

IBM MetroPulse décrypte les comportements d'achat des clients, quartier par quartier

Fournir des recommandations hyperlocalisées pour les entreprises du retail et de la grande consommation



Points clés

- Harmoniser les données de l'entreprise avec les données locales fournies par IBM pour chaque ville.
- Répondre aux défis industriels par l'utilisation de modèles statistiques préétablis, en matière de prévision de la demande, implantation des points de ventes et gamme de produits.
- Identifier les liens logiques entre la demande et les décisions d'achat, internes et externes.
- Etablir une base décisionnelle proposant une estimation de gain financier et un décryptage fonctionnel.
- Proposer une approche modulaire, centrée sur l'essentiel : les bons produits, au bon endroit et au bon moment.
- Ajuster votre organisation aux exigences spécifiques de votre entreprise.

Les points de vente physiques sont confrontés à la concurrence croissante du e-commerce qui domine le secteur. Pourtant, les magasins représentent une composante essentielle d'une stratégie multicanale : ils offrent aux consommateurs un accès aux produits et un lien direct avec la marque. Pour se différencier, les points de vente doivent répondre aux attentes spécifiques de chaque client de manière personnalisée.

Pour adresser au mieux ses besoins, il est indispensable de prendre en compte le flux des données locales issues des réseaux sociaux, prévisions météo, état du trafic routier, événements festifs locaux, données socio-démographiques, périodes de vacances ou bien encore l'environnement immédiat (écoles, lieux publics, parcs...).

IBM® MetroPulse fournit aux retailers et aux industriels des produits de grande consommation (CPG) des recommandations pour optimiser l'assortiment et les promotions de chacun de leurs points de vente, gérer leurs stocks et leurs commandes et piloter leur chaîne logistique de manière granulaire, déterminer la meilleure implantation de leurs magasins. Ce décryptage s'appuie sur un ensemble de données locales fournies par IBM et combinées avec les données transactionnelles propres à l'entreprise. En basant leurs décisions opérationnelles sur l'analyse de ces données, les retailers et CPGistes peuvent augmenter leurs ventes de 3 à 5%.



Analyses pré-définies et référentiel de données

MetroPulse est une plateforme modulaire basée sur le Cloud, conçue pour aider les distributeurs et industriels de produits de grande consommation à prendre les meilleures décisions stratégiques et tactiques afin d'adapter leur offre à la demande locale de manière dynamique : déterminer l'implantation des magasins, gérer les stocks, optimiser les ventes, améliorer la satisfaction clients. Chaque module est composé de modèles prédictifs prédéfinis, développés par les Data Scientists IBM.

Ces modules s'appuient sur des ensembles particulièrement riches et dynamiques de données propres à l'entreprise. Ces données sont combinées à des jeux tiers de données locales, fournis et mis à jour par IBM. L'analyse avancée permet de localiser précisément les facteurs de réussite, pour chaque point de vente et chaque entrepôt : les modèles s'appuient sur des données historiques mises à jour en temps réel. Les analyses permettent d'identifier les zones de croissance ou décroissance de ventes et d'éditer des recommandations spécifiques à chaque boutique et quartier.



Figure 1 : Demand Forecasting aide à prévoir la demande par SKU

MetroPulse propose actuellement trois modules principaux, qui peuvent être déployés individuellement ou ensemble :

- **Asset Allocator** identifie les options d'implantation de chaque point de vente (distributeurs automatiques, magasins, etc.).
- **Product Mix** établit des recommandations pour l'assortiment de chaque magasin.
- **Demand Forecasting** prévoit la demande par SKU (Unité de Gestion de Stock) au niveau de chaque magasin.

De nouveaux modules seront intégrés ultérieurement. Il est également possible de développer des fonctionnalités complémentaires au cas-par-cas.

Référentiel de données locales

Le référentiel de données locales est fourni et mis à jour par IBM, afin de garantir la fiabilité des sources de données. Les ensembles de données* utilisés dans ces modules d'analyse sont :

- recensement et données socio-démographiques,
- données météorologiques,
- événements locaux
- congés scolaires,
- état du trafic routier,
- implantation de la concurrence

* d'autres données locales peuvent être fournies et intégrées aux analyses, si elles sont estimées pertinentes pour une zone ou un secteur spécifique.

Approche analytique

Chaque module applique l'analyse prédictive avancée qui permet d'obtenir le résultat le plus précis possible. Les approches analytiques comprennent la régression linéaire, la modélisation de séries temporelles à régression paramétrique et non-paramétrique.

Les jeux de données IBM sont stockés sur un Cloud partagé entre plusieurs clients (multi-tenants), tandis que les analyses, données et résultats spécifiques aux entreprises sont hébergés sur un Cloud réservé uniquement à un client (single-tenant), pour en préserver la confidentialité.

Du décryptage aux décisions opérationnelles

La plateforme SaaS propose un décryptage qui tient compte des processus et des décisions à divers niveaux fonctionnels. MetroPulse intègre des tableaux de bord préconfigurés pour la représentation visuelle des tendances et prévisions, qui peuvent ensuite être utilisés dans le cadre de revues commerciales, rapports d'activité ou pour prioriser des actions à mener (par exemple résolution de problèmes ou opportunités ponctuelles). La collaboration entre les services fonctionnels est favorisée par l'octroi des droits d'accès aux prévisions. Les directeurs de magasins peuvent revoir avec chaque acheteur de catégories de produits l'impact d'une modification de l'assortiment, pour prendre en compte le profil local des consommateurs et des facteurs temporaires.

Les données sources restent accessibles à tout moment pour intégration dans les rapports, la planification, l'assortiment et autres outils opérationnels et processus de travail. Les flux de données peuvent être paramétrés en fonction de l'ampleur des interventions humaines estimées utiles pour chaque domaine : l'entreprise choisit le meilleur équilibre et combinaison entre l'efficacité et la gestion en masse, proposées par l'automatisation, et les choix humains lorsque l'expertise de l'utilisateur métier (ou d'autres facteurs) est requise pour compléter le décryptage de données.

Les centrales d'achats ont contribué à optimiser l'efficacité de l'ensemble des processus d'achat, mais ont aussi eu pour conséquence d'uniformiser les assortiments des différents revendeurs. Si les magasins prennent en compte les spécificités de leur environnement local, ils renforceront durablement la fidélité client.¹

Entreprises du CPG : créer ou développer des lieux de distribution

La plateforme MetroPulse intègre des données issues des analyses d'IBM et de celles des experts sectoriels, qui travaillent en collaboration avec des retailers et des entreprises de CPG dans le monde entier.

Un fabricant de produits de grande consommation a déployé MetroPulse dans certaines grandes villes, pour accélérer les ventes d'un produit phare. Pour établir un diagnostic très précis et un profil 360° du tissu local, plus de 600 ensembles de données ont été collectés et mis à jour par IBM, - données externes, mais aussi internes : transactions par SKU (UGS), par canal de vente et par magasin, données économiques et démographiques sur les ménages, comme le revenu moyen, l'âge, l'origine ethnique et le nombre d'enfants par foyer, ainsi que les sites importants aux alentours des points de vente.

Le moteur d'analyse a généré des micro-segments — une micro-cartographie holistique de haute précision — et des recommandations précises, pragmatiques et actionnables sur les gammes de produits et le potentiel du marché. Les indicateurs les plus performants de cette cartographie ont permis aux équipes de vente et de marketing de définir clairement où distribuer leurs produits. Les responsables de comptes disposaient par ailleurs de données fiables pour convaincre les distributeurs d'augmenter la représentation de leur marque dans les points de vente existants, sans avoir à payer des rayonnages supplémentaires. Ces décryptages leur ont permis d'identifier un potentiel de croissance de 7 à 15%, au niveau des points de vente et des stocks.

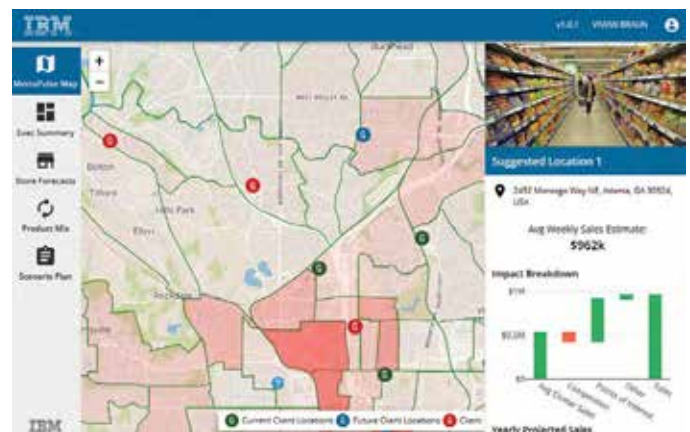


Figure 2 : Asset Allocator identifie les meilleures options d'emplacement pour chaque point de vente.

Anticipez les besoins de votre zone de chalandise

L'exemple suivant illustre aussi parfaitement la puissance d'IBM MetroPulse.

Antonio est un directeur de magasin pour une chaîne nationale dans l'alimentaire. Les responsables de planification des assortiments basés au siège émettent des plans d'assortiments pour les trois types de points de ventes classés selon leur taille (petite, moyenne, grande). Le siège assure aussi la gestion du réapprovisionnement. Les points de vente ont toutefois une marge de manœuvre de 25% sur les prévisions de demande calculées au siège qu'ils peuvent ajuster en fonction de la demande locale. Au cours de ses 10 années d'expérience dans ce magasin, Antonio connaît bien les tendances d'achat locales. Il utilise pourtant les modules Product Mix et Demand Forecast de MetroPulse pour quantifier et évaluer les facteurs qui ont un impact sur ses ventes potentielles.



Figure 3 : Product Mix établit des recommandations pour l'assortiment de chaque magasin.

74% des distributeurs leaders sur le marché affirment disposer d'une solide connaissance des outils et techniques de prévision, contre 32% pour le reste des distributeurs.

40% des distributeurs interrogés indiquent que les ruptures de stocks sont un problème récurrent, 34% que la gestion de l'inventaire représente l'un des trois principaux défis à relever.²

MetroPulse prend en compte la modification de la demande en cas d'événement important au parc du quartier par exemple ou dans un stade voisin. Son aptitude à compiler efficacement les données lui permet de prédire l'évolution de la demande avant un événement donné en fonction des conditions météorologiques. La proximité d'une école est également susceptible de modifier la demande pendant les congés scolaires, puisque deux magasins concurrents sont géographiquement plus proches des quartiers résidentiels.

En s'appuyant sur MetroPulse, Antonio peut donc prévoir la demande de manière plus pertinente, faire ses commandes en fonction et élaborer un plan d'assortiment et de réapprovisionnement qui correspond à la dynamique concurrentielle et à la synergie de son quartier. Il a pu augmenter son chiffre d'affaires et pratiquement supprimer les surcoûts liés aux onéreuses opérations promotionnelles destinées à écouler les excédents de stock. Plus important encore, les produits qu'Antonio propose répondent mieux à la demande de ses clients, ce qu'ils apprécient grandement.

Se lancer en quelques semaines

Les modules préconfigurés et les jeux de données fournies avec MetroPulse garantissent un délai de conversion rapide. Les entreprises peuvent ajuster le rythme de leur déploiement au niveau d'une ville ou national, tout en mettant en œuvre les modules les mieux adaptés à leurs objectifs commerciaux.

Pour être prise en compte par les différentes analyses, les données internes à l'entreprise doivent donc être paramétrées pour intégration dans le moteur analytique. Les données historiques sont donc essentielles à l'entraînement et la personnalisation des modèles pour chaque situation commerciale. La mise à jour continue de ces données facilite par ailleurs l'apprentissage automatique.

Le degré d'intégration des résultats de MetroPulse au processus de commande, de réapprovisionnement et d'assortiment est un choix de l'entreprise entre processus de travail automatisés et décisions humaines. Si les besoins commerciaux dépassent les capacités des modules et des jeux de données en cours d'utilisation, les équipes IBM peuvent compiler des sources de données complémentaires pour améliorer les moteurs analytiques et renforcer l'adéquation de leurs résultats aux besoins de l'entreprise.

48% des revendeurs interrogés (contre 23%) estiment que les informations sur l'emplacement sont une technologie stratégique dans le choix de la meilleure implantation d'un point de vente.³

Contactez votre interlocuteur commercial pour obtenir des informations complémentaires sur MetroPulse et la manière dont il peut vous aider à augmenter votre chiffre d'affaires et votre marge, tout en optimisant la fidélisation de votre clientèle. Vous pouvez aussi visiter notre site internet : www.ibm.com/fr-fr/marketplace/local-data-for-business-intelligence

En outre, IBM Global Financing propose de nombreuses options de paiement pour financer vos investissements informatiques stratégiques et faire progresser votre activité. De leur acquisition à leur utilisation, nous proposons une gestion complète du cycle de vie des produits et services informatiques. Pour en savoir plus, rendez-vous sur : <https://www.ibm.com/financing/fr-fr/>



© Copyright IBM Corporation 2018

IBM Corporation
Route 100
Somers, NY 10589

Produit aux États-Unis d'Amérique
Mars 2018

BM le logo IBM et ibm.com sont des marques d'International Business Machines aux États-Unis et/ou dans certains autres pays. Les autres noms de produits et de services peuvent être des marques d'IBM ou d'autres sociétés. La liste actualisée de toutes les marques d'IBM est disponible sur la page Web "Copyright and trademark information" à l'adresse www.ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Le présent document contient des informations qui étaient en vigueur et valides à la date de la première publication, et peut être modifié par IBM à tout moment. Toutes les offres ne sont pas disponibles dans tous les pays où IBM est présent.

LES INFORMATIONS CONTENUES DANS CE DOCUMENT SONT FOURNIES « EN L'ÉTAT », SANS AUCUNE GARANTIE, EXPRESSE OU IMPLICITE, Y COMPRIS TOUTE GARANTIE DE VALEUR MARCHANDE OU D'ADÉQUATION À UN USAGE SPÉCIFIQUE ET TOUTE GARANTIE OU CONDITION D'ABSENCE DE CONTREFAÇON. Les produits IBM sont garantis selon les conditions générales des accords sous lesquels ils sont fournis. Les déclarations d'IBM portant sur son orientation ou ses intentions futures sont susceptibles d'être modifiées ou annulées sans préavis et ne représentent que ses objectifs.

Le client est seul responsable du respect des lois et réglementations en vigueur. IBM ne fournit pas de conseils juridiques et ne déclare ni ne garantit que ses produits ou services assurent au client qu'il se conforme aux lois ou réglementations.

1 The Consumer Goods Forum: E2E VALUE CHAIN Learning Series: *Delivering thought-provoking content on the industry's latest trends*. Consulté en février 2018. <https://www.theconsumergoodsforum.com/initiatives/end-to-end-value-chain/key-projects/learning-series/>

2 Retail Systems Research. *Merchandising 2017. The Real and the Unreal*. <https://www.rsresearch.com/research/merchandising-2017-the-real-and-the-unreal?EID=63380612&CID=9937606>

3 Retail System Research: Analytics eBook: *The Case For Location-based Intelligence in Retail*. Accessed February 2018. <https://www.rsresearch.com/research/the-case-for-location-based-intelligence-in-retail>



Recyclable.