

Projets

Comment Promod diffuse une culture data centric au service des clients

le 28 Octobre 2020

Jean Marc Sangnier, responsable de domaine BI et Contrôle de Gestion chez Promod, a indiqué que l'évaluation par les utilisateurs avait été déterminante dans le choix final de la solution.

En s'appuyant sur l'intégrateur Censis, Promod a déployé la solution de visualisation Dig Dash pour remplacer une ancienne version de Qlik.

Créé en 1975 par Francis-Charles Pollet et aujourd'hui dirigé par son fils Julien Pollet, Promod est un distributeur spécialisé dans le prêt-à-porter féminin. Le groupe dispose de 470 magasins en France. Depuis plusieurs années, le contexte commercial du secteur est très difficile. Et cette situation a justifié le lancement d'un plan de transformation digitale, avec un volet data à partir de 2018, avec 1500 utilisateurs des données à terme dans les magasins comme au siège et dans les entrepôts.

« Tout notre SI a été quasiment construit en interne, avec très peu de progiciels » indique Jean Marc Sangnier, responsable de domaine BI et Contrôle de Gestion chez Promod. Les données sont donc immédiatement et aisément disponibles mais, dans les faits, étaient très sous-exploitées. En adoptant une démarche de « vision 360° », l'objectif est de « mettre la data au service de l'expérience client ».

Confidentialité

Plusieurs produits regardés

Promod a souhaité mettre en place une plate-forme data pouvant traiter de nombreux cas d'utilisation en data-science, aussi bien en marketing, en logistique, etc. Au cours du projet, une évolution a concerné une remise à plat des indicateurs clés de performance des principales direction, entraînant l'obligation de réécrire des tableaux de bords. Il fallait donc un outil décisionnel adapté. Trois outils étaient en place dans le groupe : des tableaux de bord institutionnels développés en interne, des rapports Qlikview et du retraitement bureautique.

Les principaux outils du marché ont donc été regardés (QlikSense, PowerBI, etc.) ainsi que quelques solutions moins répandues (comme DigDash). Plusieurs critères sont fixés pour la matrice d'évaluation selon les besoins propres du groupe : l'expérience utilisateur final, la capacité au self-BI, la facilité de développer des rapports, les modes de rafraîchissement (en mode programmé ou piloté), l'intégration automatique dans des produits tiers (en PDF, dans un e-mail...), les avis des utilisateurs et l'adaptation aux besoins autant du siège que des magasins.

Un choix difficile

Quatre solutions se sont détachées et deux ont fait l'objet d'un véritable démonstrateur : QlikSense et DigDash. Ce démonstrateur a consisté en un redéveloppement d'un rapport existant sous Qlikview. La matrice d'évaluation a alors été reprise avec un focus sur la rapidité de prise en main et la mise en oeuvre de KPI complexes. Jean Marc Sangnier soupire : « au final, il y a eu une quasi-égalité lors du bilan. » Deux éléments sont alors regardés plus attentivement : le coût et l'évaluation des participants. « A ce moment-là, Dig Dash s'est détaché nettement » se souvient Jean Marc Sangnier.

Dig Dash a ainsi été salué pour la facilité à créer des simulations et à les enregistrer et une modélisation centralisée unique permettant une homogénéité des rapports. Enfin, ce produit a été aussi le choix n°1 des utilisateurs métiers en self-BI. Le contrat a été signé en décembre 2019 et Promod a été accompagné par Dig Dash en direct ainsi que par Censis pour des développements. Le logiciel a été installé en janvier 2020 et, dans la foulée, les modèles ont été créés. Le socle technique et les premières formations ont été mises en place en février. Les données chaudes temps réel sont stockées dans une base Oracle, les données froides dans une distribution Hadoop Cloudera sur Azure.

La crise sanitaire passe, le planning ne trépassé presque pas

Mais, avec la crise sanitaire, les formations sont stoppées mi-Mars, tout comme les déploiements en magasins, fermés. C'est, finalement, en juillet-août que le pilote a été lancé dans quatre magasins tests. En septembre, les rapports ont été modifiés marginalement en fonction des retours magasins. Ceux-ci évite notamment désormais les traitements manuels à partir des encaissements et peuvent bénéficier d'une restitution visible sur les tablettes des vendeurs. Le déploiement progressif est finalement lancé en Octobre avec la création progressive de tous les

Confidentialité

siège.

L'une des difficultés a été de construire des rapports avec, certes, des visualisations mais aussi toujours les tableaux de chiffres, exigés par les utilisateurs. Il a aussi fallu adapter les visualisations pour qu'elles puissent être regardés sur les tablettes des vendeurs. Plusieurs changements culturels ont été nécessaires : travailler avec des cubes au lieu d'un accès direct aux tables des bases de données ou des fichiers plats ; utiliser un cadre progicielisé au lieu de développements maison... A terme, une fois tous les rapports déployés, Qlik sera décommissionné.

Sur le même sujet

La CIO.exériences [Data Analytics : l'heure du pouvoir aux utilisateurs](#) organisée par CIO aura lieu le 13 avril 2021.

Article rédigé par



Bertrand Lemaire, Rédacteur en chef de CIO

Suivez l'auteur sur [Linked In](#),

X