



# Cas Client Siemens

Accroître les performances et l'autonomie des commerciaux grâce à l'IA, en leur fournissant des outils analytiques de ciblage



### **Périmètre :**

- Mise en place d'une trentaine de POC avec un outil de datavisualisation nouvelle génération.

### **Solution déployée :**



### **Objectifs :**

- Décentraliser la recherche des données pour faciliter l'analyse et augmenter les ventes,
- Fédérer tous les utilisateurs autour d'un outil intuitif.

Siemens, parmi les plus grands groupes industriels mondiaux, a mis en place dans sa filiale française un outil d'Analytique Augmentée basé sur l'Intelligence Artificielle. Un premier use case à destination des commerciaux de la division Industry a été développé dans un objectif d'amélioration du processus de prospection commerciale.

Pour réduire les coûts et les complexités de développement nécessaires sur des outils de BI traditionnels, Siemens France a fait implémenter la solution de BI self-service ThoughtSpot avec l'assistance de DataValue Consulting.

Cette nouvelle plateforme permet de générer automatiquement des reportings à partir de recherches intuitives en langage naturel. Une utilisation aussi simple et efficace qu'une recherche Google qui permet de décentraliser l'élaboration des reporting et des analyses, en facilitant leur paramétrage par les utilisateurs finaux.

## **CONTEXTE & ENJEUX**

Avec près de 385 000 collaborateurs et 87 Milliards d'euros de CA, Siemens est un groupe mondial à la gouvernance très centralisée. Utilisateur historique de solutions de reporting et d'analytiques, le groupe mène une politique active de veille technologique.

Sous l'impulsion de son Digital Center chinois, Siemens a choisi ThoughtSpot comme outil de data visualisation pour la réalisation d'une trentaine de POC.

Matthieu Pontailier, Digital Officer de l'entité France-Belgique-Maghreb a impulsé le lancement d'un premier cas d'usage à destination du département commercial de la branche Siemens Industry. Cette division de Siemens réalise une vingtaine de milliards d'euros de chiffre d'affaires et emploie 100 000 personnes au niveau mondial. L'activité réside dans la fabrication et la vente de matériel d'automatisation, essentiellement à destination de l'industrie.

Pour la région France-Belgique-Maghreb (10 000 personnes et 2 milliards de CA), la mission principale consiste à vendre ces matériels achetés en interne à la maison mère. Dans cette démarche de commercialisation BtoB, des actions marketing sont mises en place mais la phase de prospection plus traditionnelle représente toujours un volet clef.

Sur un plan technologique, le groupe est équipé SAP et a choisi de remplacer l'outil de data visualisation corporate centralisé (Qlik) par SAP Analytics Cloud. En matière de self BI, Siemens s'est tourné vers Tableau et Power BI. Cependant, malgré des qualités certaines de connectivité, d'ergonomie et de restitutions, des limites sont apparues concernant le degré de profondeur d'analyse possible avec ces solutions.

“ Nos outils actuels comme Qlik ou Tableau proposent des rapports « gelés » ou statiques dont la génération requiert l'intervention d'un expert, un certain coût de maintenance avec des capacités d'exploration de données et d'analytique parfois limitées. Il s'agit finalement davantage de reporting que d'analytique.

**Matthieu Pontailier, Digital Officer** ”

## LA RÉPONSE DE DATAVALUE CONSULTING

Chez Siemens Lead Country France, ThoughtSpot a été alimenté par une base de données de clients et de prospects exploitée jusqu'à présent avec Qlik ou Tableau. L'objectif consiste à mettre à disposition des end users (ici les commerciaux) des outils d'analytique et de recherche afin qu'ils puissent faciliter et maximiser leur prospection commerciale. L'objectif n'est pas simplement d'amener de la transparence mais d'améliorer le processus de prospection et obtenir un R.O.I par l'augmentation du volume de vente.

### **Le Digital Officer confirme**

“ Nous avons choisi ThoughtSpot pour sa capacité à décentraliser les capacités analytiques au niveau des utilisateurs finaux mais aussi pour son adaptabilité et la simplicité de son fonctionnement sous format de question/réponse. ”

A travers un ETL open source, ThoughtSpot est utilisé pour réaliser du data crunching et de l'analytique. La plateforme va croiser la base de données interne (principalement le CRM) avec des bases externes (de type INSEE ou autres) pour préparer la prospection en identifiant des indicateurs comme, par exemple, des données de consommation d'énergie sur site.

**Pour les utilisateurs Sales de Siemens Lead Country France, l'application fonctionne très simplement, comme l'explique**

**M. Pontailier :**

“ On part de la requête par mots-clés en langage naturel dans la barre de recherche ThoughtSpot, par exemple pour obtenir le nombre de visites par vendeur sur un mois donné. La solution gère très bien les synonymes et les performances de restitution sont vraiment intéressantes que ce soit en termes de temps de réponse ou de rendu graphique, notamment les graphiques Bridge. La réponse est ensuite intégrée à un rapport ou un tableau de bord que le commercial peut consulter de façon quotidienne. ”

## BÉNÉFICES

- **Chaque utilisateur peut désormais formuler des requêtes précises et personnalisées sans avoir à demander le développement d'un reporting spécifique qui devra mobiliser les équipes BI.**
- En ce qui concerne l'adoption, le retour en interne est très positif : « L'outil est très apprécié et fédère rapidement les utilisateurs finaux. Ce premier use case a généré de la motivation et des idées ont émergé pour de futurs use case ». M. Pontailier poursuit : « La couche IA n'est pas encore exploitée pleinement par nos équipes mais le groupe y place des ambitions prometteuses ».
- Au niveau du groupe mondial, la trentaine de POC développés sous l'impulsion du digital center en Chine vont permettre d'adresser prochainement de nombreux sujets variés : Process Mining, administration des ventes, achats, ticketing tool IT, PVO...



9 Boulevard du Général de Gaulle, 92120 Montrouge  
Tél : 01 81 89 41 70 - [contact@datavalue-consulting.com](mailto:contact@datavalue-consulting.com)

