

## ANALYTICS

# antalis <sup>TEM</sup>

Antalis adopte Qlik Cloud Analytics et développe l'autonomie des utilisateurs



« Qlik Cloud a permis de développer l'autonomie des utilisateurs métiers et de simplifier l'accès aux différents tableaux de bord pour les agences Antalis présentes dans plus de 30 pays. »

Fabien Préhel, Group CRM, Marketing Solutions & Data Analytics Director, Antalis

Antalis est le premier distributeur B2B de papiers, solutions d'emballage et produits de communication visuelle en Europe et en Amérique latine. Filiale de KPP Group Holdings Co., Antalis opère dans plus de 31 pays et emploie 4.000 employés au service de plus de 100.000 clients.

### Une longue expérience de la puissance de Qlik

Antalis est un client historique de Qlik : le groupe avait fait le choix de QlikView en 2008 et avait développé des dizaines d'applications dans tous les services. En 2022, Antalis décide de moderniser son informatique décisionnelle. « Les développements sur QlikView étaient complexes, et les visualisations désuètes, se souvient Fabien Préhel, Directeur CRM, Marketing Solutions & Data Analytics du groupe Antalis. Seuls quelques initiés maîtrisaient vraiment le système, ce qui rendait les cycles de développement de nouvelles applications trop longs. » Antalis décide de changer cette organisation afin de devenir plus réactif face aux demandes du business, et d'ouvrir l'Analytics à un plus grand nombre d'utilisateurs.

Pour ce nouveau projet ambitieux, Antalis met en concurrence les leaders du secteur de l'Analytics. Après plusieurs semaines de test, Qlik Cloud Analytics emporte l'adhésion grâce à la puissance de son moteur associatif et à la rapidité des traitements, deux points forts de l'offre qui avaient fait leurs preuves lors des premiers déploiements QlikView. « Avec Qlik Sense, nous avons l'assurance de la stabilité, de la simplicité et de la performance, » ajoute Fabien Préhel.

Les utilisateurs métiers sont très attachés au moteur associatif qui leur permet notamment de valider les corrélations entre les différentes données. Les utilisateurs peuvent trier librement sur tous les axes, même les moins courants, comme le caractère éco-responsable du produit, et l'obtention des résultats parmi les quelque 120.000 références actives est instantanée.

#### CLIENT

Antalis

#### SECTEUR

Distribution

#### LOCALISATION

France, Europe et Amérique Latine

#### FONCTIONS

Marketing, Ventes, Finance, Supply Chain

#### BUSINESS VALUE DRIVER

Customer Intelligence  
Optimisation des Processus

#### CHALLENGES

- Moderniser les outils décisionnels
- Fiabiliser les applications analytiques
- Donner plus d'autonomie aux métiers
- Simplifier l'administration et l'accès aux données dans la trentaine de pays du groupe

#### SOLUTION

Antalis a choisi de renouveler sa confiance à Qlik en migrant toutes ses applications QlikView vers Qlik Cloud Analytics. Les capacités de la nouvelle solution ont également permis à Antalis de développer de nouveaux tableaux de bord dédiés à l'analyse des activités digitales de l'entreprise.

#### RÉSULTATS

- Autonomie des utilisateurs et meilleure collaboration
- Vision consolidée de tous les pays
- Analyses affinées des activités e-commerce
- Intégration de la data science au service des utilisateurs
- Gestion automatique des performances de l'infrastructure

## Une organisation désilotée et plus efficace

Une des difficultés du projet était l'organisation en silos des équipes BI dans les différentes régions. Antalis possède des bureaux dans plus d'une trentaine de pays d'Europe, regroupés en 5 régions, et chacune d'entre elles disposait auparavant d'un serveur QlikView.

« Les utilisateurs n'avaient accès qu'aux applications spécifiques de leur région. Il fallait trouver une approche désilotée permettant l'émergence d'un modèle davantage collaboratif et inclusif, explique Fabien Préhel. Avec notre nouvelle infrastructure Qlik Sense hybride SaaS et On-Premise, nous gardons la flexibilité de développements régionaux, tout en permettant à l'ensemble des utilisateurs d'avoir accès à un seul hub où toutes les applications sont disponibles. »

Aujourd'hui, plus de 200 applications Qlik ont été migrées vers le cloud, pour 1250 utilisateurs. A terme, Antalis s'attend à atteindre environ 500 applications, et 2500 utilisateurs.

Grâce aux capacités de BI en libre-service de Qlik Cloud Analytics, une quarantaine d'utilisateurs ont été formés pour qu'ils puissent eux-mêmes créer leurs propres tableaux de bord. Les initiatives sont ainsi plus nombreuses et innovantes, et la réactivité beaucoup plus grande. « Nous créons de nouveaux tableaux de bord en quelques minutes lorsqu'il nous fallait une demi-journée auparavant, illustre Fabien Préhel. Nous avons ainsi décuplé notre capacité de création de nouveaux rapports, et divisé par 10 nos délais de production. »

## Un nouveau focus sur le marketing digital

Antalis a profité de cette migration pour renforcer l'analytique sur ses activités stratégiques comme le marketing digital. Plusieurs applications dédiées permettent dorénavant d'analyser avec précision les KPIs liés aux activités e-business, allant de

l'analyse des données transactionnelles provenant des ERPs jusqu'aux données Web qui permettent d'optimiser les sites e-commerce, la génération de trafic et la conversion des visiteurs en nouveaux clients.

Pour analyser l'activité du site web, Antalis retraits les données brutes issues de Google Analytics dans l'entrepôt de données BigQuery, auquel Qlik accède grâce à un connecteur dédié. « Nous possédons plus d'une trentaine de sites web, explique Fabien Préhel. Avec Qlik connecté à BigQuery, nous obtenons une vue consolidée, et pouvons réaliser des analyses plus pertinentes avec des données plus exhaustives.

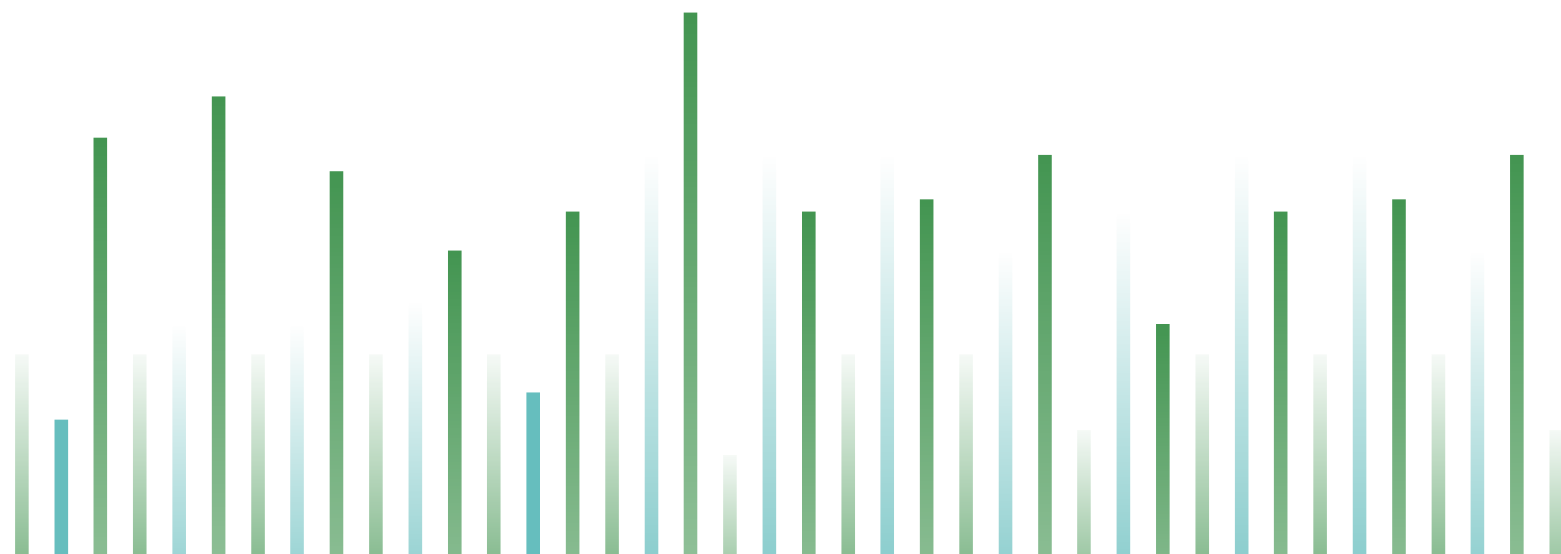
Nous avons ainsi une meilleure compréhension de notre tunnel de conversion, ainsi qu'une analyse plus fidèle des différentes sources de visites et des achats ».

## L'IA pour mieux fidéliser et segmenter

La modernisation du système décisionnel était aussi l'occasion pour Antalis d'apporter plus de valeur en exploitant les aspects prédictifs du Machine Learning. L'équipe BI a donc travaillé avec un data scientist pour mettre en place une segmentation RFM évoluée, non seulement basée sur la recense, la fréquence et le montant des achats, mais également sur un algorithme de calcul du taux de risque d'attrition, qui prend en compte une trentaine de variables supplémentaires. Le score calculé quotidiennement est affiché dans une application Qlik, ce qui permet aux utilisateurs marketing de cibler précisément les clients pour leurs campagnes de réactivation ou de fidélisation. Les commerciaux utilisent également ces données pour identifier les clients qu'ils doivent adresser en priorité.

## Des applications plus ergonomiques

Un des succès de ce projet réside dans la refonte des applications sur Qlik Sense afin qu'elles puissent être plus riches, plus lisibles et plus fluides. « Nous retenons seulement 10% des textes que nous lisons vs 30% des images que nous voyons.



Grâce aux nombreux choix de graphiques et options de visualisation plus modernes de Qlik Sense, nos nouveaux tableaux de bord sont beaucoup plus visuels et compréhensibles, comme le tunnel de conversion de nos leads ou la répartition de nos clients par segment, illustre Fabien Prével. La simplicité de gestion des visualisations dans Qlik Sense facilite l'exploration visuelle de données et l'identifications d'anomalies potentielles.

## Une exploitation des avantages du cloud

Côté technique, c'est la puissance et la simplicité du cloud qui séduisent : « Nous n'avons plus à nous soucier d'adapter la performance de nos serveurs, se réjouit Fabien Prével, et les versions sont toujours à jour. »

Parmi les nouveaux modules accessibles automatiquement avec Qlik Cloud, l'équipe BI d'Antalis a mis à profit Qlik Application Automation (QAA) pour automatiser les envois de reporting aux managers. Les fonctions d'alerting, elles, ont été mises entre les mains des utilisateurs métiers.

Pour la suite, Antalis souhaite intégrer des analyses avancées dans Salesforce, grâce aux mashups. Elles permettront d'accéder à des données transactionnelles plus avancée sans avoir à sortir du logiciel. Des projets d'ouverture de la data vers les fournisseurs sont également en cours d'investigation.

« Avec Qlik, l'analyse de l'activité de nos sites web est plus exhaustive qu'avec Google Analytics et nous permet d'intégrer des données complémentaires pour une vision plus affinée des performances des sites web de tous les pays. »

Fabien Prével, Group CRM, Marketing Solutions & Data Analytics Director, Antalis



## A propos de Qlik

Qlik transforme des paysages de données complexes en insights exploitables pour permettre aux entreprises d'atteindre leurs objectifs stratégiques. Au service de plus de 40 000 clients dans le monde, notre portefeuille de produits valorise la qualité des données pervasive et des capacités d'IA/ML avancées. Nous excellons dans l'intégration et la gouvernance des données pour offrir des solutions complètes qui fonctionnent avec une grande variété de sources hétérogènes. Les analyses intuitives, réalisées par Qlik en temps réel, révèlent des modèles cachés pour permettre aux équipes de relever des défis complexes et saisir de nouvelles opportunités. Nos outils d'IA/ML, à la fois pratiques et scalables, ouvrent la voie à une meilleure – et plus rapide – prise de décision. En tant que partenaire stratégique, notre technologie et notre expertise sont compatibles avec toute plateforme pour offrir à nos clients un avantage compétitif.

[qlik.com](https://qlik.com)