fasse ? Le storytelling financier débute par l'identification du « pourquoi » derrière les chiffres.

Les reportings expliquent ce qui s'est passé. Le storytelling explique pourquoi cela compte.

Posez-vous la question : quel est le message stratégique clé derrière ces données ?

Avec CCH® Tagetik, vos données racontent une histoire unifiée à partir d'une source unique de vérité, facilitant la définition, l'alignement et la communication de votre message en toute confiance.

Étape 2 : Donner forme aux données

Les chiffres seuls ont rarement de l'impact : ils ont besoin de structure et de cohérence.
Un bon storytelling organise les données en un début, un milieu et une fin, créant un fil logique qui permet de révéler l'insight derrière les chiffres.

Il ne s'agit pas de collecter plus de données, mais de se concentrer sur l'essentiel et d'éliminer le bruit.

Posez-vous la question : Quelles données sont réellement essentielles pour prendre les bonnes décisions ?

Avec CCH® Tagetik, la finance peut connecter les données financières et opérationnelles au sein d'une même plateforme, facilitant ainsi l'organisation et la mise en valeur des informations pour construire un récit clair et pertinent.

Étape 2 : Construire le contexte

Des chiffres sans contexte ne sont que des chiffres. Pour influencer l'action, la finance doit relier les données aux réalités business, en connectant performance, stratégie et drivers opérationnels.

En ajoutant du contexte, vous transformez des reportings statiques en récits vivants, qui aident les décideurs à comprendre pourquoi les résultats sont ce qu'ils sont et ce qu'ils impliquent pour le business.

Posez-vous la question : Comment cet indicateur s'inscrit-il dans la vision globale de l'entreprise ?

CCH® Tagetik intègre les données de l'ensemble de l'entreprise, permettant aux équipes finance de consacrer moins de temps à collecter les chiffres et davantage à les analyser.



Étape 4 : Mettre en évidence le « so what »

Les données doivent mener à des insights, et les insights à l'action. Les meilleures histoires en finance ne s'arrêtent pas aux chiffres : elles mettent en lumière leur impact.

Les dirigeants n'ont pas besoin de tous les détails. Ils ont besoin de clarté : comprendre ce qui compte, pourquoi cela compte et quelles actions mener ensuite.

Posez-vous la question : Cette narration fait-elle ressortir les impacts et les actions à engager ?

Avec CCH® Tagetik, les équipes finance accèdent plus rapidement à des insights actionnables grâce à des analyses intégrées, des modèles prédictifs et un reporting en temps réel, leur permettant de se concentrer sur les résultats.

Étape 5 : Visualiser pour influencer

Même le message le plus fort peut perdre de son impact s'il est noyé dans une masse de chiffres. Les visuels permettent de rendre la complexité plus claire et de transformer l'analyse en compréhension.

La visualisation des données n'est pas décorative, c'est un outil de communication. Bien conçue, elle aide les décideurs à retenir le message et à passer à l'action.

Posez-vous la question : Comment rendre cette histoire plus claire et plus mémorable ?

CCH® Tagetik transforme des données complexes en tableaux de bord et rapports dynamiques, permettant aux équipes finance de communiquer leurs insights avec clarté et confiance.



Du framework à l’impact

Imaginez entrer dans votre prochaine réunion exécutive non pas avec un tableur, mais avec une histoire. Vous commencez par le contexte business, passez en revue les drivers de performance, et terminez par une recommandation claire.

Les dirigeants comprennent immédiatement ce qui compte et pourquoi.
Les échanges sont plus rapides, les décisions plus solides, et l’alignement s’installe naturellement.

Le storytelling financier transforme la finance en partenaire stratégique, qui influence les décisions au lieu de seulement les suivre.

Le storytelling permet à la finance de gagner en confiance, en influence et en impact.



En savoir plus ?

Lire l’article complet sur le storytelling FP&A par FP&A Trends →



Comment CCH® Tagetik vous aide à raconter l'histoire derrière les chiffres

CCH® Tagetik donne aux équipes finance les moyens de passer de la donnée à la décision. En unifiant les données, en automatisant les processus et en permettant une analyse en temps réel, la solution apporte la clarté nécessaire pour raconter des histoires qui déclenchent l'action.

CCH® Tagetik aide les équipes finance :

- Centraliser et connecter les données financières et opérationnelles
- Automatiser le reporting pour libérer du temps pour le storytelling stratégique
- Fournir des insights via des visualisations dynamiques
- Renforcer la confiance grâce à une source unique de vérité

Quand le storytelling et la technologie se combinent, la finance ne suit plus le business : elle le guide.

Votre histoire est prête à être racontée



Les leaders financiers les plus influents transforment les chiffres en récits qui guident la stratégie et façonnent l'avenir.

Vous avez les données. Donnez-leur maintenant une voix plus forte.

CCH® Tagetik permet aux équipes finance d'unifier les données, de simplifier la complexité et de donner vie aux récits business.

Prendre rendez-vous