

Créer un environnement pour l'implémentation de l'intelligence artificielle

Frédéric JACQUES

Le groupe au niveau mondial

- CA de 24 milliards \$
- 70 000 employés dans le monde
- Le leader dans le service de la science
- Equipements et consommables de laboratoire



Notre filiale en Europe

Nos clients

- Nombreux clients
- Laboratoires publics ou privés



100€

Gros clients

Nos produits

- Du groupe ou de fournisseurs externes
- >1 million de références
- >7000 marques
- >4000 catégories de produits

Nos transactions

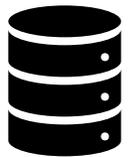
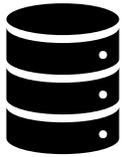
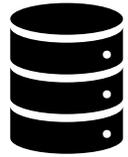
- Nombreuses transactions
- 15 pays
- 6 monnaies
- 70~80% conditions annuelles ou devis

Nos canaux

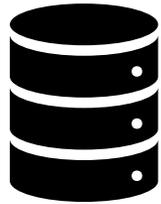
- Web
- Connexions électroniques (EDI)
- E-mail
- Téléphone

Notre environnement Pricing

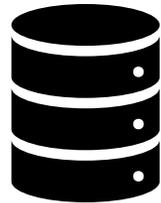
Sources de données



Lac de données



Données préparées



Moteur d'optimisation



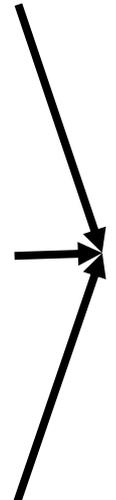
Interface

Vendeurs



Clients

Business Intelligence



Choix dans la préparation des données

- Définir un client
 - Une adresse de livraison
 - Une adresse de facturation
 - Un groupe industriel
- Quelles autres informations pertinentes?

- Informations sur la transaction
 - Jour de la semaine?
 - Pas intéressant lorsque les prix sont valables pour un an

- Définir un produit

Code produit	Marque	Taille	Prix
15662357 Afficher les documents Détails de la promotion	Fisherbrand™	S	11.50€ 50 pièces Prix par lots disponible
15672357 Afficher les documents Détails de la promotion	Fisherbrand™	M	11.50€ 50 pièces Prix par lots disponible
15692357 Afficher les documents Détails de la promotion	Fisherbrand™	XL	11.50€ 50 pièces Prix par lots disponible

- Ne rien oublier
- Ne mettre que ce qui est actionnable

Nettoyage des données

Données manquantes

Valeur par défaut?

Estimer la donnée en fonction d'autres données?

Données extrêmes

Les exclure?

Les normaliser?

Données non harmonisées

Les simplifier d'abord?

Créer des équivalences?

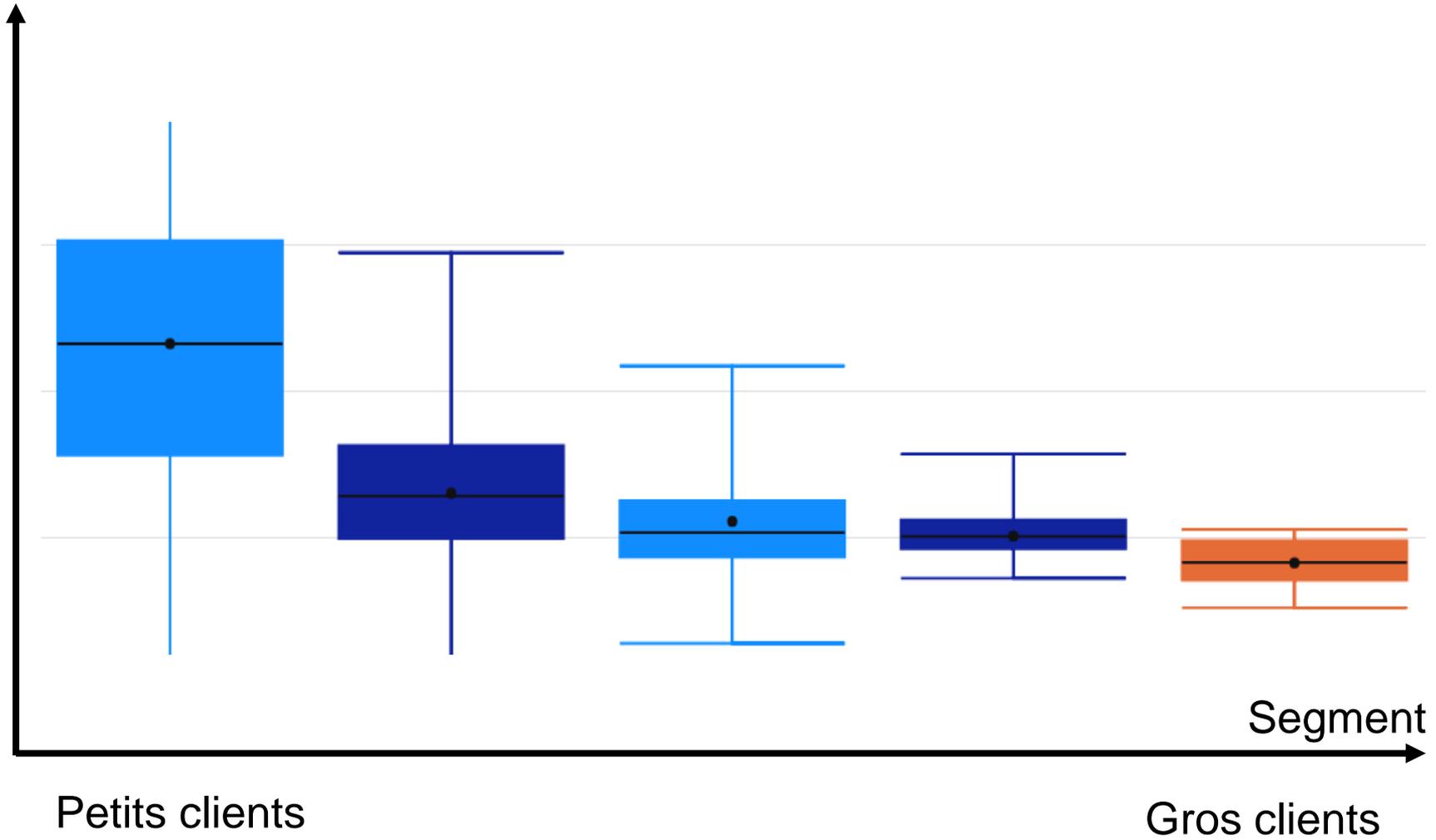
Duplication de données

Trouver l'origine

Créer des règles de sélection

Segmentation client

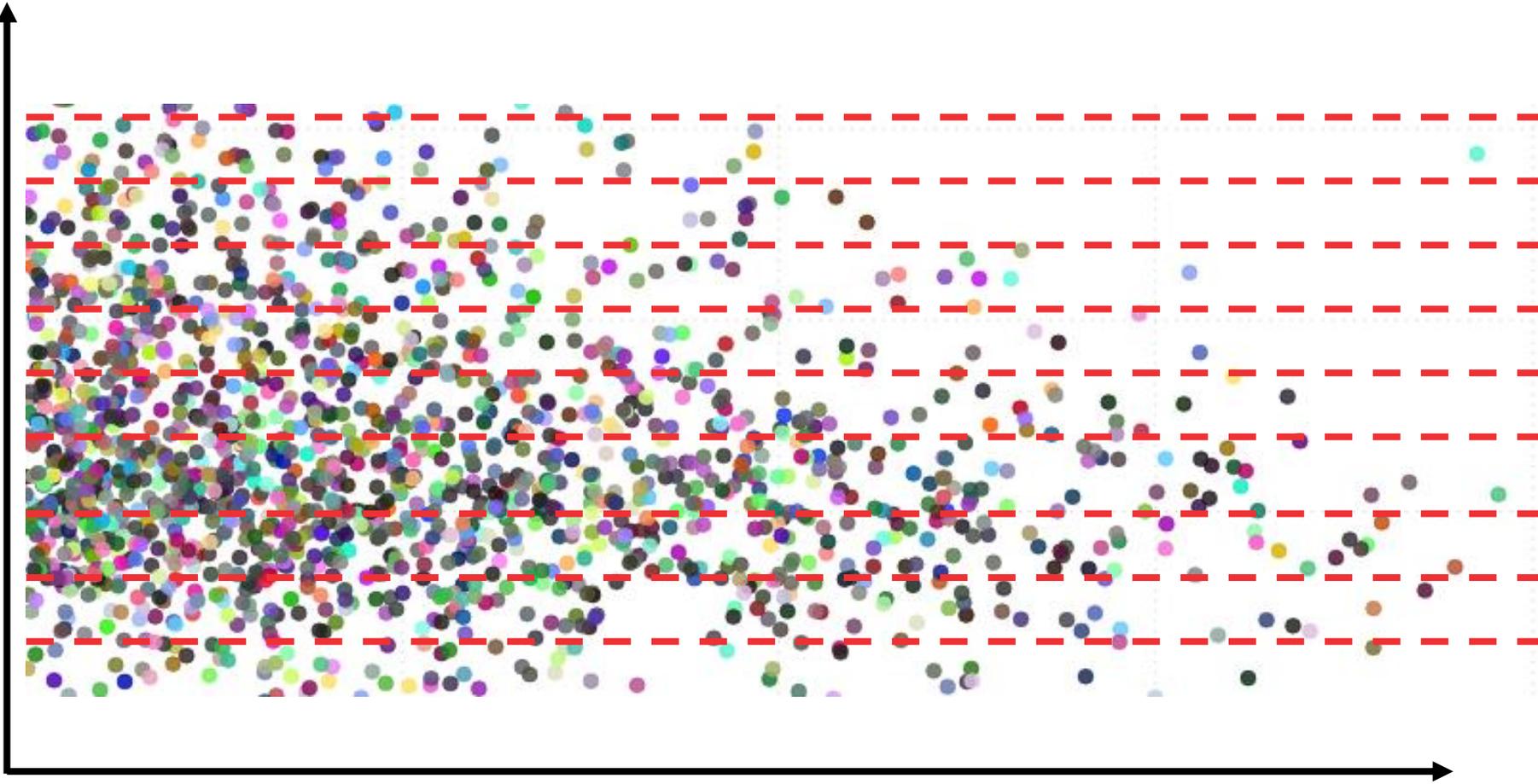
Marge



Segmentation produit

Marge

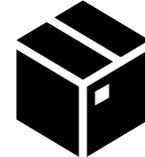
Quelle stratification ?



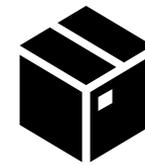
Ventes

Niveaux d'optimisation des prix

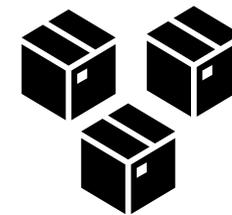
1 client – 1 produit



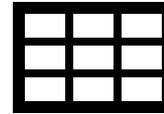
1 segment – 1 produit



1 segment – 1 groupe
de produits



Matrice de remises



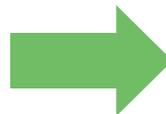
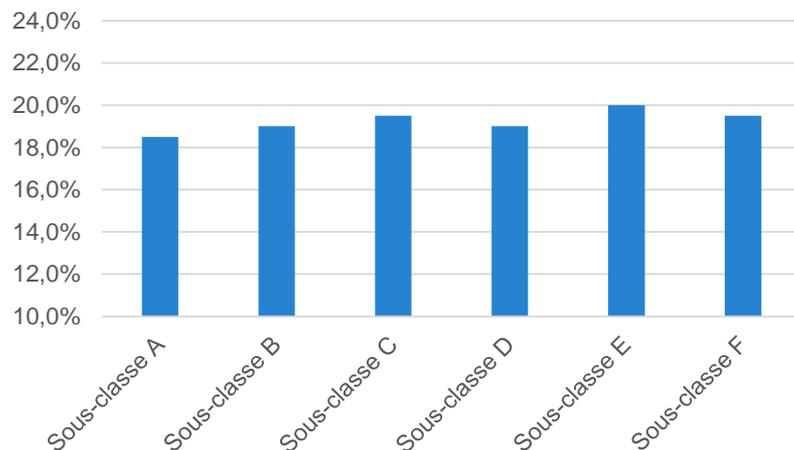
Comment délivrer l'information prix

- Théorie
- Optimiser les prix le plus précisément possible

- Pratique
- Remise compréhensible par les vendeurs

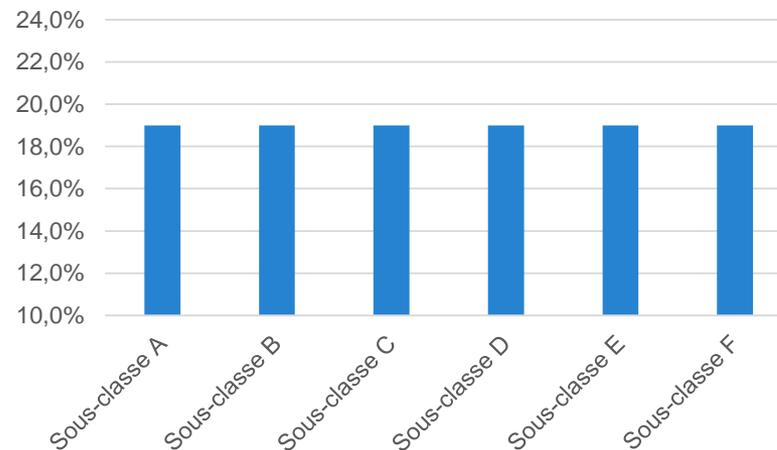
1% de l'objectif

Remise



100% de l'objectif

Remise





Décisions
stratégiques



Nettoyage des
données



Implémentation
du prix



OUI

- Segmentation produit
- Segmentation des petits clients
- Approbation des devis
- Analyse des écarts

NON

- Prix dynamiques
- Prix des gros clients

Et vous, qu'en pensez-vous ?