

Modèles de Données & d'Opportunités BI

Michel Bruley – Directeur Marketing & PR – Teradata

2003

Potentiel de la Donnée

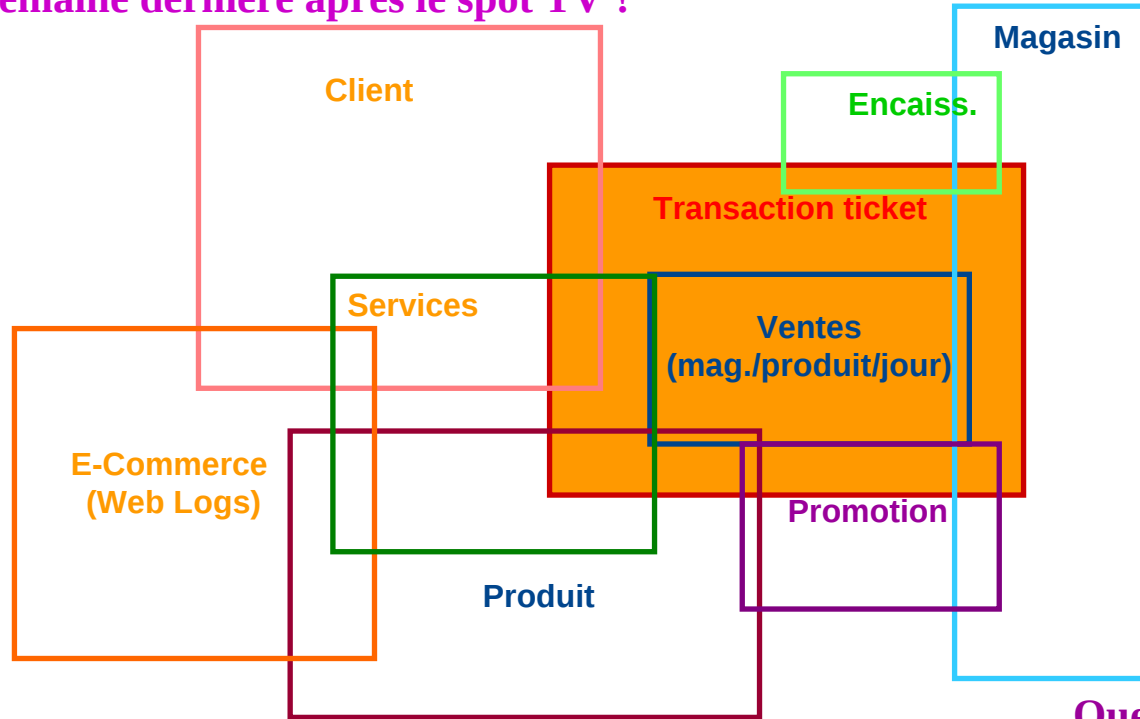
Quelles sont mes ventes par magasin la semaine dernière?

Comment les ventes sur le net impactent les magasins, qui préparent ces commandes ?

Combien de Valentine ai-je vendu en promotion la semaine dernière après le spot TV ?

Combien de baguettes ai-je vendu hier dans le magasin X ?

Quels magasins ont le plus de temps de caissières par rapport à la moyenne ?



Quelles sont les ventes pour les clients achetant des produits avec garanties et sans ?

Dans quelle mesure les ventes de papiers peint sont corrélées aux ventes de colles ?

Quels articles dois-je promouvoir sur la base de leur évolution, des ventes et de leur marge

Quels magasins montrent une tendance à la baisse des ventes ?

Quels sont les horaires de caissières, Plein temps /temps partiel, horaire normaux /heures sup. ?

Dans la catégorie quincaillerie quels articles dois-je arrêter sur la base des plus mauvaises ventes ?

Ticket client

Adresse
Magasin

Poids
d'achat

Produit
"light"

Produits
Top 100

Article
À prix
réduit

Mode de
paiement

N° carte

N° de
caisse

Caissier

Home
store

Format
Magasin

Coût
par kilo

Produit
Pré-
packagé

Produits
"Santé"

Nbre articles
dans panier

Total prix
panier

Points
standards

Points
Bonus

Date

Heure

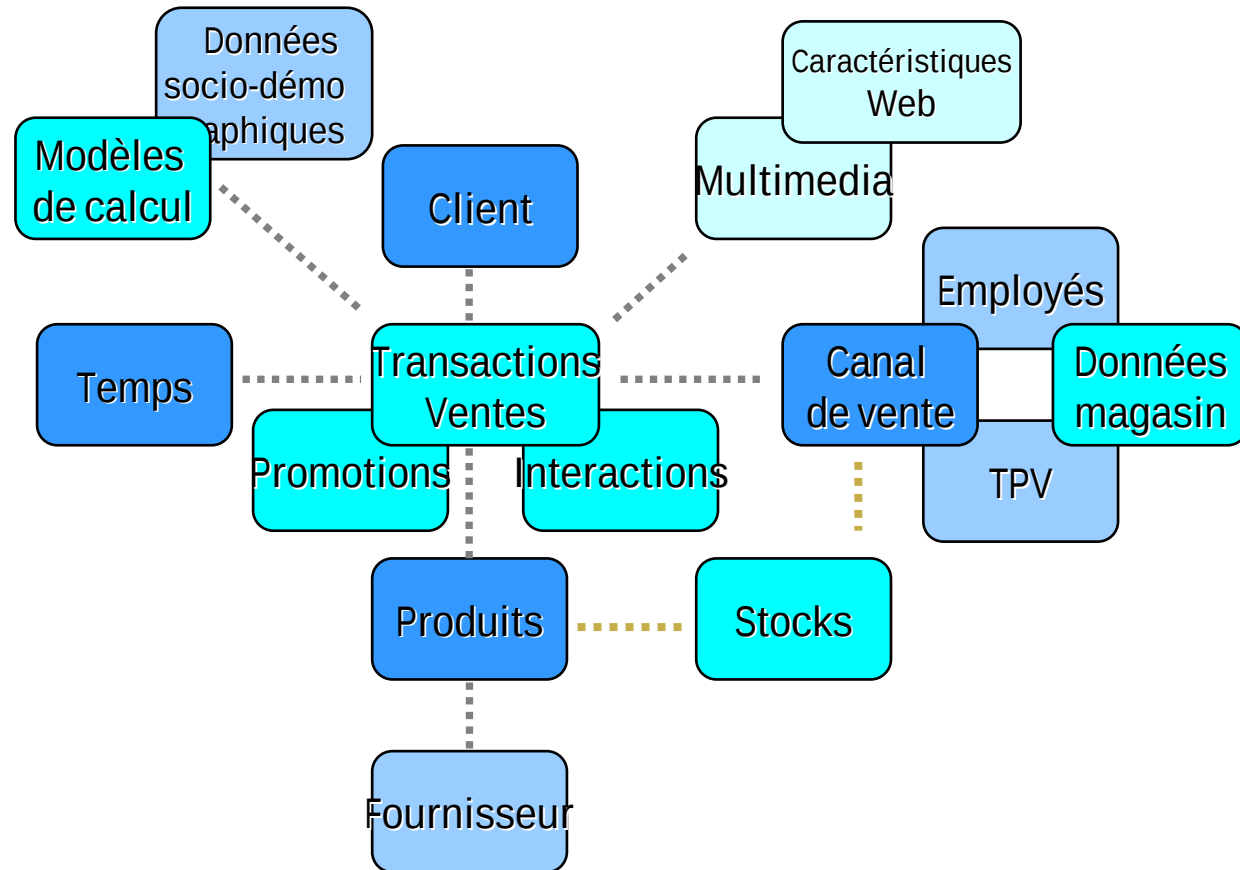
SAINSBURY'S LOCAL HOLBORN LOCAL 60 FETTER LANE, LONDON, EC1N 2HT TELEPHONE 020 7583 4274 www.sainsburys.co.uk	
WHT S/L GRAPE	£
0.630kg @ 3.99/kg	2.51
R/F B/LESS KIEV	2.39
R/F B/LESS KIEV	2.39
JS CHOC COOKIES	1.09
* COLGATE T/PSTE	1.19
ORG BABY POTS	0.99
BGTY BASP YOGHRT	0.55
SALAD	1.75
EXTRA REWARD POINTS	
* 50 Points *	
PUFF PASTRY	0.79
Reduced Price	
9 ITEMS PURCHASED	
BALANCE DUE	13.65
DEBIT CARD	13.65
492182949218293 05/02	

REWARD CARD	
634174000513045904	
REWARD QUALIFYING BAL	13.65
YOUR HOME STORE ACCOUNT WILL BE CREDITED WITH	
POINTS EARNED	PTS 26
EXTRA POINTS AWARDED	50

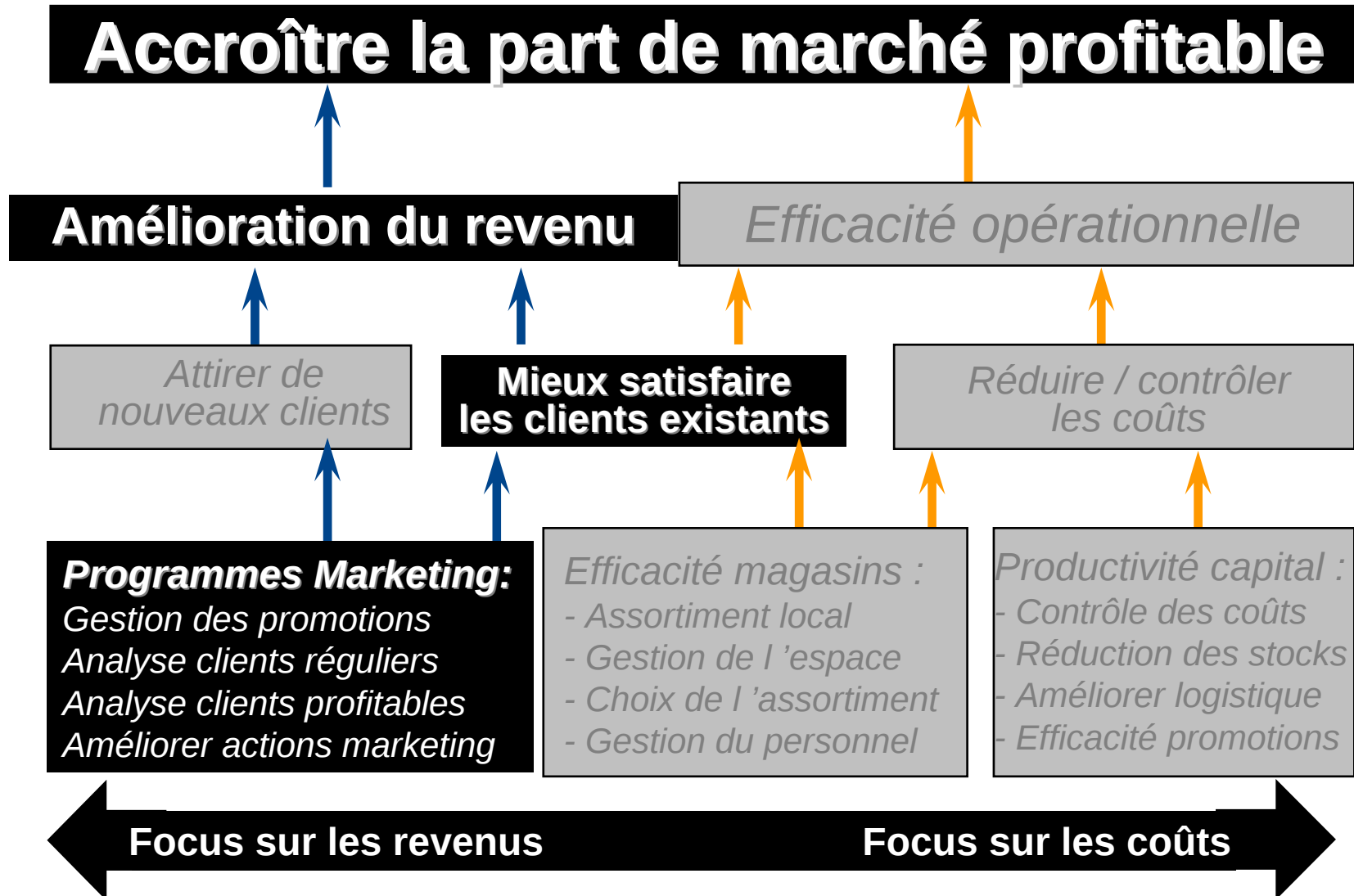
SAINSBURY'S HOLBORN LOCAL 4036	
DATE: 13 NOV 01	TIME: 13.28
LDC 010 OF: 212	TRANS: 7786

Modèle de données

- Identification des données Métier
- Modélisation de l'entrepôt de données



Par quoi voulez-vous démarrer ?



Modèle : d'Opportunités BI

Exemple : Distribution

Domaines	Thèmes clés ou Opportunités d'Amélioration Métier						
Gestion Clients	Mesure de la Valeur Clients	Rétention clients	Croissance Client	Acquisition Clients	Communications Clients		
Gestion financière	Analyse financière intégrée	Réalisation Chiffre d'Affaires	Rationalisation dépenses	Optimisation actif & passif	Optimisation profitabilité		
Gestion "Demand chain"	Précision des prévisions de la demande	Minimization Rupture de stocks	Optimisation Réappro.	Allocation optimisée des articles	Collaboration fournisseurs	Optimisation commandes	
Gestion Promotions	Sélection Promotions Porteurs Cartes	Sélection articles promotionnels	Sélection prix promotionnels	Sélection type de promotion	Localisation des promotions		
Gestion Assortiment	Réduction / suppression articles	Assortiment local	Optimisation Allocation d'espace	Gestion Soldes	Introduction nouvel article	Identification niveau de prix	Merchandising transversal
Gestion Opérations Magasins	Productivité encaissement	Efficacité main d'œuvre magasin	Optimisation Organisation main d'œuvre	Optimisation présentation magasin	Sélection de site	Minimisation gaspillage	
Gestion "Supply Chain"	Consolidation fournisseurs	Optimi. revenus & marges fournisseurs	Gestion de la performance opérationnelle	Optimisation flux financiers	Optimisation livraisons magasins		
Prévention des pertes	Réduction Fraude POS	Minimisation des pertes	Détection fraude fournisseurs	Détection fraude clients			
Gestion données		Planning		Architecture		Maturité	

Modèle d'Opportunités BI

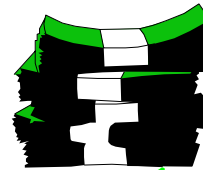
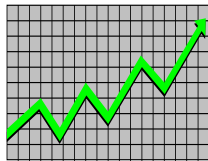
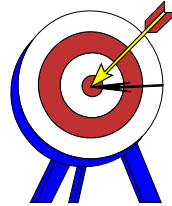
exemple "Minimisation des Ventes Perdues"

Objectif :

Identification et réduction des ventes perdues

Impacts financiers :

- Améliorer le Chiffre d'Affaires.
 - Améliorer la marge.
- (en réduisant les ventes perdues et améliorant la rétention client)



Analyses génériques :

Ventes (valeurs)
Taux d'écoulement (valeurs)
Ventes (unités)
Taux d'écoulement (unités)
Analyse du temps / jour
Analyse d'une journée / semaine
Rapport d'exception

Actions immédiates :

- Sur les mouvements de stocks :
 - du magasin au rayon
 - du dépôt au magasin
 - du fournisseur au dépôt.

Actions préventives :

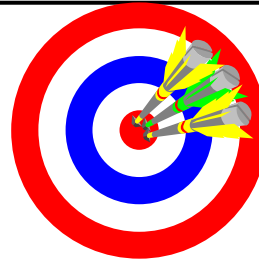
- changer les règles d'allocation et de réappro.
- améliorer la « Demand Chain »

Exemple suite : Rétention

OBJECTIF

Ex: Rétention Client

Identifier les porteurs que l'enseigne
risque de perdre comme clients



IMPACT FINANCIER

Augmentation CA
Augmentation Fréquentation
Réduction des coûts Marketing
sur les clients ne répondant pas

**Business
Improvement
Opportunity
- exemple -**



TYPES D'ANALYSES

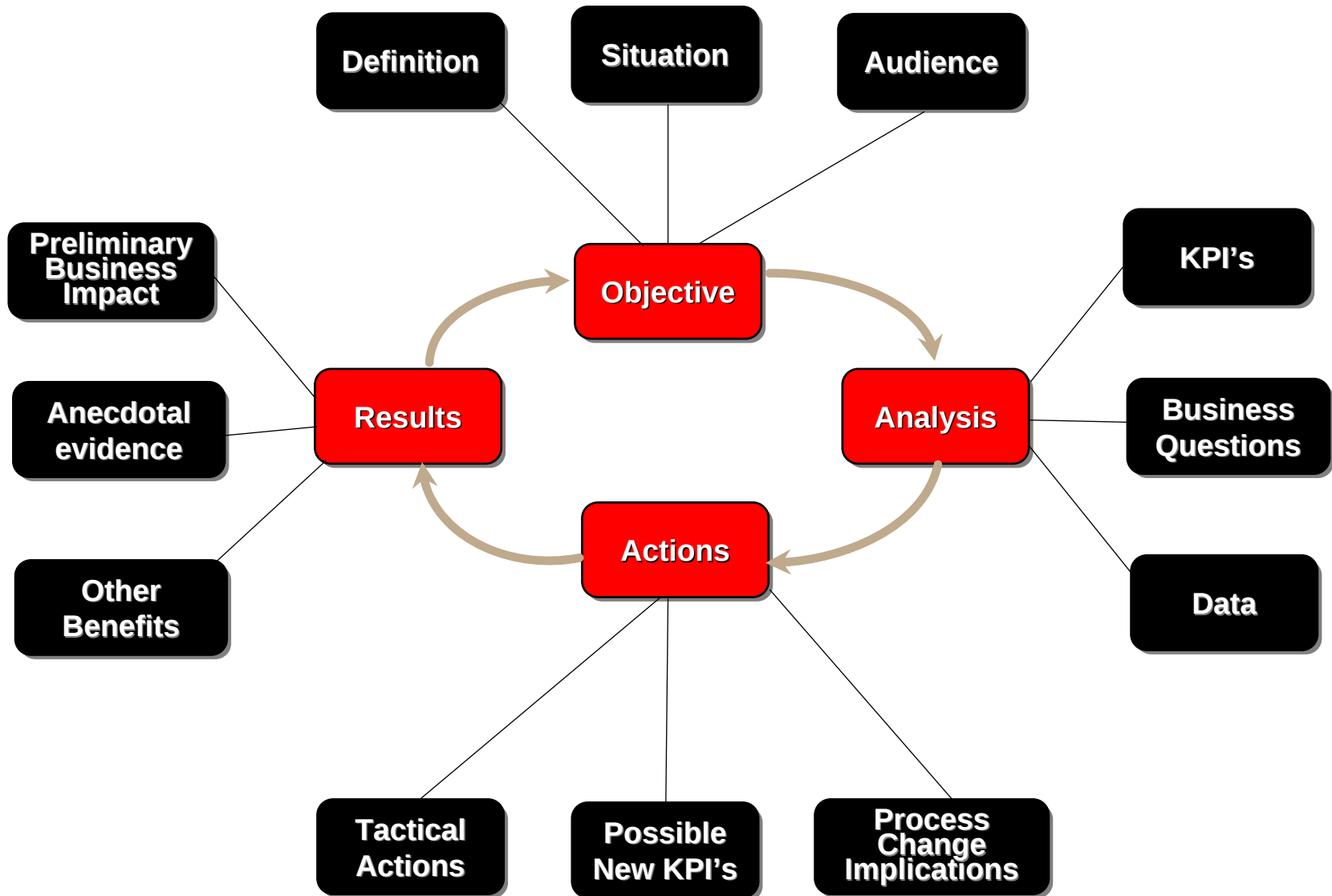
Sans achats depuis X jours
Volume d'achat en déclin
Performance passée de ces clients
Moyen de paiement préférés



ACTIONS

Ciblage Client (les plus rentables)
Action commerciale spécifique (points
bonus)

Le modèle d'opportunités BI relie de nombreux éléments



Le modèle d'opportunités BI permet de meilleurs dialogues

	Process	Vente articles	Promotions	Marge franchisés	Marge directe	Contrôle fournisseurs	Contrôle opérationnel	Gestion des stocks	Logistique
Direction									
Franchisés									
Marketing									
Merchandising									
Achats									
Ventes									
Inspection									
Contrôle de gestion									
Logistique									
Administration									