

Le magazine *PROFIT* a demandé à trois conférenciers du Digital Media Summit de Toronto d'identifier trois des meilleures perspectives de démarrage et d'expansion qui se dessinent pour les sociétés technologiques.

NICHOLAS LAKAS, directeur, Strategy Interbrand, Toronto (Ontario) « Tout le monde parle de “données volumineuses” de nos jours, mais ce qu'on n'a pas encore réussi à faire, c'est de fournir un sens à toutes ces données. La puissance de calcul numérique a connu une croissance exponentielle, et les entreprises ont désormais accès à une énorme quantité de données. Mais peu d'acteurs analysent ces données afin d'interpréter ce qui se produit. Les clients d'aujourd'hui veulent vraiment bénéficier de cette lumière. Donc, les investisseurs se servant des plateformes Y Combinator et de financement participatif ont hâte de parrainer des entreprises qui peuvent apporter cet éclairage. »

DAVID REIS, fondateur et chef de la direction, DEI Worldwide, Studio City (Californie) « Aux États-Unis, la réforme Obama entraîne la mise en place de bourses d'assurance maladie. Nous avons de la difficulté à trouver une façon de servir ce nouveau modèle. Le Canada est dans une position unique puisque nombre de vos entreprises dispensent depuis longtemps des programmes numériques pour soutenir ce type de soins médicaux. Vous savez ce qui fonctionne et vous avez l'expertise concrète qui nous manque. Un programme bien développé de deuxième ou de troisième génération pouvant être facilement adapté aux États-Unis vous procurerait une longueur d'avance. »

JASON FALLS, chef de la direction, Social Media Explorer, Louisville (Kentucky) « Selon moi, le plus grand fossé actuel concerne l'aide aux petites entreprises. Une multitude de solutions technologiques aident déjà à mesurer la présence dans les médias sociaux et à rassembler les données sur le marketing numérique. Mais très peu d'entre elles sont rentables pour les PME, puisqu'elles sont principalement conçues en fonction des grandes sociétés ou qu'elles ont évolué dans ce sens. Un immense marché s'ouvre aux entrepreneurs qui offrent des outils axés uniquement sur les PME. Les premières entreprises à bien le faire vont toucher le pactole. »

Cet article [Les marchés inexploités les plus lucratifs](#) est apparu en premier sur [L'actualité](#)

Les marchés inexploités les plus lucratifs

Écrit par Pierre Duhamel
Mardi, 14 Mai 2013 20:16 -

Consultez la source sur Lactualite.com: [Les marchés inexploités les plus lucratifs](#)