



Le Groupe GfK déploie une application Internet riche pour piloter l'activité de ses filiales

Le Groupe GfK s'appuie sur les technologies Adobe pour mettre en place un outil de suivi et de pilotage de ses activités, qui lui permet de partager plus facilement les informations entre ses filiales et d'avoir une représentation visuelle de leurs activités.

Présent dans 100 pays environ, GfK réalise des études de marché qui s'appuient sur le recueil et l'analyse des indicateurs clés de performance dans de multiples secteurs d'activité. « *Notre problématique consistait à mettre en place un outil qui nous permette de collecter les données KPI (key performance indicator) depuis l'ensemble de nos filiales pour réaliser des benchmarks et les diffuser* », explique Bruno Colin, Directeur du Groupe GfK pour les opérations et les technologies. « *Jusque-là, nous ne disposions d'aucun outil central de pilotage de nos opérations. Nous recevions les données des 5 pays majeurs, mais nous manquions d'éléments en provenance des autres pays* », confie-t-il. Bruno Colin décide alors de développer et déployer une plateforme web accessible par toutes les filiales pour faciliter la collecte, la visualisation, le traitement et l'utilisation des données.

Une aide pour piloter les activités du groupe

L'approche du projet par GfK est avant tout fonctionnelle. « *J'ai exprimé nos besoins auprès de notre partenaire, PIA, en restant volontairement en retrait sur les problématiques informatiques. J'avais une idée très précise de l'outil, de ses fonctionnalités et de son usage. Le rôle de PIA était ensuite d'apporter une réponse technologique* », explique Bruno Colin. Les contraintes définies par GfK portent sur 3 points ; d'abord la simplicité d'une solution qui doit rester centrée sur l'utilisateur ; l'outil étant destiné aux équipes dans une centaine de pays, la rapidité à laquelle elles se l'approprient est déterminante pour la conduite du changement et l'efficacité du projet. Ensuite sur la richesse fonctionnelle : il faut pouvoir disposer d'une représentation visuelle de la collecte des données, d'une synthèse immédiate et intégrer un ensemble de règles contrôlant la cohérence des données lors de la saisie des informations pour limiter les risques d'erreurs. Enfin sur la robustesse de la technologie : la solution retenue doit pouvoir faire appel au support d'un éditeur, elle doit aussi être pérenne.

« *Le choix d'utiliser Adobe Flex combiné à Adobe LiveCycle Data Services était évident pour nous car c'était la combinaison parfaite pour déployer un outil web ergonomique capable de rafraîchir les données en temps réel pour afficher une représentation graphique et manipulable des données* », confie Mathieu Isaia, Directeur associé de People In Action (PIA). Partenaire de GfK, PIA dispose de 3 mois pour concevoir la première version de l'application. Après avoir défini avec Bruno Colin le périmètre fonctionnel de l'application et hiérarchisé les fonctions prioritaires lors d'un atelier de travail, PIA œuvre à la conception des écrans. « *Nous avons mis l'accent sur la représentation visuelle des données et le guidage de l'utilisateur. Pour cela, nous avons étudié les autres applications utilisées par les équipes, pour déterminer leurs habitudes et faciliter la prise en main de l'outil. Compte tenu du déploiement à l'international, nous avons porté un soin particulier à la conduite du changement* », explique Mathieu Isaia. PIA réalise des storyboards des différents écrans définissant les principes de navigation et l'ergonomie de l'application, avant de passer au développement proprement dit.

INDUSTRIE

- Étude

ENJEU

- Déployer une RIA vers l'ensemble des filiales facilitant la collecte des informations ;
- Gagner en visibilité sur la productivité des filiales et le suivi des politiques stratégiques ;
- Éditer plus facilement des benchmarks à partir des données collectées depuis les différents pays ;
- Concevoir l'application dans un délai de 3 mois et la déployer dans près de 100 pays.

SOLUTION

- Déployer une application Internet riche basée sur Adobe Flex et Adobe LiveCycle Data Services accessible par tous les pays ;
- Tirer profit des technologies pour mettre en place toutes les fonctionnalités répondant aux besoins exprimés par GfK ;
- Développer une interface graphique de gestion des données donnant une vision globale, synthétique et immédiate des données pays par pays ;
- Déployer une interface de saisie simple et intuitive ;
- Mettre en place toutes les fonctionnalités utiles de vérification des données au fur et à mesure de leur saisie pour éviter les erreurs ;
- Créer plusieurs niveaux d'accès en lecture et écriture des données selon le profil des utilisateurs.

BÉNÉFICES

- **Un meilleur suivi des stratégies mises en place**
Ariane permet à GfK d'avoir un suivi plus précis, immédiat et fin des stratégies mises en place et de mieux évaluer leur efficacité dans chaque filiale.
- **Un gain d'efficacité**
Le suivi de production des filiales permet de définir et mettre en place les actions correctrices pour appliquer les stratégies du groupe.
- **Une plus grande souplesse**
Le partage des données entre les filiales facilite la réalisation des benchmarks.

LOGICIELS UTILISÉS

- Adobe Flex®
- Adobe LiveCycle® Data Services

PARTENAIRE

- People In Action
www.piaction.com

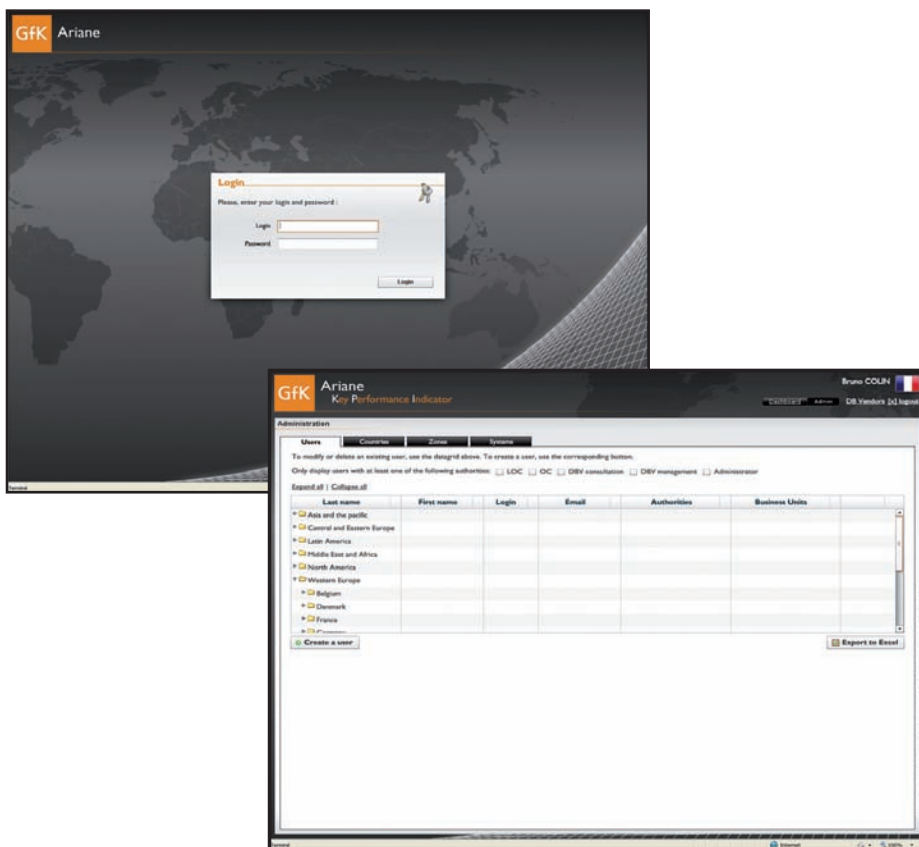


« Ariane est devenue essentielle pour avoir un meilleur suivi des politiques stratégiques définies par le Groupe. En temps réel, je dispose d'une représentation visuelle de la production de chaque filiale. Je peux voir si un pays applique ou non une recommandation du groupe, alors qu'auparavant, la transmission des informations était beaucoup plus complexe et incertaine ».

Bruno Colin,
 Directeur pour les opérations
 et les technologies - Groupe GfK

Une représentation visuelle des données

Baptisée Ariane « car elle est le fil rouge pour avoir accès à toutes les informations recueillies dans le groupe » explique Bruno Colin - l'application dispose de plusieurs écrans, accessibles ou non selon le profil de l'utilisateur. Chaque écran donne accès à tout ou partie des données et limite également les capacités en écriture de l'utilisateur pour ajouter, modifier ou utiliser les données. Le premier écran est donc un écran de saisie. Destiné au responsable des opérations de chaque entité locale, il lui permet de saisir tous les mois les chiffres liés à son activité. Des règles établies permettent d'interpréter automatiquement en ligne les données et d'en contrôler la fiabilité pour éviter les erreurs de saisie. « Nous vérifions à la volée si les évaluations sont plausibles ou non par rapport à l'historique, à la somme des chiffres, à divers paramètres », explique Bruno Colin. Les données peuvent être ensuite exportées vers un document PowerPoint ou un tableur Excel pour réaliser des présentations ou des analyses.



Un second écran, accessible seulement au directeur des opérations, permet de consulter les données dans un environnement visuel. « Ce Dashboard se compose de trois éléments », explique Mathieu Isaia. « L'élément central est une carte interactive qui affiche les données en temps réel : si le responsable d'une filiale complète des données, la couleur de son pays va changer pour signifier la modification. Le pays est affiché en rouge si les données n'ont pas été fournies, orange si les données sont incomplètes et vert si elles sont complètes. Les données doivent ensuite être validées » précise-t-il. En regardant cette carte, le directeur des opérations connaît aussitôt l'état des informations fournies par chaque pays. Il est en mesure de naviguer sur la carte pour faire un état des lieux local, régional, par continent, ou mondial. Le second élément composant cet écran est un calendrier étirable, et le troisième un graphique dynamique. « Lorsqu'on survole un pays représenté sur la carte, les données le concernant s'affichent dans une fenêtre pop-up de façon synthétique. Il suffit de cliquer dessus pour les afficher intégralement dans un graphique dynamique », explique Mathieu Isaia.

Un meilleur suivi des stratégies

Ariane a été déployée progressivement sur l'ensemble des 100 pays. « *Le déploiement est simple, l'application est installée sur le serveur de GfK et des points d'accès sur l'intranet sont ouverts pour chaque pays* », explique Mathieu Isaia. Présentée dans une seule langue - l'anglais - à l'ensemble des filiales, Ariane a suscité l'adhésion rapide des utilisateurs. « *L'objectif de disposer d'une solution simple à appréhender a été totalement rempli* », estime Bruno Colin. « *Nous avons mis en place un support en Angleterre, mais il n'a jamais été sollicité pour des problèmes d'utilisation de l'outil. Il est robuste, en cela le choix technologique a été bon, et simple à utiliser* ».



Fiche d'identité

Groupe GfK

Le Groupe GfK offre les connaissances indispensables à l'industrie, aux distributeurs, aux sociétés de services et aux medias dans leur prise de décisions sur les marchés. Le groupe propose une gamme complète de services liés à l'information et au conseil par ses trois secteurs d'activité que sont Custom Research, Retail and Technology et les Media. Le N°4 mondial des sociétés d'études de marchés est présent dans plus de 100 pays et emploie plus de 10.000 collaborateurs. En 2009, le Groupe GfK a réalisé un chiffre d'affaires de 1,16 milliards d'Euros.

Aujourd'hui, Ariane est utilisée pour suivre les performances de chaque filiale en termes de production, piloter la mise en place des stratégies des opérations sur le recueil des données, leur traitement et leur restitution, et définir les actions correctrices si nécessaire. L'application donne au directeur des opérations une représentation visuelle complète et détaillée de l'activité de chaque filiale. « *Ariane est devenue essentielle pour avoir un meilleur suivi des politiques stratégiques des opérations définies par le Groupe. Elle n'est pas utilisée en revanche pour les stratégies commerciales et les stratégies de positionnement de GfK. Pour le suivi des opérations, je dispose en temps réel d'une représentation visuelle de la production de chaque filiale. Je peux voir si un pays applique ou non une recommandation du groupe, alors qu'auparavant, la transmission des informations était beaucoup plus complexe et incertaine* », précise Bruno Colin. Si bien que le rôle d'Ariane pourrait bien s'étendre par le rajout de certains éléments financiers liés aux coûts des opérations. L'application a d'ores et déjà donné naissance à de nouveaux projets. « *À l'avenir, nous allons travailler sur d'autres aspects, comme l'optimisation des panels, le pilotage des activités et des stratégies. Nous avons déjà mis en place un site portail construit à partir des informations recueillies avec Ariane, et élargi à d'autres sources, pour faciliter la réalisation des benchmarks. Ariane a démontré l'intérêt de mieux partager les informations entre les différentes filiales. Le retour sur investissement n'a pas été calculé mais il est évident* », confie Bruno Colin.