

# Magic Quadrant pour les solutions de qualité des données

Lecture min. publiée 29 septembre 2021 - ID G00 733919 - 65

Par Melody Chien , Ankush Jain

La qualité des données augmentée, stimulée par les métadonnées et l'IA, est une dynamique clé qui anime le marché des solutions de qualité des données. Les capacités augmentées des principaux fournisseurs offrent une meilleure compréhension et une meilleure automatisation. Cette recherche aide les responsables des données et de l'analyse à comprendre le paysage des fournisseurs et à faire le meilleur choix.

## Hypothèses de planification stratégique

- D'ici 2022, 60 % des organisations tireront parti de la technologie de qualité des données (DQ) activée par l'apprentissage automatique pour obtenir des suggestions visant à réduire les tâches manuelles pour l'amélioration de la qualité des données.
- D'ici 2024, 50 % des organisations adopteront des solutions modernes de qualité des données pour mieux soutenir leurs initiatives commerciales numériques.

## Définition/Description du marché

La discipline de l'assurance de la qualité des données garantit que les données sont « adaptées à leur objectif » et approuvées par les utilisateurs dans le contexte des opérations commerciales existantes, des analyses et des scénarios commerciaux numériques émergents. La qualité des données a traditionnellement été mandatée pour répondre aux exigences de conformité et de gouvernance et pour réduire les risques et les coûts opérationnels. De plus en plus, la qualité des données devient également une nécessité lors de l'amplification des analyses pour de meilleures informations et pour prendre des décisions fiables et fondées sur les données. La qualité des données est un avantage concurrentiel avec lequel les responsables des données et de l'analyse (D&A) doivent s'engager en permanence afin d'atteindre ces objectifs.

La pratique de gestion de la qualité des données a mûri ces dernières années et le paysage des fournisseurs se concentre sur la satisfaction de nombreuses exigences du marché. Il couvre bien plus que la technologie. Il comprend le flux de travail, les rôles, la collaboration et les processus (tels que ceux de surveillance, de rapport et de résolution des problèmes de qualité des données). Gartner voit également la demande des utilisateurs finaux s'étendre vers des capacités plus larges qui couvrent la gestion des données et la gouvernance D&A.

En conséquence, le marché des solutions de qualité des données continue de s'intégrer étroitement aux marchés des outils d'intégration de données, des solutions de gestion des métadonnées et des produits de gestion des données de référence (MDM), qui sont tous utilisés pour construire des bases solides avec des

actifs de données fiables. Les utilisateurs attendent une intégration et une interopérabilité efficaces de ces produits. L'évaluation et la sélection de solutions de qualité des données sont beaucoup moins une tâche informatique spécialisée qu'auparavant. Elle nécessite désormais une plus grande collaboration avec les chefs d'entreprise et les utilisateurs.

**Les « solutions de qualité des données » sont les processus et les technologies permettant d'identifier, de comprendre et de corriger les défauts des données qui soutiennent une gouvernance efficace des données et de l'analyse dans l'ensemble des processus opérationnels et de la prise de décision. Les solutions packagées disponibles incluent une gamme de fonctions critiques, telles que le profilage, l'analyse, la normalisation, le nettoyage, la correspondance, la surveillance, la création de règles et l'analyse, ainsi qu'un flux de travail intégré, des bases de connaissances et une collaboration.**

La perspective du marché de Gartner se concentre sur les technologies ou les approches répondant aux besoins actuels des utilisateurs finaux. Gartner définit le marché des solutions de qualité des données comme des produits logiciels autonomes qui répondent aux capacités de qualité des données suivantes dont les entreprises ont besoin dans leur portefeuille de solutions de gestion des données :

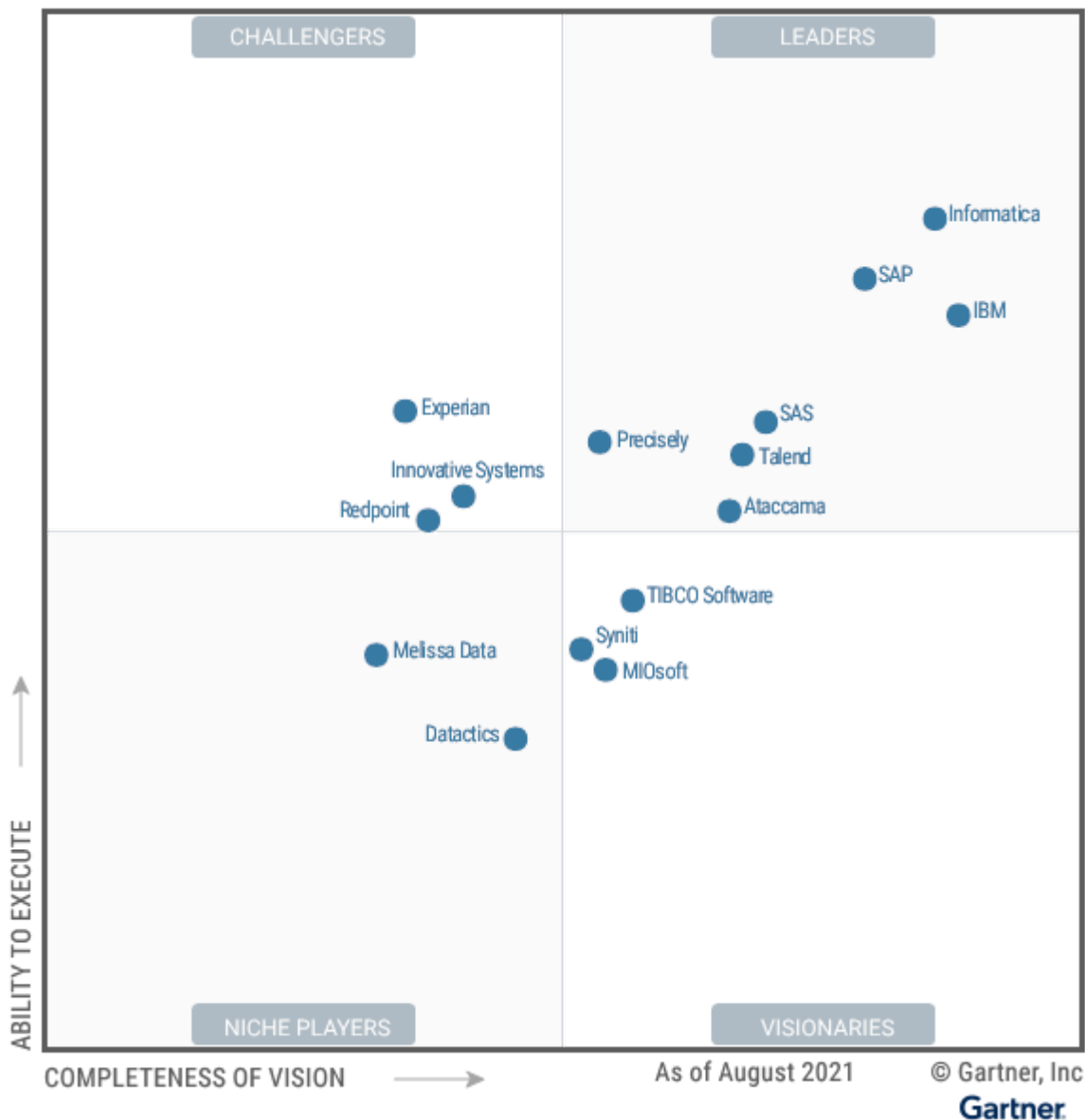
- **Connectivité** : la possibilité d'accéder et d'appliquer des règles de qualité des données à un large éventail de sources de données, y compris les sources de données internes et externes, sur site et dans le cloud, et relationnelles et non relationnelles.
- **Profilage, mesure et visualisation des données** : capacités d'analyse des données qui donnent aux fonctions commerciales et informatiques (en particulier celles qui soutiennent les utilisateurs professionnels) un aperçu de la qualité des données et qui les aident à identifier et à comprendre les problèmes de qualité des données.
- **Surveillance** : capacités qui aident à la compréhension et à l'assurance continues de la qualité des données en surveillant et en alertant sur les éventuels problèmes ou événements de qualité des données.
- **Analyse** : capacités intégrées qui décomposent les données en leurs composants.
- **Standardisation et nettoyage** : capacités intégrées qui appliquent les normes gouvernementales, industrielles ou locales, les règles commerciales ou les bases de connaissances pour modifier les données pour des formats, des valeurs et des mises en page spécifiques.
- **Correspondance, liaison et fusion** : fonctionnalités intégrées qui associent, lient et fusionnent des entrées de données associées au sein ou entre des ensembles de données, à l'aide de diverses techniques telles que des règles, des algorithmes, des métadonnées et l'apprentissage automatique.
- **Prise en charge multidomaine** : fonctionnalités packagées destinées à des domaines de données spécifiques, tels que le client, le produit, l'actif ou l'emplacement.

- **Validation/géocodage d'adresse** : capacités qui prennent en charge la normalisation et le nettoyage des données liées à l'emplacement, ainsi que l'achèvement des données partielles dans les processus en temps réel ou par lots.
- **Curation et enrichissement des données** : capacités qui intègrent des données provenant de sources externes pour améliorer l'exhaustivité et ajouter de la valeur.
- **Développement et mise en œuvre de règles métier** : capacités qui créent, déploient et gèrent des règles métier qui peuvent ensuite être appelées au sein de la solution ou par des applications tierces à des fins de validation des données.
- **Résolution des problèmes et flux de travail** : flux de travail de processus et interfaces utilisateur qui permettent aux utilisateurs professionnels non techniques d'identifier, de mettre en quarantaine, d'affecter, d'escalader, de résoudre et de surveiller les problèmes de qualité des données.
- **Gestion des métadonnées** : capacités de capture, de rapprochement et d'interopérabilité des métadonnées relatives aux objets de données et aux processus de qualité des données.
- **DataOps environnement**: Collaboration de la gestion des données pratiques de axé sur l' amélioration de la communication, l' intégration et l' automatisation des flux de données entre les gestionnaires de données et les consommateurs de données dans une organisation.
- **Environnement de déploiement** : styles de déploiement, matériel, système d'exploitation et options de maintenance pour le déploiement des opérations de qualité des données.
- **Architecture et intégration** : similitude, cohérence et interopérabilité entre les divers composants des ensembles d' outils de qualité des données (y compris les outils tiers).
- **Convivialité** : aptitude de la solution à engager et à prendre en charge les différents rôles (en particulier les rôles commerciaux non techniques) requis dans une initiative de qualité des données.

## Quadrant magique

Figure 1 : Magic Quadrant pour les solutions de qualité des données





Source : Gartner (septembre 2021)

## Points forts et précautions du fournisseur

### Ataccama

Ataccama est un leader dans ce Magic Quadrant ; dans l'édition précédente, c'était un visionnaire. Ataccama a son siège à Toronto, au Canada. Son produit de qualité des données est Ataccama ONE Data Quality Suite. On estime qu'Ataccama compte plus de 400 clients pour cette gamme de produits. Il propose également deux produits de qualité de données freemium : Ataccama Data Quality Analyzer et Ataccama ONE Profiler. Ses opérations se situent principalement dans la région EMEA et en Amérique du Nord, et ses clients sont principalement dans les secteurs bancaire et boursier, de la santé et du secteur public.

*Remarque : Ataccama a finalisé l'acquisition de Tellstory, une startup de visualisation de données, le 25 février 2021.*

### Forces

- **Croissance du chiffre d'affaires, des clients et du partenariat** : Ataccama a démontré une solide croissance de son chiffre d'affaires (12,8% en glissement annuel [YoY]) et une croissance de 11% de sa clientèle pour ses seuls produits et services de qualité des données. Le nombre d'employés a augmenté de 25 %, 42 % de cette augmentation étant attribuable au personnel de développement de produits. Le

fournisseur a également considérablement augmenté son écosystème de partenariat de conseil et de revendeur, y compris des partenaires mondiaux et régionaux.

- **Innovation technologique et portefeuilles** : Ataccama a investi dans l'ajout de technologies émergentes clés à ses capacités de base, notamment la détection d'anomalies basée sur l'IA et les métadonnées et la création de règles de qualité des données avec un moteur d'auto-apprentissage pour piloter l'automatisation des processus de qualité des données. Ataccama a également annoncé la deuxième génération de sa plate-forme Ataccama ONE, qui consolide la qualité des données, la gestion des données de référence, le catalogue de données, la gouvernance des données, l'intégration des données et d'autres capacités de gestion des données en une seule plate-forme.
- **Ventes et support client** : Ataccama a démontré une grande satisfaction de la part de ses clients en s'engageant pleinement dans le cycle de vente et en prenant en charge diverses demandes de POC. Les clients d'Ataccama apprécient les conseils de pré-implémentation et l'assistance au déploiement et la formation avec ses services professionnels.

### **Précautions**

- **Capacités de surveillance et de création de rapports** : les clients d'Ataccama signalent des lacunes dans les capacités de surveillance, de tableau de bord et de création de rapports dans Ataccama ONE. Dans la plupart des cas, ils nécessitent le complément d'autres outils d'analyse pour une visualisation complexe des problèmes de qualité des données et la gestion des problèmes. Les clients aimeraient que davantage soit fait dans cet espace pour apporter une meilleure expérience en matière de reporting et de visualisation. L'acquisition de Tellstory et la poursuite de l'intégration des technologies d'analyse et de visualisation des données provenant de Tellstory devraient renforcer ce domaine.
- **Facilité d'utilisation** : certains clients d'Ataccama commentent la courbe d'apprentissage abrupte dans certains domaines, tels que l'écriture d'expressions de règles, qui prend beaucoup de temps à comprendre et à apprendre. Cela oblige également les utilisateurs techniques à enquêter sur les problèmes si la règle échoue. L'outil d'environnement de développement intégré (IDE) est très technique et nécessite une formation approfondie afin de l'utiliser efficacement.
- **Tarification et licences** : Ataccama a entamé la transition d'un modèle perpétuel à un modèle d'abonnement uniquement, avec un achèvement prévu en 2021. Les prospects d'Ataccama qui préfèrent les approches de licence perpétuelles ou autres doivent envisager ce changement. Les clients existants doivent être conscients des impacts financiers possibles et des différentes obligations.

### **Datactique**

Datactics est un acteur de niche dans ce Magic Quadrant ; c'est sa première apparition dans le Magic Quadrant. Datactics a son siège à Belfast, au Royaume-Uni. Son produit de qualité des données est une plate-forme de qualité des données en libre-service, qui contient quatre composants : DQ Manager, DQ Clinic, FlowDesigner et AI Server. Datactics compte environ 110 clients pour ces gammes de produits. Ses opérations se situent principalement dans la région EMEA et en Amérique du Nord, et ses clients sont principalement dans les secteurs des services financiers, bancaires et gouvernementaux.

### **Forces**

- **Capacités d'intelligence artificielle** : le serveur AI de la plate-forme de qualité des données en libre-service contient une gamme de fonctionnalités d'intelligence artificielle, notamment des modèles prédéfinis pour

la résolution d'entités, la correspondance et la détection des valeurs aberrantes basées sur le ML, ainsi que la modélisation et l'analyse basées sur des graphiques de connaissances. Il est basé sur l'API REST, de sorte que toutes les fonctionnalités peuvent être appelées à partir de DQ Manager ou d'applications Web externes. Ces fonctionnalités permettent aux clients de Datactics de réduire le travail manuel dans leurs processus de qualité des données.

- **Facilité d'utilisation et de mise en œuvre** : les évaluateurs du forum Peer Insights de Gartner font l'éloge des produits Datactics pour leur flux de travail intuitif et convivial. Datactics nécessite un minimum de services de conseil pour implémenter et configurer les outils. Aucune programmation n'est requise pour la gestion des règles ; par conséquent, il ne nécessite pas une forte présence informatique. Les produits sont également livrés avec diverses intégrations prêtes à l'emploi avec de nombreux services tiers pour une connexion facile et rapide.
- **Approche en libre-service** : Datactics fournit des outils axés sur l'utilisateur et sans code pour répondre à la demande de plus en plus élevée d'initiatives de gestion de données dirigées par l'entreprise. La création et la gestion de règles par glisser-déposer facilitent l'utilisation du produit pour les utilisateurs non techniques.

### **Précautions**

- **Croissance du marché et visibilité** : Datactics dispose d'une petite clientèle dans le segment de la qualité des données, d'où sa faible part de marché. Il a eu une augmentation relativement faible du nombre de clients de la qualité des données en 2020 et reste relativement moins connu sur le marché global de la qualité des données. L'entreprise est petite, avec 54 employés uniquement situés dans la région EMEA. Il est également rarement mentionné par les utilisateurs du service d'enquête client de Gartner.
- **Concentration verticale limitée** : Datactics est la plus active dans les services financiers et le gouvernement, avec environ 95 % de ses clients dans ces secteurs. Les clients potentiels dans d'autres secteurs doivent vérifier que la technologie, les services et les connaissances industrielles de ce fournisseur répondront pleinement à leurs besoins commerciaux.
- **Stratégies de marketing et de vente** : Datactics opère actuellement uniquement au Royaume-Uni et ses clients sont principalement situés au Royaume-Uni et en Europe (80%). Datactics réalise également ses propres ventes directes, avec un chiffre d'affaires aussi faible que 5 % provenant d'OEM. Datactics devra étendre sa portée grâce à des partenariats à d'autres emplacements géographiques.

### **Expérien**

Experian est un challenger dans ce Magic Quadrant ; dans l'édition précédente, c'était aussi un Challenger. Experian a son siège social à Dublin, en Irlande. Ses produits de qualité des données incluent Experian Aperture Data Studio, Quick Address Systems (QAS) Pro (un produit de validation d'adresse basé sur le Web) et d'autres services/produits de validation de données. Experian compte environ 6 400 clients pour ces gammes de produits. Ses activités sont géographiquement diversifiées et ses clients sont principalement dans les secteurs des services financiers, de la santé et du commerce de détail.

### **Forces**

- **Croissance et présence sur le marché** : Experian continue de croître fortement avec une augmentation de son chiffre d'affaires de 15,6 % et conserve une bonne part de marché (environ 10 %) pour ses produits et services de qualité des données. De ses revenus liés à la qualité des données, 70 % proviennent des

services de validation des données. Il dispose d'un vaste écosystème, avec environ 20 000 clients B2B et des informations de crédit individuelles dans 44 pays à travers le monde. Cela représente un potentiel de marché important pour ses offres de qualité des données, en particulier dans les secteurs bancaire et financier.

- **Focalisation sur le domaine client** : Experian est spécialisé dans les données « clients » et les informations sur l'enrichissement client, alignées sur son activité de bureau de crédit. Quatre-vingt pour cent de ses clients utilisent le domaine des données de partie (client). Experian propose une gamme de fonctionnalités de validation des données de contact SaaS et sur site couvrant l'adresse, l'e-mail, le téléphone et la géolocalisation. Le fournisseur fournit également un riche ensemble de données de référence pour enrichir les données des clients. Experian positionne les technologies et services de qualité des données liés aux données client comme son différenciateur sur le marché.
- **Facilité d'utilisation et d'intégration** : les évaluateurs du forum Peer Insights de Gartner louent Experian pour sa facilité d'utilisation, avec des interfaces conviviales et intuitives. Les outils sont également faciles à appliquer à divers cas d'utilisation commerciale et faciles à intégrer à diverses sources de données grâce aux riches options de connectivité. Ces commentaires sont cohérents avec les précédentes enquêtes clients de référence du Magic Quadrant. Plus précisément, la convivialité basée sur les rôles des produits Experian permet une adoption facile par les utilisateurs non techniques.

### **Précautions**

- **Innovation et fonctionnalité** : même si Experian innove dans certaines tâches de qualité des données (par exemple, la correspondance d'enregistrements basée sur le ML), le fournisseur est toujours considéré comme en retard par rapport à ses concurrents dans l'utilisation des technologies émergentes (telles que les métadonnées actives et le traitement du langage naturel [NLP] ) pour construire l'automatisation dans des domaines plus larges de la qualité des données. De plus, Experian ne prend pas en charge le traitement des données de flux en temps réel ou l'intégration avec les solutions d'analyse commerciale.
- **Cas d'utilisation limités de la qualité des données** : à l'exception des services de validation des données pour les données client, les interactions avec les clients Gartner et d'autres points de données montrent des cas d'utilisation limités sur lesquels les clients d'Experian travaillent. Même si les produits du fournisseur sont capables de prendre en charge divers scénarios, ils sont moins souvent utilisés à des fins de développement de DataOps ou d'IA.
- **Impacts possibles sur les performances dus au contrat de licence** : Experian a des conditions de licence différentes associées à différentes limitations sur le volume d'enregistrements pouvant être traités ainsi qu'à des cas d'utilisation spécifiques. Les clients doivent être conscients des impacts possibles sur les performances si le volume de données atteint sa limite ou s'ils utilisent le produit pour un cas d'utilisation au-delà de ce pour quoi ils ont été autorisés. Le fournisseur s'engage à fournir des garde-corps dans le produit qui sont liés à des conditions de licence spécifiques.

### **IBM**

IBM est un leader dans ce Magic Quadrant ; dans l'édition précédente, c'était aussi un Leader. IBM a son siège à Armonk, New York. Ses produits de qualité des données sont IBM InfoSphere Information Server for Data Quality, InfoSphere QualityStage et Watson Knowledge Catalog (WKC), optimisés par Cloud Pak for Data. On estime qu'IBM compte plus de 2 500 clients pour ces gammes de produits. Ses activités sont géographiquement diversifiées et elle compte des clients dans divers secteurs.

## Forces

- **Solution de gestion des données intégrée et complète** : IBM WKC représente une plate-forme unique, complète et étroitement intégrée pour la gestion des données d'entreprise et la gouvernance, la qualité et la collaboration des modèles d'IA. En offrant une expérience de bout en bout ancrée dans la gestion des métadonnées et des politiques, la solution peut être exploitée pour prendre en charge la préparation des données dans divers cas d'utilisation, tels que la conformité réglementaire ou la modélisation de l'IA. WKC est également livré avec des accélérateurs de connaissances pour démarrer les clients WKC avec le glossaire métier, les politiques et les métadonnées pour leur secteur.
- **Compréhension du marché et innovation technologique** : les capacités de WKC reflètent la compréhension du marché du fournisseur et donc ses investissements dans les technologies émergentes clés pour créer une plate-forme unique, qui intègre des informations basées sur les métadonnées actives et fournit des expériences utilisateur basées sur la personnalité et un déploiement basé sur des conteneurs. L'innovation dans les métadonnées et l'automatisation basée sur l'IA/ML dans l'offre cloud, ainsi que les capacités de qualité et de gouvernance entièrement intégrées, font d'IBM l'un des meilleurs fournisseurs dans les évaluations concurrentielles vues par Gartner.
- **Prise en charge du cycle de vie DataOps et IA** : IBM WKC est bien placé pour prendre en charge les scénarios de cycle de vie DataOps et IA de bout en bout, en particulier lors de la simplification d'une série de processus de compréhension, de nettoyage et de préparation des données. Pour ce faire, il crée des pipelines de données avec des interfaces glisser-déposer et une détection des biais d'IA pour guider les utilisateurs dans la préparation de la préparation des données pour la création de modèles ML et pour atténuer les problèmes. Les clients d'IBM déclarent qu'il est facile de trouver, d'utiliser, de préparer et de partager des données entre les membres de l'équipe de manière sécurisée.

## Précautions

- **Plan de migration de produit** : la stratégie de produit d'IBM consiste à investir principalement dans WKC et à migrer progressivement ses clients InfoSphere Information Server (y compris Information Analyzer) vers le dernier WKC. Les gammes de produits Information Server passeront probablement en « mode maintenance » sans aucune nouvelle amélioration. Les clients actuellement liés à cette suite doivent envisager une migration vers WKC pour tirer parti des technologies nouvelles et innovantes d'IBM. Le passage à WKC nécessitera des licences supplémentaires, une infrastructure différente et un effort de migration important. Ceux-ci doivent être soigneusement examinés et planifiés à l'avance.
- **Licences compliquées** : les clients d'IBM ont évoqué des difficultés pour comprendre les licences complexes, par exemple les modifications apportées aux licences et la manière dont les métriques de licence existantes seront mises à niveau lors de la transition vers WKC. Les clients sont confrontés à la confusion lors de l'analyse des métriques de licence des outils existants (DataStage, par exemple) et de la façon dont ceux-ci peuvent être échangés/convertis en les nouvelles métriques de licence d'IBM Cloud Pak for Data
- **Baisse des revenus et perception des clients** : Gartner a estimé que les revenus d'IBM liés à la qualité des données avaient diminué en 2020 en raison de la concurrence croissante sur le marché. Certains prospects d'IBM ont l'impression que sa solution est compliquée, à grande échelle et ne convient qu'aux grandes entreprises disposant de professionnels de l'informatique qualifiés. Les petites et moyennes entreprises envisagent rarement IBM, à moins qu'elles n'aient utilisé d'autres solutions IBM.



## **Informatique**

Informatica est un leader dans ce Magic Quadrant ; dans l'édition précédente, c'était aussi un Leader. Informatica a son siège à Redwood City, en Californie. Ses produits de qualité des données sont Informatica Data Quality (IDQ), Informatica Cloud Data Quality (CDQ), Informatica Axon Data Governance, Informatica Data Engineering Quality et Informatica Data as a Service. Informatica compte plus de 6 000 clients pour ces gammes de produits. Ses activités sont géographiquement diversifiées et elle compte des clients dans divers secteurs.

### **Forces**

- **Compréhension et exécution du marché** : Informatica démontre une compréhension approfondie du marché de la qualité des données et une forte capacité à s'adapter aux changements et perturbations importants du marché, par exemple en prenant en charge la qualité des données sur différentes plateformes et cas d'utilisation et en faisant évoluer les capacités du cloud. Le vendeur comprend le marché et coordonne étroitement son positionnement avec les approches commerciales et la stratégie marketing. Il est fréquemment mentionné par les utilisateurs du service de demande de renseignements de Gartner et est présélectionné dans les évaluations concurrentielles pour les solutions de qualité des données.
- **Solutions innovantes de bout en bout** : Informatica propose des solutions intégrées de gestion des données, étayées par des métadonnées actives, l'IA/ML et d'autres technologies avancées. Ses vastes gammes de produits offrent des capacités complètes de gestion des données, notamment la qualité des données, la gestion des métadonnées, la gouvernance des données, le catalogage des données et la gestion des données de référence. Tous ces éléments sont réunis en une plate-forme intégrée de bout en bout avec la qualité des données intégrée à chaque processus de gestion des données. Ses clients louent l'innovation continue d'Informatica pour automatiser les processus de qualité des données.
- **Data as a service** : Informatica propose une large gamme de services de validation, d'enrichissement et de normalisation des données telles que les adresses postales, les géocodes, les e-mails et les numéros de téléphone. Ces services peuvent être consommés via SaaS, des appels d'API ou un déploiement sur site pour prendre en charge les exigences en lots et en temps réel. Ces services sont également disponibles en tant qu'accélérateur de qualité des données dans Informatica Data Quality, et ils sont devenus de plus en plus des fonctionnalités essentielles pour les entreprises qui ont une demande plus élevée de données précises au point d'entrée. Par exemple, Informatica fournit une API unique pour valider les adresses mondiales pour tous les pays, formats et langues.

### **Précautions**

- **Offre de produits de qualité des données – CDQ et IDQ** : en tant qu'initiative stratégique principale, Informatica apporte des capacités de qualité des données au cloud en les réorganisant et en investissant dans le produit Cloud Data Quality (CDQ). Actuellement, CDQ ne couvre pas encore toute la profondeur des fonctionnalités offertes par Informatica Data Quality (IDQ). Alors qu'Informatica développe davantage de fonctionnalités de base et fait mûrir le CDQ, les clients existants peuvent avoir besoin de solutions de contournement ou d'alternatives. Il existe également une confusion sur le marché quant à l'offre la mieux adaptée à des cas d'utilisation spécifiques. Informatica résout ce problème avec la formation et l'habilitation de ses équipes commerciales et partenaires.
- **Complexité de la tarification et de l'emballage** : Informatica propose des solutions intégrées avec de nombreux modules/composants vendables, qui ont leurs propres structures de tarification et de licence. Cela peut nécessiter que plusieurs produits Informatica travaillent ensemble pour prendre en charge des

cas d'utilisation plus larges de la qualité des données. Par exemple, les clients ont besoin de produits Informatica tels que Informatica Enterprise Catalog, Axon et IDQ pour prendre en charge les cas d'utilisation de la gouvernance des données. Cela introduit un effort supplémentaire dans le maintien de plusieurs accords de tarification et de licence.

- **Baisse des revenus et concurrence croissante** : en raison de l'accent mis davantage sur l'iPaaS et les logiciels de gestion des métadonnées, les revenus des produits de qualité des données d'Informatica ont diminué de 6,8 % en 2020, selon les chiffres du marché de Gartner. Le fournisseur fait face à une forte concurrence avec des fournisseurs plus petits proposant des prix plus compétitifs et des offres moins complexes pour une adoption rapide. Avec la combinaison d'une tarification basée sur la consommation et d'extensions de fonctionnalités Cloud Data Quality, Informatica s'attaque à cette concurrence.

## **Systemes innovants**

Innovative Systems est un challenger dans ce Magic Quadrant ; dans l'édition précédente, c'était un Challenger. Innovative Systems a son siège à Pittsburgh, en Pennsylvanie. Ses produits de qualité des données comprennent Enlighten Data Quality Suite et FinScan, qui résident tous deux sur la plate-forme client Synchronos Enterprise. Innovative Systems compte environ 1 046 clients pour ces produits. Ses activités se situent principalement dans les Amériques et dans la région EMEA, et ses clients sont principalement dans les secteurs de la banque et des valeurs mobilières, des assurances et des médias.

## **Forces**

- **Hébergé/SaaS et DQaaS** : Innovative Systems a répondu à la demande du marché pour une mise en œuvre simple et flexible en offrant des services de qualité des données hébergés/gérés en plus de ses options de déploiement sur site et cloud existantes. En 2020, 78 % de ses nouveaux revenus nets provenaient de l'environnement hébergé (contre 48 % en 2019). Les clients peuvent facilement passer de l'hébergement sur site à l'hébergement, sans différence de résultats et sans courbe d'apprentissage. Le fournisseur traite actuellement plus de 100 milliards d'enregistrements par an et s'attend à une accélération de cette tendance en raison de la pandémie de COVID-19.
- **Base de connaissances sur la qualité des données** : Innovative Systems fournit une base de connaissances sophistiquée basée sur une approche d'IA participative qui modélise les comportements humains en externalisant des milliards d'enregistrements. Le contenu évolue constamment en fonction des commentaires participatifs avec des capacités d'enrichissement en auto-apprentissage. Il vise à fournir des résultats de traitement de la qualité des données plus rapides et plus précis.
- **Satisfaction client** : les clients déclarent qu'il est facile de faire affaire avec Innovative Systems et expriment une grande satisfaction de son service et de son assistance, en particulier en ce qui concerne l'assistance technique sur les produits, les services professionnels et la formation des utilisateurs finaux. Innovative Systems conserve une clientèle fidèle (taux de rétention de la clientèle de 93 %), certains utilisant ses produits depuis plus de 30 ans.

## **Précautions**

- **Présence sur le marché et part d'esprit** : malgré une longue histoire sur le marché des outils de qualité des données (plus de 50 ans) et une croissance constante des revenus et de la clientèle, Innovative Systems a encore une présence sur le marché relativement limitée. Le fournisseur cible principalement la qualité des données pour les cas d'utilisation de risque et de conformité. La présence sur le marché dans d'autres cas d'utilisation, tels que les DataOps, l'analyse ou la gouvernance des données, a fait défaut. De

plus, il est rarement vu par Gartner dans des situations concurrentielles et est rarement mentionné par les utilisateurs du service d'enquête client de Gartner.

- **Secteur d'activité et domaine des données** : Innovative Systems est le plus actif dans le secteur des services financiers, où son objectif comprend la qualité des données pour la conformité et l'atténuation des risques. Plus de 76 % de son chiffre d'affaires (base clients) est réalisé dans les secteurs de la banque, des valeurs mobilières et des assurances. Bien que les services financiers soient l'un des secteurs les plus exigeants pour les initiatives de qualité des données, les clients potentiels des autres secteurs doivent confirmer que la technologie et les services de ce fournisseur répondront pleinement à leurs besoins commerciaux. De plus, Gartner constate une utilisation relativement limitée des produits Innovative Systems en dehors du domaine des données client/partie.
- **Disponibilité de l'expertise produit** : la taille relativement petite d'Innovative Systems limite la disponibilité d'une expertise produit pertinente sur le marché au sens large, ce qui peut constituer un obstacle à l'adoption. Le fournisseur étend son partenariat avec des intégrateurs de systèmes et des fournisseurs de services pour compléter ses propres ressources, en particulier les régions hors de l'Amérique du Nord.

### **Données de Mélissa**

Melissa Data est un acteur de niche dans ce Magic Quadrant ; dans l'édition précédente, c'était aussi un Niche Player. Melissa Data a son siège à Rancho Santa Margarita, en Californie. Ses produits de qualité des données comprennent Contact Zone, Data Quality Suite, Data Quality Components pour SQL Server, Sentient Suite et Unison. Melissa Data compte environ 1 000 clients pour ces produits. Ses activités se situent principalement en Amérique du Nord et ses clients sont principalement dans les secteurs des communications, des services financiers et de la santé.

### **Forces**

- **Services de validation des données** : la suite de qualité des données de Melissa est une solution de vérification des données pour valider et normaliser divers objets de données tels que les adresses, les e-mails, les numéros de téléphone, l'identification nationale et les dates de naissance via des microservices SaaS ou basés sur des API basés sur plusieurs sources de données de référence faisant autorité et règles spécifiques au domaine. Melissa propose des services de validation de données plus complets dans le domaine client que ses concurrents sur le marché. Environ 75 % de ses clients sont abonnés à ces services de validation de données.
- **Déploiement ciblé basé sur des outils** : en plus du déploiement sur site, Melissa propose des API pour les microservices DQ pour les processus de qualité des données tels que le profilage, la vérification, la vérification ou l'enrichissement. Cette approche offre aux clients la possibilité de consommer les services DQ individuellement ou de les combiner pour couvrir l'ensemble du spectre des processus DQ de bout en bout. Les clients peuvent payer au fur et à mesure qu'ils consomment sans acheter au départ sur de grandes plateformes monolithiques. Les initiatives de qualité des données plus importantes peuvent encore nécessiter des solutions plus sophistiquées et bien préparées, en particulier au niveau de l'entreprise ; cette approche attire les petites entreprises qui sont en faveur de solutions légères pour un démarrage rapide dans leur parcours de qualité des données.
- **Processus de vérification d'identité sophistiqué** : Melissa propose une vérification d'identité complète, en commençant par la vérification de l'adresse, puis en faisant correspondre tous les éléments de contact à l'adresse, en vérifiant les documents d'identification et en filtrant les personnes sur de nombreuses listes

de surveillance. L'identité validée peut être corroborée et fiable par rapport à plusieurs sources à partir d'un ensemble de données luxuriant de milliards d'enregistrements actifs et historiques provenant d'autorités mondiales. Melissa Data montre un avantage concurrentiel avec ces fonctionnalités pour prendre en charge les cas d'utilisation de la lutte contre le blanchiment d'argent, par exemple.

### **Précautions**

- **Compréhension du marché et stratégie** : Melissa Data doit encore démontrer sa compréhension approfondie du marché de la qualité des données et sa capacité à s'adapter en fonction des tendances clés en matière de personas, de diversité des données, d'analyse de la qualité des données, de capacités intelligentes et de déploiement. Sa compréhension du marché est centrée sur la validation des données du domaine client. Ceci est fortement corrélé à sa stratégie de vente et de marketing et à son offre de produits. Gartner n'a pas constaté d'adoption significative de la solution du fournisseur dans des initiatives plus larges de qualité des données telles que la gouvernance des données ou la préparation et l'intégration des données.
- **Innovation technologique** : Melissa Data se concentre principalement sur les technologies de vérification, d'appariement et d'enrichissement de l'identité. Il est à la traîne par rapport à ses concurrents pour ce qui est de l'introduction d'innovations et de nouvelles pratiques avec les technologies émergentes dans ses fonctionnalités générales de qualité des données. Par exemple, le fournisseur ne propose pas de résolution de problèmes basée sur l'apprentissage automatique et les métadonnées qui apprend et applique des règles à des scénarios similaires. Il ne fournit pas non plus de détection d'anomalies avec une capacité d'analyse sophistiquée. Cependant, Melissa a démontré le raisonnement machine pour la détection d'anomalies avec son ensemble d'outils Sentient Suite.
- **Concentration géographique et expansion internationale** : Melissa Data génère environ 95 % de ses revenus en Amérique du Nord et sa présence est minimale dans le reste du monde. Melissa Data se développe actuellement sur les marchés internationaux avec des bureaux en Grande-Bretagne, en Allemagne, à Singapour et en Inde. Elle travaille également en partenariat avec des agents de marketing en Chine et à Singapour pour des opportunités commerciales.

### **MIOsoft**

MIOsoft est un visionnaire dans ce Magic Quadrant ; dans l'édition précédente, c'était aussi un Visionnaire. MIOsoft a son siège à Madison, Wisconsin. Ses produits de qualité des données sont MIOvantage Platform et MIOvantage DQ Explorer. MIOsoft compte environ 465 clients pour ces gammes de produits. Ses clients sont majoritairement en Asie. Environ 80% de son chiffre d'affaires provient d'Asie et 45% de ses clients sont principalement dans l'industrie des télécommunications. Le fournisseur a également des clients en Amérique du Nord et dans la région EMEA, et soutient les secteurs de l'assurance et du public.

### **Forces**

- **Évolutivité et performances** : les clients de MIOsoft signalent que ses produits sont puissants lorsqu'ils effectuent le traitement de données en temps réel de données de flux ou de données Internet des objets (IoT). Ses dépenses de R&D représentent 70 % du chiffre d'affaires pour les produits de qualité des données avec un accent principal sur l'évolutivité et les performances, en particulier pour l'évolutivité 5G pour l'industrie des télécommunications. Ses performances, son évolutivité et sa fiabilité sont parmi les plus élevées signalées dans le forum Gartner's Peer Insights.

- **Résolution d'entité** : MIOsoft fournit un moteur de règle de résolution de conflit graphique (CRR) complet pour faire correspondre les entités ou découvrir les relations entre les entités au sein ou entre les systèmes. Les clients ont particulièrement apprécié cette capacité à faire correspondre les comptes des clients finaux créés dans les systèmes frontaux à leurs comptes d'utilisateurs finaux correspondants dans CRM pour une vue client complète à 360 degrés.
- **Support client** : MIOsoft conserve une clientèle fidèle en raison de sa grande satisfaction client. Les clients font l'éloge de la prévente, de la négociation des prix, de la conception, des tests, du support de mise en production/post-mise en service du fournisseur et d'autres services et supports généraux. Gartner a vu des commentaires similaires de ses clients depuis plusieurs années.

### Précautions

- **Stratégies marketing et exécution** : MIOsoft est présent sur le marché DQ depuis plus de 20 ans et reste une petite entreprise avec 200 employés. Le vendeur dépense relativement peu en marketing ; cela dépend du bouche à oreille et du co-marketing dirigé par les partenaires, en particulier en dehors des États-Unis. Par conséquent, l'exécution et la présence marketing de MIOsoft sont très limitées. Gartner n'a pas souvent vu MIOsoft présélectionné lors du processus de sélection des fournisseurs.
- **Flux de travail de gouvernance des données** : le flux de travail global graphique/basé sur le Web pour une perspective de gestionnaire de données n'est ni suffisant ni intuitif pour afficher les enregistrements d'exception de DQ, corriger ces enregistrements et gérer les règles.
- **Rapports et tableaux de bord** : les clients de MIOsoft signalent que les rapports et tableaux de bord packagés et personnalisés pour les vues opérationnelles, managériales et exécutives sur la qualité des données font défaut. Ils souhaitent voir une analyse et une visualisation plus sophistiquées.

### Précisément

Est précisément un leader dans ce Magic Quadrant ; dans l'édition précédente, c'était aussi un Leader. Precisely a son siège à Burlington, dans le Massachusetts. Ses produits de qualité des données comprennent les familles de produits Precisely Trillium, Precisely Spectrum et Precisely Data360. Précisément a environ 4000 clients pour ces produits. Ses activités sont géographiquement diversifiées et elle compte des clients dans divers secteurs.

*Remarque : Précisément, récemment soutenu par Clearlake Capital Group et TA Associates, a annoncé son accord pour l'acquisition d'Infogix le 5 mai 2021. L'acquisition a été finalisée début juin 2021. Pour une compréhension plus approfondie de cette acquisition et de ses implications potentielles, voir [Notification de transaction d'entreprise : précisément](#) . Le 14 juin 2021, Precisely a annoncé l'acquisition de Winshuttle, un éditeur proposant un portefeuille de solutions de gestion de données, dont sa solution de gestion de données de référence EnterWorks.*

### Forces

- **Acquisition d'Infogix** : L'acquisition d'Infogix par Precisely étend ses offres de gestion de données pour atteindre des portefeuilles plus complets, y compris les métadonnées, la qualité des données et la gouvernance des données. Data360 d'Infogix permet d'intégrer davantage les investissements dans la qualité des données aux programmes de gouvernance des données d'entreprise pour renforcer la confiance des données via des pipelines de données. Ces solutions de gestion des métadonnées acquises auprès d'Infogix sont considérées comme stratégiquement importantes pour compléter les

portefeuilles de produits actuels de Precisely. En particulier, le catalogue de données et le glossaire métier doivent être intégrés aux pratiques de qualité des données.

- **Stratégie de marché et exécution** : démontre avec précision une forte concentration sur le marché en fournissant des données fiables avec une précision, une cohérence et un contexte maximum pour une prise de décision commerciale en toute confiance. Elle a également investi dans le marketing pour accroître la notoriété de la marque à travers divers canaux et campagnes de marketing numérique. Il est de plus en plus mentionné par les utilisateurs du service d'enquête client de Gartner.
- **Capacités de validation d'adresse et de géocodage** : précisément, les clients font l'éloge des capacités de validation d'adresse et de géocodage/d'enrichissement des données spatiales du fournisseur. Il s'agit d'une force de longue date pour les gammes de produits Trillium et Spectrum.

### **Précautions**

- **Stratégie de croissance à long terme** : Precisely a considérablement étendu ses capacités de gestion des données grâce à de nombreuses acquisitions ces dernières années. Précisément a récolté la clientèle, les relations commerciales et les technologies issues de ces acquisitions. Il est essentiel que Precisely affiche une croissance organique à l'avenir. Son plan stratégique global visant à clarifier les acquisitions est attendu. Pour aider les clients à la recherche d'une stratégie de gestion des données holistique de Precisely, il doit travailler sur des aspects tels que l'atténuation des chevauchements de capacités dans l'ensemble du portefeuille, l'unification de l'expérience utilisateur sur tous les produits et la rationalisation des modèles de tarification.
- **Feuille de route du produit** : Precisely propose actuellement trois gammes de produits distinctes pour ses offres de qualité des données : Trillium Quality (issu de l'acquisition de Trillium), Spectrum Quality (issu de l'acquisition de Pitney Bowes Software & Data) et Data360 (issu de l'acquisition d'Infogix). Vendre les trois solutions de qualité des données simultanément sera un défi, étant donné que les caractéristiques de qualité des données sous-jacentes sont similaires. Pour une meilleure rentabilité et une meilleure assistance à ses clients, Precisely devra consolider et intégrer ces produits de qualité des données. Précisément, les clients ont exprimé des inquiétudes concernant la feuille de route des produits du fournisseur pour ces trois gammes de produits de qualité des données. Precisely travaille à ajuster les feuilles de route des produits sur ces gammes de produits et à articuler leur position dans la suite Precisely Data Integrity. En outre,
- **Innovation de produit** : est précisément à la traîne par rapport à ses concurrents dans l'introduction d'innovations et de nouvelles pratiques avec les technologies émergentes. Par exemple, Precisely n'a pas de recommandation de règle basée sur les métadonnées pour recommander des règles de qualité des données basées sur des métadonnées liées ou détectées par des types sémantiques dans un attribut de données. Il ne fournit pas non plus de résolution de problèmes basée sur l'apprentissage automatique qui apprend et applique des règles à des scénarios similaires.

### **Point rouge**

Redpoint est un challenger dans ce Magic Quadrant ; dans l'édition précédente, c'était un Niche Player. Redpoint a son siège à Wellesley Hills, Massachusetts. Son produit de qualité des données est Redpoint Data Management. Le vendeur a environ 300 clients pour ce produit. Ses activités se situent principalement en Amérique du Nord et dans la région EMEA, et ses clients sont principalement dans les secteurs de la vente au détail, des services financiers et de la santé.

## **Forces**

- **Focalisation sur le domaine client** : intégrée à sa plate-forme de données client, Redpoint Data Management fournit un traitement automatisé en temps réel de la qualité des données client sur de nombreux canaux et sources de données différents. Redpoint a fait preuve d'un grand soutien dans la mise en correspondance d'entités et les résolutions pour créer et maintenir une vue client unique en temps réel pour les cas d'utilisation marketing, commerciaux et opérationnels.
- **Satisfaction client** : Redpoint conserve une clientèle fidèle et figure parmi les fournisseurs les mieux notés pour son support client sur le forum Gartner Peer Insights. Certains des clients de référence de la société déclarent que Redpoint est un excellent partenaire depuis plus de 10 ans et qu'ils ont constaté une amélioration constante des fonctionnalités des produits Redpoint. Si une fonctionnalité n'est pas prête à répondre à leurs exigences commerciales, l'équipe de support du fournisseur travaille de manière proactive pour fournir une assistance pour résoudre les problèmes.
- **Performances et évolutivité** : les évaluateurs du forum Gartner Peer Insights font l'éloge des performances et de l'évolutivité des produits de qualité des données de Redpoint, en particulier pour la prise en charge du traitement des données en temps réel dans les environnements Hadoop avec des milliards d'enregistrements de transactions.

## **Précautions**

- **Market and company growth**: Redpoint has a comparatively small customer base in the data quality segment, leading to its low market share. It had a relatively small increase in customer numbers in 2020, and it remains relatively less-known in the overall data quality market. It is also rarely mentioned by users of Gartner's client inquiry service. Founded in 2006, Redpoint remains a small company with around 180 employees, although it does extend its reach with global SI partners. Potential customers should assess the vendor's and partners' resources and ability to sustain product innovation and support both existing and new customers.
- **Product innovation**: Redpoint lags behind its competitors in terms of extending product innovation to key areas, such as metadata-based rule recommendation, machine-learning-based rule curation and data quality issue collaboration. Redpoint Automated Machine Learning is an add-on to its Data Management platform for possible advanced features. It's expected that Redpoint will include such enhancements in its roadmap.
- **Deployment options**: Redpoint currently does not provide consumable SaaS-based data quality services, nor does it support containerized deployment. The deployment options are limited to on-premises or public/private cloud environments. Redpoint, however, has included DQaaS and container-based solutions with microservices architecture in the product roadmap for 2021.

## **SAP**

SAP is a Leader in this Magic Quadrant; in the previous edition, it was also a Leader. SAP has headquarters in Walldorf, Germany. Its data quality products include SAP Information Steward, SAP Data Services and SAP Data Intelligence (formerly Data Hub). SAP has an estimated 24,700 customers for these product lines. Its operations are geographically diversified, and it has clients in various sectors.

## **Strengths**

- **Revenue growth and market share:** SAP continues to have strong growth in market share, and it was the largest vendor in market share (21.8%) for data quality products and services in 2020. It has 7.2% YoY revenue growth from data-quality-related product lines. SAP has a large customer base from its ecosystems, strong brand recognition and an extensive partnership network with technology providers, system integration (SI) and marketing partners.
- **Comprehensive and integrated data management portfolio:** SAP data quality products are undergoing a strategic transformation centered on SAP Data Intelligence. This transformation brings tighter integration with existing SAP data management capabilities such as data integration, metadata cataloging, governance and orchestration. This comprehensive portfolio provides added value to SAP customers with an integrated data management solution that also integrates with SAP's business applications and business processes.
- **Hybrid data management offering:** Most SAP customers are using SAP Information Steward, which is primarily deployed to the on-premises environment by its customers. SAP Data Intelligence extends and expands this capability by offering hybrid deployment options to bring data management solutions to SAP Business Technology Platform (BTP), which supports hybrid deployments. The reuse of Information Steward rules, the sharing of glossary terms within Data Intelligence, and the flexibility of executing jobs on-premises or in the cloud are very much appreciated by its customers.

### **Cautions**

- **Partner-led innovation:** Data-quality-specific innovation is considered limited compared with the other market leaders. In fact, AI-enabled capabilities for DQ are mostly supported via partner offering on the SAP platform. Examples include Syniti's Knowledge Platform and Accenture's Intelligent Data Quality Platform, which support SAP systems by enabling automatic rule suggestion, anomaly identification and auto-cleansing features to address data quality issues that are not yet natively built on SAP.
- **Integration with non-SAP systems:** SAP's data quality products feature strong integration within SAP ecosystems, but some customers indicate that connecting to non-SAP platforms requires more advanced API knowledge and skills. Sometimes, it will require additional technical support or training from SAP or consulting partners.
- **User experience and training cost:** SAP's data quality products offer a long list of features that can be specifically used to transform the data. However, some customers comment that it is a complicated process to configure and use them. Typically, training is required in order to use the tools effectively and efficiently, and the training cost is relatively high compared with other application training.

### **SAS**

SAS is a Leader in this Magic Quadrant; in the previous edition, it was also a Leader. SAS has headquarters in Cary, North Carolina. Its data quality products are SAS Data Management, SAS Data Quality, SAS Data Loader for Hadoop, SAS Data Governance, SAS Data Preparation on SAS Viya and SAS Event Stream Processing on SAS Viya. SAS has an estimated 2,700 customers for these product lines. Its operations are geographically diversified, and its clients are primarily in the banking, government and services sectors.

### **Strengths**

- **Product strategy:** SAS Data Quality and Information Governance components are delivered by default for all SAS Viya customers without additional cost. SAS Viya, a cloud-native platform, also includes tighter



integration of data quality functions within SAS ecosystems. SAS customers can leverage its data quality capabilities in any of its products.

- **Data quality knowledge base:** SAS Quality Knowledge Base (QKB) provides a collection of data quality functions that can be performed during the data management operation. The QKB currently focuses on customer and product data. It's available for 40 countries in 28 languages over 10 definition types (such as standardization, extract and pattern analysis). Users can customize or extend predefined functions from QKB with a customization tool and build their own quality knowledge base. The QKB provides access to data quality functions throughout the entire SAS stacks of runtime environments, including in-database, in-stream and in-memory.
- **Real-time data quality in stream:** With the SAS event stream engine, data quality functions can be pushed out to the edge. For example, apply data cleansing, parsing or standardization functions to the data as it flows in as a stream. This will take data quality all the way to the edge and apply data quality functions to where the data is, even if the data is coming in as a stream. This specific feature supports real-time data quality requirements, such as streaming data from operations, sensors or IoT devices.

### **Cautions**

- **Technology innovation:** Despite the integrated data management platform with powerful data quality features, SAS still lags behind its competitors in product innovation. SAS lacks native support for several key emerging technologies, such as data quality issue collaboration and resolution and autoinference or creation of data quality rules by leveraging active metadata and machine learning algorithms to provide best next actions. Some of these could be achieved with additional coding and custom development.
- **Product documentation and professional services:** Some SAS customers comment that there is not enough product documentation available and some product functions need specific SAS professional services to make them work properly. Additionally, there are limited consulting suppliers with the required experience in the market.
- **Integration with other applications:** Multiple customers in the peer user community have stated that integration with other applications has been challenging, time-consuming and sometimes requires a SAS expert. Not all components of the platform interoperate with each other seamlessly. Sometimes, issues cannot be solved even with guidance from SAS support.

### **Syniti**

Syniti is a Visionary in this Magic Quadrant; in the previous edition, it was a Niche Player. Syniti has headquarters in Needham, Massachusetts. Its data quality product is Syniti Knowledge Platform. Syniti has an estimated 450 customers for this product. Its operations are mostly in North America, EMEA and Asia, and its clients are primarily in the pharmaceuticals and life sciences, manufacturing, and food sectors.

*Note: Syniti announced its acquisition of 360Science, a data quality vendor specializing in matching, deduping, unifying, linking and verifying contact and business data on 24 September 2021.*

### **Strengths**

- **Global partnership and alliance with SAP and others:** Syniti maintains strong partnership with SAP. It has a global reseller agreement and elite partnership status in many SAP programs. In addition, Syniti provides cloud-based data quality and data migration solutions and implementation services designed specifically

for SAP ecosystems. Syniti is also building global alliances with other software partners (such as SI and ERP vendors), leveraging its strength in system integration and implementation experiences. With this extended partner ecosystem and shared go-to-market strategies, Syniti has continued to broaden its sales opportunities.

- **Product offering and innovation:** Syniti just went through rebranding activity to consolidate its data management capabilities into Syniti Knowledge Platform, which provides extended enterprise data management capabilities including data quality, metadata management and master data management. This integrated solution provides cloud native offerings, built-in knowledge graph capability, natural language narratives for reporting and process automation to support various data quality use cases.
- **Jump-start package for quick adoption:** Syniti launched a jump-start program to help its customers quickly deliver business outcomes through their data quality efforts by providing a full version of Syniti Knowledge Platform with embedded knowledge packs, sophisticated packaged rules and predefined reports and expert services. The program targets a four- to six-week project timeline for quick ROI.

### **Cautions**

- **Market presence:** Despite its strong partnership with other big vendors, Syniti has limited market visibility outside of SAP networks, as indicated by its comparatively rare presence in competitive situations known to Gartner and infrequent mentions by users of Gartner's client inquiry service.
- **Limitation on some features:** Syniti Knowledge Platform currently lacks certain data quality features. For example, it does not have packaged functionality to address specific requirements of data generated by IoT solutions, including IoT platforms, gateways, devices and sensors. There is also a lack of out-of-the-box automatic data standardization, where the tool can identify similar values within a data attribute and recommend and apply a correct standard value using machine learning techniques.
- **Professional services scarcity:** Syniti's customers indicated that externally sourced, experienced resources are difficult to find. However, good extraction, transformation and loading (ETL)/SQL resources can be easily trained in the methodology and can come up to speed quite quickly. Nevertheless, customers would like to see more system integrators and outsourcers with skills in Syniti's products.

### **Talend**

Talend is a Leader in this Magic Quadrant; in the previous edition, it was also a Leader. Talend has headquarters in Redwood City, California. Its data quality products include Talend Data Fabric and Talend Data Catalog. Talend has an estimated over 1,854 licensed customers for this product line. It also has two freemium data quality products: Talend Open Studio for Data Quality and Talend Data Preparation Free Desktop. Its operations are geographically diversified, and its clients are primarily in the media services, financial services and manufacturing sectors.

*Note: Thoma Bravo, a private equity investment firm, announced the acquisition of Talend on 2 September 2021.*

### **Strengths**

- **Revenue growth and partner ecosystem:** Talend performed well in the data quality solution market in 2020, growing license revenue by approximately 42% according to Gartner market numbers. Talend also

had a threefold increase in its ecosystem partnership with SI vendors, value-added resellers (VARs) and cloud platform providers, which presents significant resources for sales and customer support.

- **Market understanding and product offerings:** Talend demonstrated good market understanding, healthy sales and a marketing strategy aligned with emerging trends. Talend Data Fabric increasingly appears in competitive situations seen by Gartner. The product offers an integrated, end-to-end solution that includes capabilities in data quality, data catalog, data preparation and data integration.
- **User community:** Talend is expanding its peer user community and reaches over 46,000 users. There are also 50 Talend user groups worldwide to support over 9,000 user group members. Approximately 2,000 components are built and shared by the community users. A large percent of these components are for data integration. However, data quality users are also taking advantage of these resources. This represents significant resources complementing its existing formal customer support channels.

### **Cautions**

- **Data quality focus:** Talend's customers most often use Talend capabilities for the data preparation and data integration use cases. They are less likely to use Talend to support analytics governance scenarios. Some customers pointed out that the workflow for policy setup and enforcement could be improved to better support governance requirements.
- **Pricing and licensing:** Talend Data Fabric is packaged and sold as an integration solution. Customers pay one price for the entire product. It may not be cost-efficient if only the data quality components are required. Therefore, the pricing may be more expensive compared with peer products in the market if you are not leveraging its comprehensive product features.
- **Product configuration concern:** Some customers have experienced instability due to configuration issues. Due to the complexity of various use cases and deployments, and based on an organization's needs and technical environment, Talend encourages customers to engage with its Professional Services teams for support and best practices.

### **TIBCO Software**

TIBCO Software is a Visionary in this Magic Quadrant; this is its first appearance in the Magic Quadrant. TIBCO is based in Palo Alto, California. It offers TIBCO Omni-Gen Data Quality (acquired from Information Builders). TIBCO has an estimated over 320 customers for this product. Its operations are mostly focused in North America and EMEA, and its clients are primarily in the financial services, healthcare and public sectors.

*Note: On 5 January 2021, TIBCO announced that it had closed the acquisition of Information Builders, who was Visionary in the previous edition of this Magic Quadrant. For a more in-depth understanding of this acquisition and its potential implications, see [Corporate Transaction Notification: Information Builders](#).*

### **Strengths**

- **Enhanced data management capabilities:** The data quality solutions acquired from Information Builders are considered strategically important in complementing TIBCO's current product portfolios. Together with its existing solutions in data integration, metadata and master data management, TIBCO inherits data quality management solutions to achieve more comprehensive data management portfolios and strengthen its market position.

- **Cloud and hybrid enablement:** TIBCO's strong initiatives in cloud and hybrid architecture support streamlined deployments either on-premises, in major public cloud environments, or through a fully hosted and managed service in Microsoft Azure, Google Cloud or AWS.
- **Go-to-market partnerships:** TIBCO partners with major cloud service providers, 25-plus system integrators, and hundreds of VAR and technology partners and has expanded its global presence in over 30 countries. This partnership provides extensive implementation, training and industrial expert services, which extends the vendor's outreach to various sectors and regions.

### **Cautions**

- **Product roadmap and offering strategies:** TIBCO Omni-Gen Data Quality remains as a stand-alone product. However, some data quality features are also integrated and embedded with TIBCO Unify and Predict products. TIBCO does not mention TIBCO Omni-Gen Data Quality as a product offering on its website, nor does it show its support of data quality solutions. This raises a concern for existing customers about TIBCO's product offering and product roadmap for future enhancement and innovation. TIBCO commented that it is building an integrated TIBCO DQ platform and will soon make an announcement.
- **Out-of-box data quality features:** TIBCO Omni-Gen Data Quality currently does not provide some out-of-the-box data quality features such as automated issue resolution, metadata-based rules and machine-learning-based matching. However, these features could be achieved through TIBCO's data science and ML tools with the vendor's experienced data science professional service team.
- **Market growth and presence:** Gartner's market share data shows that TIBCO occupied only 0.3% of overall market share in 2020. It is rarely seen by Gartner in competitive situations and is rarely mentioned by users of Gartner's client inquiry service.

### **Vendors Added and Dropped**

We review and adjust our inclusion criteria for Magic Quadrants as markets change. As a result of these adjustments, the mix of vendors in any Magic Quadrant may change over time. A vendor's appearance in a Magic Quadrant one year and not the next does not necessarily indicate that we have changed our opinion of that vendor. It may be a reflection of a change in the market and, therefore, changed evaluation criteria, or of a change of focus by that vendor.

We review and adjust our inclusion criteria for Magic Quadrants as markets change. As a result of these adjustments, the mix of vendors in any Magic Quadrant may change over time. A vendor's appearance in a Magic Quadrant one year and not the next does not necessarily indicate that we have changed our opinion of that vendor. It may be a reflection of a change in the market – and therefore, changed evaluation criteria – or of a change of focus by that vendor.

### **Added**

- **TIBCO Software:** TIBCO has been included as a first-time entrant in this Magic Quadrant because it met the inclusion criteria after the acquisition of Information Builders.
- **Datactics:** Datactics has been included as a first-time entrant in this Magic Quadrant because it met the inclusion criteria.

## Dropped

- **Oracle:** Oracle was not included in this year's Magic Quadrant because the required information was not made available by the vendor to substantiate its ability to meet the latest inclusion criteria for this research.
- **Infogix:** Infogix was acquired by Precisely in June 2021.
- **Information Builders:** Information Builders was acquired by TIBCO Software in January 2021.

## Inclusion and Exclusion Criteria

For Gartner clients, Magic Quadrant research identifies and then analyzes the most relevant providers and their products in a market. Gartner uses, by default, an upper limit of 20 vendors to support the identification of the most relevant providers in a market. On certain occasions, the upper limit may be extended by Methodologies where the intended research value to our clients might otherwise be diminished.

The inclusion criteria represent the specific attributes that Gartner analysts believe are necessary for inclusion in this research. To be included in this Magic Quadrant, vendors had to fulfill *all* the following criteria:

- Offer stand-alone software solutions that are positioned, marketed and sold specifically for general-purpose data quality applications: Vendors that provide several data quality product components must demonstrate that these are integrated and collectively meet the full inclusion criteria for this Magic Quadrant.
- Deliver core data quality functions for, at minimum, profiling, interactive visualization, business rule creation, rule-based data validation, parsing, standardization, cleansing, matching, multidomain data support and business-driven workflow.
- Support the above functions in both scheduled (batch) and interactive (real-time) modes.
- Enable large-scale deployment via server-based and cloud-based runtime architectures that can support concurrent users and applications.
- Support multiple data domains and diverse use cases across different industries.
- Maintain an installed base of at least 100 production customers (different companies/organizational entities) for their flagship data quality products and not individual smaller modules or capabilities.
- Achieve at least \$5 million in total recognized revenue (per generally accepted accounting principles [GAAP] definition) for software (license, maintenance and subscription) relating to data quality solutions in the calendar year 2020.
- Have a customer base for production deployment that includes customers in multiple countries and in more than one region (i.e., North America, South America, EMEA and Asia/Pacific).
- Support data quality functionality with packaged capabilities to process data in at least two different languages: The user interface can support multiple languages as well.
- Include a complete solution addressing administration and management, as well as end-user-facing functionality, for four or more of the following types of users: data steward, data architect, data quality

analyst, data engineer, data scientist and casual user.

- Provide out-of-box, and prebuilt data quality rules for the purpose of data cleansing, standardization and transformation, based on common industrial practices.
- Support integrability or interoperability with other data management solutions such as metadata management, master data management or data integration solutions from third-party tools.
- Provide direct sales and support operations, or have a partner providing sales and support operations, in at least two of the following regions: North America, South America, EMEA and Asia/Pacific.

The following types of vendor were excluded from this Magic Quadrant, even if their products met the above criteria:

- Vendors that meet the above criteria but are limited to deployments in a single, specific application environment, industry or data domain are excluded.
- Vendors that support limited data quality functionalities or that address very specific data quality problems (for example, address cleansing and validation) are excluded because they do not provide the complete suite of data quality functionality expected of today's data quality solutions.
- Vendors that support only on-premises deployment and have no option for cloud-based deployment on any public cloud environment (for example, AWS, Azure or Google Cloud) are excluded.
- Vendors that operate in only a single country and support only one language.
- Vendors that lack the integrability or interoperability with other data management solutions such as metadata, MDM or data integration solutions.

## Honorable Mention

Below are vendors that have come up in data quality inquiries but that did not meet the inclusion criteria for this Magic Quadrant. Depending on business goals, resourcing objectives, deployment preferences, geography or other factors, vendors listed here may provide viable alternatives. This is not an exhaustive list:

- Collibra (Collibra Data Quality [aka OwIDQ])
- Irion (Irion EDM)
- DataStreams (QualityStream)
- Oracle (Oracle Enterprise Data Quality)

## Evaluation Criteria

### Ability to Execute

Gartner analysts evaluate technology vendors on the quality and efficacy of the processes, systems, methods and procedures that enable their performance to be competitive, efficient and effective, and to positively affect their revenue, retention and reputation.

Gartner evaluates vendors' Ability to Execute in the data quality solutions market by using the following criteria:

- **Product or service:** The vendor's core goods and services that compete in and/or serve the defined market. Included are current product and service capabilities, quality, feature sets, skills and so on. Products and services can be offered natively or through OEM agreements/partnerships, as defined in the Market Definition and detailed in the subcriteria.
- **Overall viability:** Includes an assessment of the overall organization's financial health, the financial and practical success of the business unit, and the likelihood that the individual business unit will continue offering and investing in the product (or products). The vendor's financial strength (as assessed by revenue growth, profitability and cash flow) and the strength and stability of its people and organizational structure are considered. This criterion reflects buyers' increased openness to considering newer, less-established and smaller providers with differentiated offerings.
- **Sales execution/pricing:** The organization's capabilities in all presales activities and the structure that supports them. Included are deal management, pricing and negotiation, presales support, and the overall effectiveness of the sales channel. We evaluate the effectiveness of the vendor's pricing model in light of current and future customer demand trends and spending patterns (for example, operating expenditure and flexible pricing), as well as the effectiveness of its direct and indirect sales channels.
- **Market responsiveness/record:** The vendor's ability to respond, change direction, be flexible and achieve competitive success as opportunities develop, competitors act, customer needs evolve and market dynamics change. This criterion also considers the vendor's history of responsiveness to changing market demands. We evaluate the degree to which the vendor has demonstrated the ability to respond successfully to market demand for data quality capabilities over an extended period.
- **Marketing execution:** The clarity, quality, creativity and efficacy of programs designed to deliver the organization's message. This messaging is intended to influence the market, promote the brand and the business, increase brand awareness, and establish a positive identification with the product/brand and organization in the minds of buyers. This "mind share" can be driven by a combination of publicity, partnerships, promotional initiatives, thought leadership, social media, referrals and sales activities. We evaluate the overall effectiveness of a vendor's marketing efforts, the degree to which it has generated mind share, and the magnitude of the market share achieved as a result.
- **Customer experience:** Relationships, products and services/programs that enable clients to be successful with the products evaluated. Specifically, we include the quality of technical and account support that customers receive. We may also include ancillary tools, customer support programs, availability of user groups, SLAs and so on. We evaluate the level of satisfaction expressed by customers with a vendor's product support and professional services. We also assess their overall relationship with the vendor, as well as customer perceptions of the value of the vendor's data quality solution relative to costs and expectations.
- **Operations:** The vendor's ability to consistently meet its goals and commitments. Factors considered include the quality of the organizational structure, skills, experiences, programs, the stability of key staff and other means that enable the vendor to operate effectively and efficiently.

**Table 1: Ability to Execute Evaluation Criteria**

<i>Evaluation Criteria</i> ↓	<i>Weighting</i> ↓
Product or Service	High
Overall Viability	Medium
Sales Execution/Pricing	High
Market Responsiveness/Record	Medium
Marketing Execution	Medium
Customer Experience	High
Operations	Low

Source: Gartner

## Completeness of Vision

Gartner analysts evaluate vendors on their ability to convincingly articulate logical statements. The evaluation covers current and future market direction, innovation, customer needs, and competitive forces, as well as how well they correspond to Gartner’s view of the market.

Gartner assesses vendors’ Completeness of Vision in the data quality tool market by using the following criteria:

- **Market understanding:** This is the degree to which the vendor leads the market in new directions (in terms of technologies, products, services or use cases). Gartner evaluates the vendor’s ability to adapt to significant market changes and disruptions, such as by providing data quality process automation with metadata and ML-driven rule recommendation, or by supporting real-time data quality processing on streaming data. Also considered is the degree to which vendors are aligned with the significant trend of convergence with other data-management-related markets – specifically, the markets for data integration tools, metadata and MDM solutions.
- **Marketing strategy:** We look for clear, differentiated messages, consistently communicated internally and externally through channels, social media, advertising, customer programs and positioning statements. Also considered are the degree to which the vendor’s marketing approach aligns with and/or exploits



emerging trends (such as adaptive data and analytics governance and business-centric data quality programs) and the overall direction of the market.

- **Sales strategy:** We look for a sound strategy for selling products that uses an appropriate network of direct and indirect sales resources; partnerships; and marketing, service and communication affiliates. The goal is to extend the scope and depth of the vendor’s market reach, skills, expertise, technologies, services and customer base. We particularly assess the use of partnerships. A sound sales strategy also aligns sales models with customers’ preferred buying approaches, such as freemium programs and subscription-based pricing.
- **Offering (product) strategy:** This criterion concerns the vendor’s product development and delivery approach, emphasizing differentiation, functionality, product portfolio, methodology and features as they map to current and future requirements. It also covers the degree to which the vendor’s product roadmap reflects demand trends, fills current gaps or weaknesses, and emphasizes competitive differentiation. Also considered are the breadth of the vendor’s strategy regarding a range of product and service delivery models, from traditional on-premises deployment to SaaS and cloud-based models.
- **Business model:** This criterion concerns the design, logic and execution of the organization’s business proposition for revenue growth and sustained success. We consider the vendor’s overall approach to executing its strategy for the data quality solutions market. This approach includes delivery models, funding models (public or private), development strategies, packaging and pricing options, and partnership types (such as joint marketing, reselling, OEM and system integration/implementation).
- **Vertical/industry strategy:** We assess the vendor’s strategy to direct resources, skills and offerings to meet the specific needs of individual market segments, including vertical markets. The degree of emphasis that the vendor places on vertical-market solutions is considered, as is the depth of its vertical-market expertise and provision of prebuilt data quality rules or libraries.
- **Innovation:** We assess the extent to which the vendor demonstrates creative energy in thought leadership and in differentiating ideas and product roadmaps that could significantly extend or even reshape the market in a way that adds value for customers. Particularly, we examine how well vendors support— or plan to support — key trends with regard to personas, data diversity, latency, data quality analytics, intelligent capabilities and deployment, for example.
- **Geographic strategy:** We evaluate the vendor’s strategy to direct resources, skills and offerings to meet the specific needs of geographies outside its “home” geography, either directly or through partners, channels and subsidiaries, as appropriate. We do so in light of global demand for data quality capabilities and expertise.

**Table 2: Completeness of Vision Evaluation Criteria**

<i>Evaluation Criteria</i> ↓	<i>Weighting</i> ↓
Market Understanding	High

<b>Evaluation Criteria</b> ↓	<b>Weighting</b> ↓
Marketing Strategy	Medium
Sales Strategy	Medium
Offering (Product) Strategy	High
Business Model	Low
Vertical/Industry Strategy	Medium
Innovation	High
Geographic Strategy	Low

Source: Gartner

## Quadrant Descriptions

### Leaders

Leaders demonstrate strength in depth across the full range of data quality functions, including core functions (parsing, standardization and cleansing), profiling, interactive visualization, matching, multidomain support, business-driven workflow, business rule development and data validation.

Leaders exhibit a clear understanding of dynamic trends in the data quality market. They explore and execute thought-leading and differentiating ideas, and they deliver product innovations based on the market's demands.

Leaders align their product strategies with the latest market trends. These trends include focusing on a nontechnical audience, trust-based governance, growth in data diversity, low data latency, data quality analytics (not just reporting) and intelligent capabilities (such as active metadata, machine learning and graph technologies). Other trends are new delivery options (such as cloud, hybrid cloud and IoT edge deployment), and alternative pricing and licensing models (such as open source, pay as you go and subscriptions).

Leaders address all industries, geographies, data domains and use cases. Their products support multidomain and alternative deployment options such as SaaS or microservices. They offer excellent

support for business roles and easy-to-use visualization, and include out-of-the-box machine learning capabilities and predictive analytics.

Leaders offer extensive support for a variety of traditional and new data sources (including cloud platforms, data lake, IoT platforms, Hadoop and mobile devices), a trust-based governance model, and delivery of enterprise-level data quality implementations.

Leaders have significant size, an established market presence and a multinational presence (either directly or through a parent company).

Leaders undertake clear, creative and effective marketing, which influences the market, promotes their brand and increases their mind share.

## **Challengers**

Challengers have established presence, credibility and viability, along with robust product capabilities and solid sales and marketing execution.

Challengers may not have the same breadth of offering as Leaders and/or, in some areas, may not demonstrate as much thought leadership and innovation. For example, they may focus on a limited number of data domains (customer, product or location data, for example).

Challengers may lack capabilities in areas such as real-time profiling on streaming data, ML-based anomaly detection, predictive analysis or support for new data sources.

Compared with Leaders, Challengers often exhibit less understanding of some areas of the market, and their product strategies may suffer from a lack of differentiation.

## **Visionaries**

Visionaries are innovators. Visionaries demonstrate a strong understanding of trends in the market. These include focus on a nontechnical audience, trust-based governance, growth in data diversity, low data latency, data quality analytics and intelligent capabilities (such as machine learning, metadata and knowledge graph). Also included are new delivery options (such as container-based or IoT edge deployment) and alternative pricing models (such as open source and subscriptions). Visionaries' product capabilities are mostly aligned with these trends, but not as completely as Leaders.

Although Visionaries can deliver good customer experiences, they may lack the scale, market presence, brand recognition, customer base and resources of Leaders.

## **Niche Players**

Niche Players often specialize in a limited number of industries, geographic areas, market segments (such as small and midsize businesses) or data domains (such as customer data or product data). They often have strong offerings for their chosen areas of focus and deliver substantial value for customers in those areas.

However, Niche Players typically have limited market share and presence, have limited functionalities or lack financial strength. Niche Players often have to catch up with the latest innovations, such as the IoT (connectivity and deployment), machine learning and interactive visualization.

## **Context**

Trusted data forms the basis for achieving business objectives and is also a key enabler for building competitive advantage. Whether enterprises want to keep their business running or keep it competitive, data quality is inevitably a vital factor. According to the Gartner AI in Organizations Survey ([Survey Analysis: Moving AI Projects From Prototype to Production](#)), data quality is one of the top four barriers to prevent organizations from successfully moving AI applications beyond prototypes.

Organizations are also trying to solve the following challenges:

- Minimize and mitigate risks with compliance and privacy
- Shorten the data preparation process in data pipelines
- Increase business efficiency with process automation and data sharing
- Turn data into revenue with analytics and AI

All these challenges drive the adoption of data quality solutions. Data is useful only if its quality, content and structure is documented and well-understood. The cost of dirty, insufficient and/or inaccurate data remains a substantial threat. Delivering reliable, trusted and timely data for business consumption is a continuous effort and process that can be supported with modern technologies in data quality solutions.

Use this Magic Quadrant to help you find the right vendor and product for your organization's needs. Gartner strongly advises against selecting a vendor simply because it is in the Leaders quadrant. A Challenger, Niche Player or Visionary could be the best match for your requirements. Use this Magic Quadrant in combination with the companion [Critical Capabilities for Data Quality Solutions](#) and [Toolkit: RFP Template for Data Quality Solutions](#), as well as Gartner's client inquiry service.

Given the current economic and market conditions caused by the COVID-19 pandemic, it is also important to analyze cost-saving opportunities by looking at the nontechnological characteristics of vendors, such as acquisitions, processes, pricing models, speed of deployment, total cost of ownership, availability of skills, and support and service capabilities.

In addition, data and analytics leaders should take the following actions to improve data quality best practices and to optimize the use of modern data quality solutions:

- Embrace adaptive data and analytics governance by certifying the trust levels of data sources and data itself. Also identify the data quality requirement for each level (such as what is "good enough"), because it may not be practical or possible to achieve 100% perfect data. This will enable a more focused approach to prioritizing data quality improvement efforts and create agility and flexibility for collaboration among stakeholders.
- Gauge the technical innovativeness of data quality vendors by evaluating the ability of their data quality intelligence capabilities, such as machine-learning-driven rule suggestions and predictive analytics, to meet the challenges posed by data of increasing diversity and complexity. You may start to assess your incumbent data quality vendor's existing offering and future product roadmap for augmented data quality capabilities.
- Train nontechnical business users to become more data literate so that they can meaningfully use the new automation capabilities offered to them. Ensure that they can properly interpret and manage data

given business context, and decide proper use of the data while adhering to data governance and data security requirements.

- Partner with business stakeholders to evaluate and monitor solutions supported with modern data quality solutions by checking for adherence to existing governance requirements and by establishing metrics to show tangible benefits.

## Market Overview

The data quality solutions market continually shows strong growth and remains vibrant due to greater demand from digital transformation and go-to-cloud initiatives. Vendors are responding to this demand by continuously investing in advanced technologies to bring greater automation and insights to their solutions. Augmented data quality, driven by metadata- and AI-related technologies, is a key dynamic driving the data quality solutions market. Vendors are leading the market with augmented capabilities for automating traditional data quality practices or introducing new ways to enhance the data quality best practices.

Augmented data quality represents an enhanced capability to evolve traditional data quality processes – for improved insight discovery, best-next-action suggestions and accuracy – through the use of metadata, knowledge graphs and AI-related technologies. This capability has shown a significant increase in efficiency and productivity by automating process workflows, minimizing dependency on humans and reducing time to value. This capability continues to drive the data quality solutions market to another extent: Vendors have more competitive advantage if they invest more in augmented data quality in their product offering. Vendors who fail to pivot will be irrelevant after the market reconsolidates.

Without proper tools or technologies, data quality processes can be highly manual-intensive and time-consuming. Particularly in times of pandemic disruption, enterprises are desperately seeking ways to improve these processes, with goals to cut costs, optimize business operations and monetize data assets. This intent is even more challenging as organizations accelerate their pace in the digital transformation journey. With rapid growth of distributed data landscapes, the diversity of data and the number of emerging business requirements, the demand for data quality solutions is increasing. Therefore, we see data quality tools being applied to a wide range of use cases, including data privacy, data governance, DataOps and data science.

The data quality solutions market has continued to grow at 3.9%, reaching \$1.72 billion in 2020 (see [Market Share: Data Quality Software, Worldwide, 2020](#)). In 2020, approximately 54% of the market share was occupied by four vendors: SAP, Precisely, Informatica and Experian. Smaller vendors such as Ataccama, Information Builders (acquired by TIBCO) and Talend take a small portion of market share. However, they showed faster growth than more established vendors.

One interesting phenomenon reflects convergence in the data management market (see [Modern Data and Analytics Requirements Demand a Convergence of Data Management Capabilities](#)). Many vendors are expanding their offerings to achieve more comprehensive data management portfolios by acquiring their competitors or partners. For example, Precisely acquired Infogix and Winshuttle, and TIBCO acquired Information Builders. Shuffle of data quality solution market dynamics adds more pressure to smaller vendors because they could become the next M&A target.

Because the market is going through consolidation with other DM markets, similar acquisitions are likely to happen again. However, acquiring companies are not necessarily becoming more competitive after the

acquisitions, unless they are taking more aggressive approaches in the integration of existing and new resources in the area of technologies, product features, customer support and so on.

Gartner has observed the following market demands from the end-user side:

#### **Implementation:**

- Flexible and scalable deployment options such as on-premises, cloud, multicloud, hybrid, PaaS, SaaS or DQaaS
- Connectivities across heterogeneous data sources and landscapes from one DQ platform
- Scalability over data sources, landscape, architecture, data volume, use cases and latency

#### **Business centricity:**

- Empowerment to all types of users via no-code or self-service features in data quality processes within their own business context
- Persona-based user interface with simplified workflow for data quality processes
- User community collaboration for data quality investigation and resolution

#### **Support for various use cases:**

- Extendable to new use cases including data privacy, data protection and DataOps
- Scalable framework to leverage the existing data quality practices, rules and skills for extended use cases

#### **Data quality processes:**

- Data quality functions embedded as an essential part of all business processes
- Centralized DQ rule development and execution anywhere with API calls
- AI/ML-driven data quality for data quality processes to minimize human interventions and errors

#### **Interoperability:**

- APIs used to integrate with different systems, and data quality applied across the organization to all areas (applications and processes)
- Extensibility from point solution with limited and targeted use cases to integrated solutions with adjacent markets for streamline processes
- Close integration with metadata solutions for sharing data catalog and data lineage

#### **Pricing and licensing:**

- Simple and predictable pricing, such as pay as you go

- Freemium or trial-out option for initial evaluation
- Flexible licensing models to allow scale up and down as needs change

### Data quality orchestration:

- Data quality practices that are democratized to integrate data quality into business processes and applications
- Data quality initiatives that are linked with tangible and measurable business values
- Trust-based model that is built for various data quality acceptance levels

To fulfill the market's demand for easy data quality management, despite an increasingly complex data landscape, data quality solution vendors must do more than simply fix data errors. They must become active players in managing data.

Vendors are adjusting to and exploiting the following changes:

- Augmented data quality capabilities that empower organizations that are processing data quality tasks by providing deeper data insights, best-next-action suggestions, a higher degree of automation, and openness for integration with adjacent software markets such as MDM, data integration, metadata and data preparation.
- Agile approach to quickly deliver software updates
- Flexible deployment options across various infrastructures, platforms and environments
- Flexible pricing and licensing to easy and quick adoption and change
- Continuous active learning and collective knowledge to booster the intelligence of their solutions
- Shift from rule-based approach to algorithm-based approach for rule recommendation
- Provisioning of greater data insights by discovering pattern, trend and relationships of data, on top of traditional error-fixing.

### Pandemic Impacts

During the COVID-19 pandemic, there is a great demand for adopting data quality solutions in public health agencies and healthcare organizations. They are heavily using data quality solutions to prepare and manage data from a wide range of sources for virus detection, outbreak prediction and vaccine management. Many vendors show sales increases from these sectors. However, the COVID-19 pandemic interrupted IT spending and brought short-term influence on data quality solutions market to some other industries in 2020.

Many enterprises put their software purchasing on hold or deferred to a later time. However, it does not eliminate the demand for clean and trusted data. Enterprises have used this opportunity to reform their infrastructure and data management approach in order to make their business more reliant on data and data insights. The pandemic has pushed organizations toward more data-driven approaches. Enterprises that have been using data quality solutions are aimed at increasing efficiency and productivity by automating

process workflows, minimizing dependency on humans and reducing time to value by means of data quality improvement. These goals are critical drivers for vendors to further innovate their solutions in order to meet the demand, and hence, the overall data quality solution markets remain dynamic and vibrant.

## Evidence

The analysis in this Magic Quadrant research is based on information from several sources, including:

- An RFI process that engaged vendors in this market. It elicited extensive data on functional capabilities, customer base demographics, financial status, pricing and other quantitative attributes.
- Interactive briefings in which vendors provided Gartner with updates on their strategy, market positioning, recent key developments and product roadmap.
- Feedback about tools and vendors captured during conversations with users of Gartner's client inquiry service.
- Market share and revenue growth estimates developed by Gartner's technology and service provider research unit.
- Peer feedback from Gartner Peer Insights, comprising peer-driven ratings and reviews for enterprise IT solutions and services covering over 300 technology markets and 3,000 vendors.

## Evaluation Criteria Definitions

### Ability to Execute

**Product/Service:** Core goods and services offered by the vendor for the defined market. This includes current product/service capabilities, quality, feature sets, skills and so on, whether offered natively or through OEM agreements/partnerships as defined in the market definition and detailed in the subcriteria.

**Overall Viability:** Viability includes an assessment of the overall organization's financial health, the financial and practical success of the business unit, and the likelihood that the individual business unit will continue investing in the product, will continue offering the product and will advance the state of the art within the organization's portfolio of products.

**Sales Execution/Pricing:** The vendor's capabilities in all presales activities and the structure that supports them. This includes deal management, pricing and negotiation, presales support, and the overall effectiveness of the sales channel.

**Market Responsiveness/Record:** Ability to respond, change direction, be flexible and achieve competitive success as opportunities develop, competitors act, customer needs evolve and market dynamics change. This criterion also considers the vendor's history of responsiveness.

**Marketing Execution:** The clarity, quality, creativity and efficacy of programs designed to deliver the organization's message to influence the market, promote the brand and business, increase awareness of the products, and establish a positive identification with the product/brand and organization in the minds of buyers. This "mind share" can be driven by a combination of publicity, promotional initiatives, thought leadership, word of mouth and sales activities.



**Customer Experience:** Relationships, products and services/programs that enable clients to be successful with the products evaluated. Specifically, this includes the ways customers receive technical support or account support. This can also include ancillary tools, customer support programs (and the quality thereof), availability of user groups, service-level agreements and so on.

**Operations:** The ability of the organization to meet its goals and commitments. Factors include the quality of the organizational structure, including skills, experiences, programs, systems and other vehicles that enable the organization to operate effectively and efficiently on an ongoing basis.

## Completeness of Vision

**Market Understanding:** Ability of the vendor to understand buyers' wants and needs and to translate those into products and services. Vendors that show the highest degree of vision listen to and understand buyers' wants and needs, and can shape or enhance those with their added vision.

**Marketing Strategy:** A clear, differentiated set of messages consistently communicated throughout the organization and externalized through the website, advertising, customer programs and positioning statements.

**Sales Strategy:** The strategy for selling products that uses the appropriate network of direct and indirect sales, marketing, service, and communication affiliates that extend the scope and depth of market reach, skills, expertise, technologies, services and the customer base.

**Offering (Product) Strategy:** The vendor's approach to product development and delivery that emphasizes differentiation, functionality, methodology and feature sets as they map to current and future requirements.

**Business Model:** The soundness and logic of the vendor's underlying business proposition.

**Vertical/Industry Strategy:** The vendor's strategy to direct resources, skills and offerings to meet the specific needs of individual market segments, including vertical markets.

**Innovation:** Direct, related, complementary and synergistic layouts of resources, expertise or capital for investment, consolidation, defensive or pre-emptive purposes.

**Stratégie géographique :** stratégie du fournisseur visant à orienter les ressources, les compétences et les offres pour répondre aux besoins spécifiques des zones géographiques en dehors du « domicile » ou de la zone géographique d'origine, soit directement, soit via des partenaires, des canaux et des filiales, selon le cas pour cette zone géographique et ce marché.

**Learn how Gartner  
can help you succeed**

**Become a Client**

© 2021 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved. Gartner is a registered trademark of Gartner, Inc. and its affiliates. This publication may not be reproduced or distributed in any form without Gartner's prior written permission. It consists of the opinions of Gartner's research organization, which should not be construed as statements of fact. While the information contained in this publication has been obtained from sources believed to be reliable, Gartner disclaims all warranties as to the accuracy, completeness or adequacy of such information. Although Gartner research may address legal and financial issues, Gartner does not provide legal or investment advice and its research should not be construed or used as such. Your access and use of this publication are governed by [Gartner's Usage Policy](#). Gartner prides itself on its reputation for independence and objectivity. Its research is produced independently by its research organization without input or influence from any third party. For further information, see "[Guiding Principles on Independence and Objectivity](#)."

[About](#) [Careers](#) [Newsroom](#) [Policies](#) [Site Index](#) [IT Glossary](#) [Gartner Blog Network](#) [Contact](#) [Send Feedback](#)

Gartner

© 2021 Gartner, Inc. and/or its Affiliates. All Rights Reserved.