

Exasol pour le secteur de la vente au détail et du e-commerce

**Avec l'Analytique ultra rapide, gagnez en
efficience et en souplesse et améliorez la
satisfaction de vos clients**



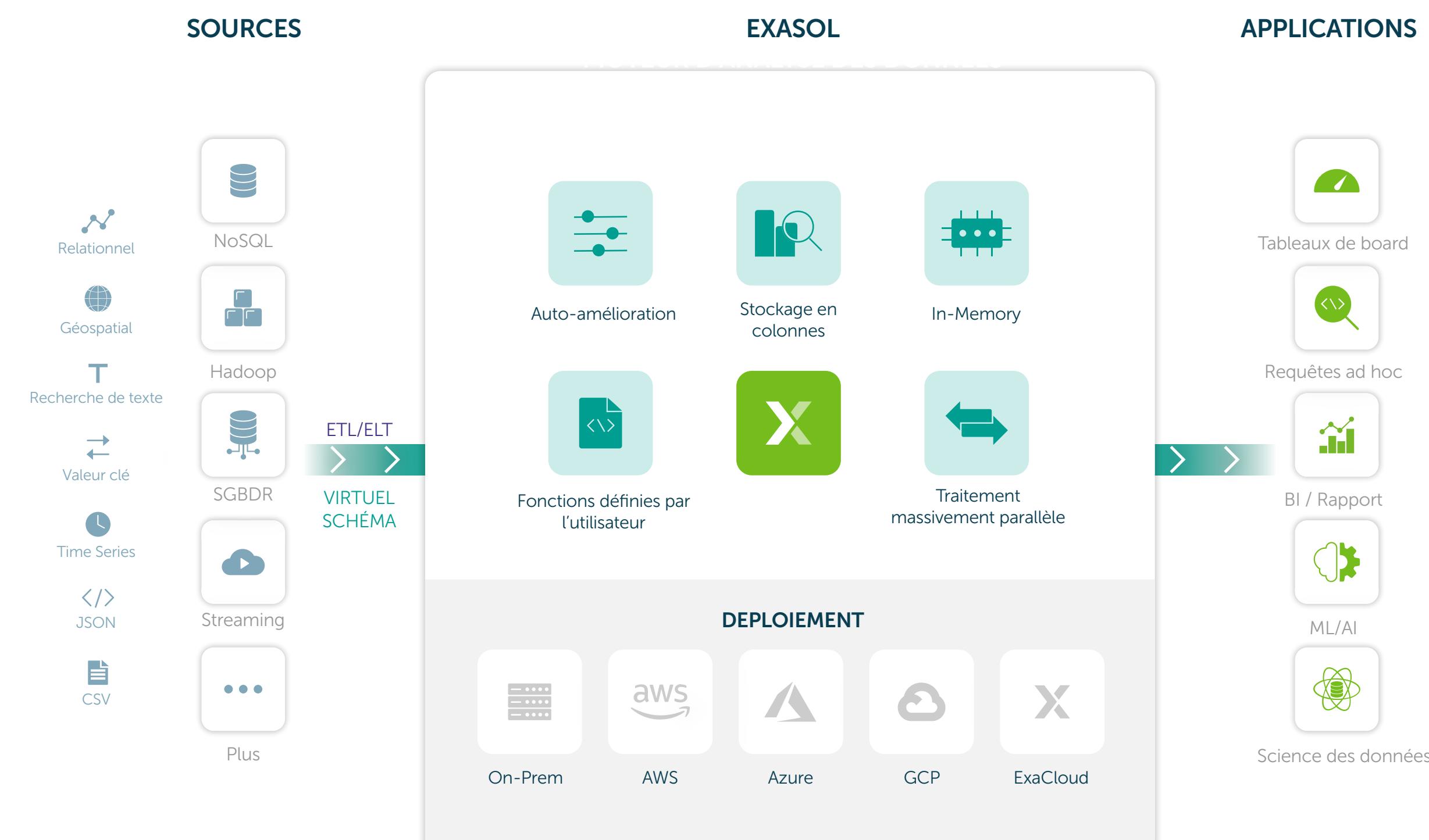
Le rôle de l'analytique ultra rapide dans la vente au détail et du e-commerce

À l'ère du numérique où tout va à la vitesse de l'éclair, c'est la rapidité d'accès aux informations clés qui détermine qui sont les gagnants et les perdants de la vente au détail et du commerce électronique. Plus vite vous produirez des insights, plus vite vous pourrez satisfaire les besoins de vos clients, identifier les opportunités naissantes, gagner en efficience et maximiser vos profits.

Cependant, les détaillants ont bien du mal à générer des insights pertinents et précis. La raison ? Des volumes de données croissants, des attentes fluctuantes de la part des consommateurs et une volatilité du marché. De nos jours, de nombreux détaillants doivent se contenter de systèmes d'analyse hérités et inefficaces, qui les empêchent de tirer le maximum de leurs data dans le cadre de leurs décisions. Le fait est que les systèmes de BI traditionnels n'ont pas été conçus pour gérer la masse et la grande diversité des data de notre ère numérique. Ils montrent donc rapidement leurs limites en matière de performances et de scalabilité.

C'est là ce qui différencie [Exasol](#).

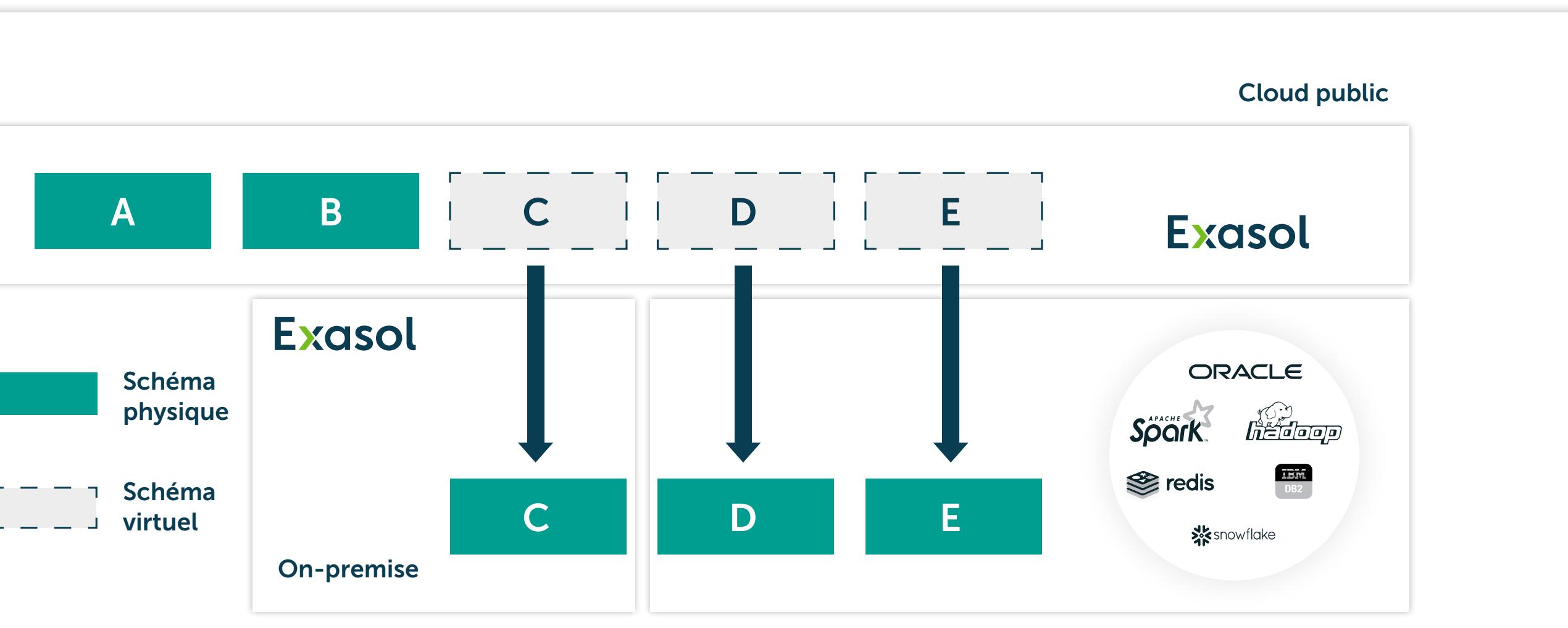
Exasol est une base de données analytique conçue pour la haute performance. Elle offre un traitement massivement parallèle (MPP), est orientée colonnes et garantit une vitesse d'exécution, une scalabilité et une facilité d'utilisation inégalées. Cette solution a été conçue à l'intention des organisations de vente au détail désirant disposer d'un entrepôt de données adapté à leur pile analytique.





Exasol intègre de nombreuses fonctions d'optimisation de performance, comme la compression des données à niveaux multiples, les prédictions avancées de pré-extraction des données (stratégie de cache chaud/froid), l'« auto tuning » (une optimisation automatique sophistiquée) et l'indexation automatique. Le but : garantir un maximum de performances à tout instant. En automatisant de nombreuses tâches chronophages, votre équipe Data pourra se libérer des processus qui nécessitent beaucoup de personnel mais ont une faible valeur ajoutée pour se concentrer sur l'innovation. Grâce à sa scalabilité linéaire, Exasol permet aux détaillants d'analyser de gros volumes de données et d'exécuter simultanément un grand nombre de workloads à une vitesse incroyable et de bénéficier d'une réponse instantanée à leurs requêtes, tout en mettant l'analytique à disposition d'un plus grand nombre d'utilisateurs.

À l'heure actuelle, les détaillants stockent les données de leurs clients « on-premise » (sur site) et dans le cloud et doivent pouvoir analyser toutes les data dont ils ont besoin où qu'elles se trouvent. La technologie de schémas virtuels ([« Virtual Schemas »](#)) d'Exasol leur permet d'analyser les data où qu'elles soient stockées (on-premise, cloud ou environnement hybride), sans avoir à les extraire de leur système source. Cette solution raccourcit le processus coûteux et fastidieux d'exportation des data et accélère la production d'insights.



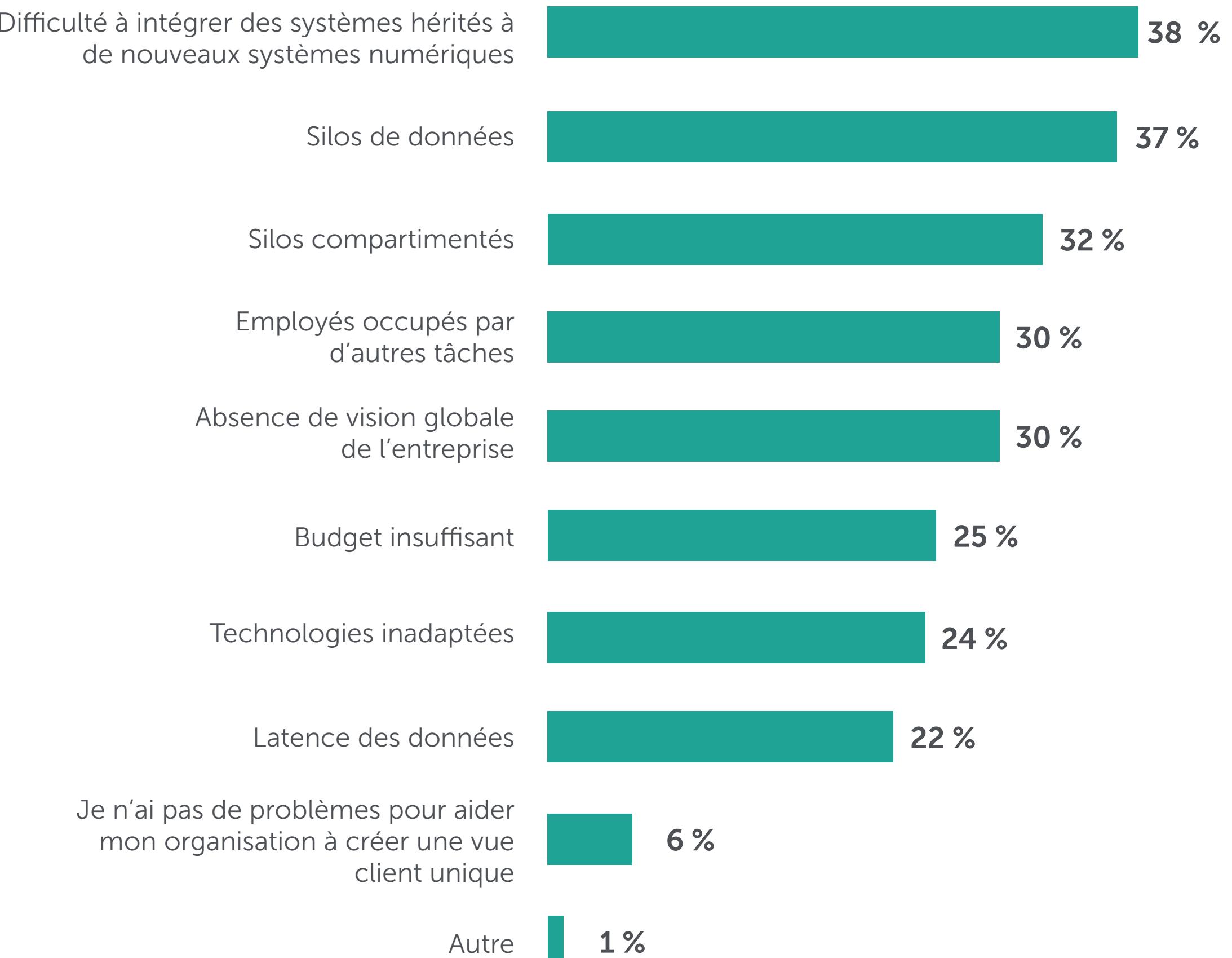
Analytique basée sur schéma virtuel dans un environnement hybride

Intégrez rapidement vos données clients en silo dans une vue client unique

L'atout d'Exasol : un moteur in-memory avec MPP qui règle le plus grand défi que pose l'analytique client

Vous voulez mieux connaître votre clientèle et lui fournir un service irréprochable. Pour cela, vous devez d'abord rassembler vos données clients dans une seule et même source de data fiable. Aujourd'hui, les clients passent par divers canaux pour interagir avec un détaillant. Toutes ces données clients sont stockées dans divers systèmes et gérées par plusieurs équipes. Résultat : d'énormes silos de données qui empêchent le détaillant d'avoir une véritable vue d'ensemble précise et en temps réel de sa clientèle. En l'absence d'une source unique et fiable de données clients, un détaillant ne peut savoir qui sont ses clients ni où ils se trouvent.

Quels obstacles vous empêchent d'aider vos équipes à créer une vue client unique ?



Source : enquête auprès de clients d'[Adobe](#)



La solution d'Exasol



Des chargements de données ultra rapides

Avec Exasol, les détaillants peuvent rapidement consolider leurs données clients éparpillées dans plusieurs systèmes au sein d'Exasol. [ExaLoader](#), la fonction de chargement des data intégrée à Exasol, permet aux détaillants d'exécuter leurs processus ETL/ELT sur un moteur in-memory avec MPP, quelle que soit l'échelle, afin d'accélérer le processus global d'intégration des données.



Connectez toutes les sources et tous les systèmes

En plus d'ExaLoader, Exasol propose un large ensemble de [connecteurs](#) pour relier l'ensemble de vos sources de données et systèmes externes, même les flux continus de données en temps réel. Les détaillants peuvent ainsi intégrer des data hétérogènes à leur analyse pour bénéficier d'une vision globale de leur clientèle.



Personnalisez l'ETL avec nos UDF

Vous aimeriez créer une solution ETL sur mesure ? Grâce aux puissantes [fonctions définies par l'utilisateur \(UDF\)](#) d'Exasol, les détaillants peuvent mettre au point des processus ETL définis par les utilisateurs et charger des milliards de données en parallèle grâce au [script UDF](#) pour une ingestion des data ultra rapide. Exasol permet aux détaillants de raccourcir leur processus ETL/ELT de plusieurs jours à quelques minutes et de profiter d'une source unique de données clients reliées, propres et à jour, afin d'éclairer leurs divers projets analytiques.

OTTO

Découvrez comment [Otto](#), l'une des plus grandes enseignes de la distribution au monde, accélère son reporting BI dans Tableau à l'aide d'Exasol, en mobilisant des milliers d'utilisateurs pour produire instantanément des insights analytiques.

« La base de données analytique d'Exasol nous a vraiment impressionnés, surtout grâce à son excellent rapport prix-performances : des coûts faibles associés à des performances exceptionnelles et une intégration dans Hadoop. »

Andreas Bonet,
Responsable produit chez OTTO

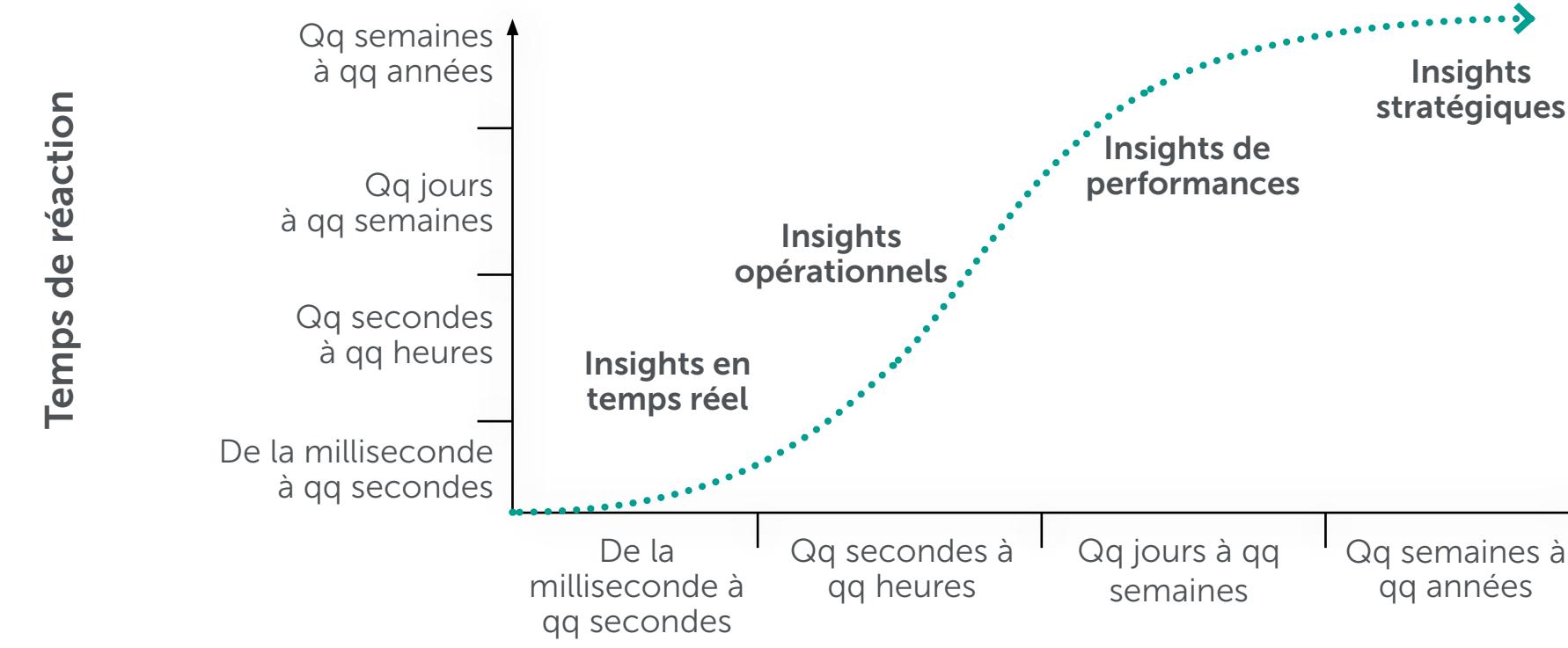


Gagnez en efficience opérationnelle en boostant vos insights

L'atout d'Exasol : avec l'auto tuning, accélérez l'analytique opérationnelle de vos gros volumes de data

Le secteur de la vente au détail est en mutation constante. Les retardataires doivent s'attendre à une hausse des coûts, à manquer des occasions et à perdre la confiance de leurs clients. Pour rester compétitives, les entreprises doivent utiliser l'analytique de haute performance pour mieux cerner leurs opérations. Elles doivent également mettre à profit ce savoir en améliorant les performances dans certains domaines déterminants comme la gestion des stocks, une tarification dynamique, la prévision de la demande, etc. La vitesse d'accès aux informations est un enjeu crucial. Dans un monde où tout va très vite, les acteurs de la vente au détail et du e-commerce ne peuvent se permettre d'attendre quelques jours, ni même quelques heures pour obtenir des insights critiques pour leur entreprise.

Pour tirer le meilleur du big data, les sociétés doivent agir en fonction de tout un éventail d'insights « périssables ».



Source : Forrester Research

Périsabilité (durée de vie des données)

La solution d'Exasol

En s'appuyant sur l'entrepôt de données haute performance d'Exasol, les détaillants peuvent accélérer la production de rapports opérationnels et bénéficier d'une meilleure visibilité de leurs processus opérationnels dès qu'ils en ont besoin. Grâce à cet accès rapide aux informations instantanées, les détaillants peuvent prendre des mesures immédiates pour gagner en efficience, éviter le bouleversement de leur activité et maximiser les profits.

Prenons l'exemple de la tarification dynamique, une stratégie qui permet aux entreprises du e-commerce d'accroître leurs profits et d'être plus compétitives. Pour cela, les enseignes de vente en ligne doivent constamment surveiller diverses informations : niveau de l'offre et de la demande, tarifs des concurrents, ressenti client, en plus d'autres variables.

Il est primordial qu'ils puissent accéder rapidement à ces insights pour optimiser les tarifs à tout moment, et ce, malgré les fluctuations du marché. Avec Exasol, les entreprises du e-commerce peuvent exécuter des algorithmes de tarification dynamique sur un moteur d'analytique ultra rapide et ainsi prendre de meilleures décisions tarifaires qui boosteront le chiffre d'affaires.

Autre exemple : on veut réaliser une analyse approfondie visant à déterminer les performances de vente d'un produit sur une période donnée, par pays, par région et au niveau du magasin. Il faut pour cela interroger jusqu'à plusieurs millions ou milliards de données. Une base de données médiocre mettra éventuellement plusieurs minutes à produire des résultats, voire plusieurs heures, en fonction du volume de data. Avec Exasol, ces résultats sont disponibles en quelques secondes seulement, ce qui permet au détaillant de prendre instantanément des décisions en toute connaissance de cause.

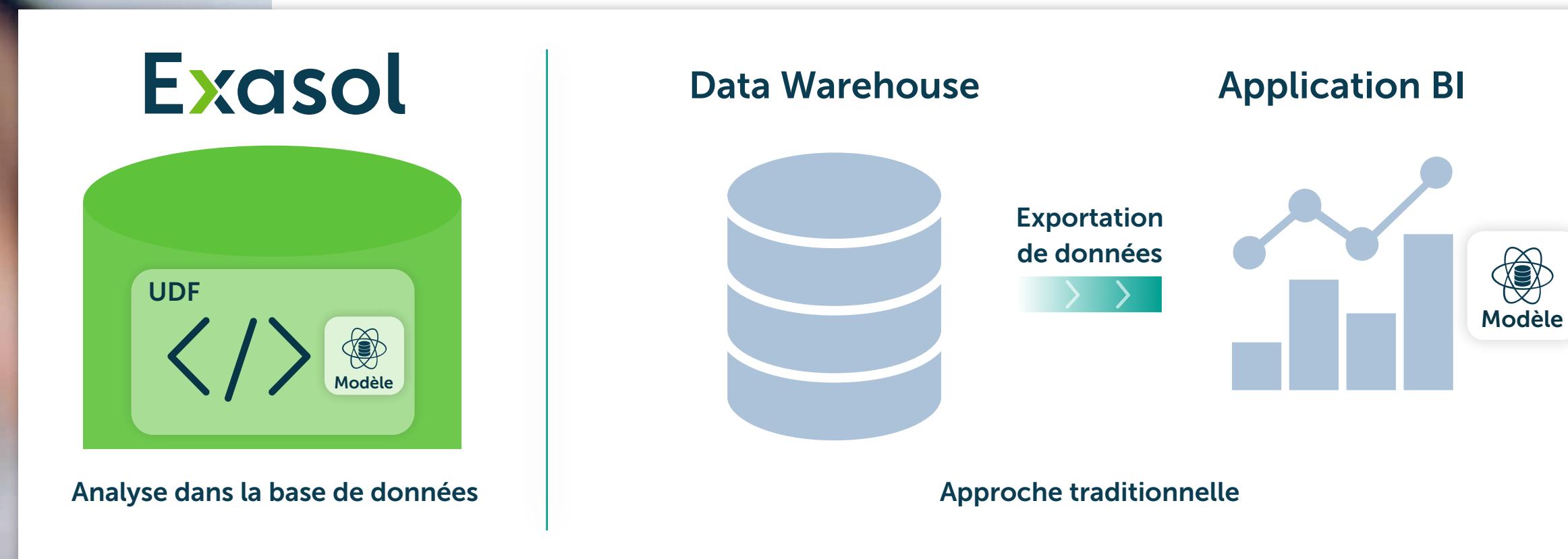
Un exemple de la rapidité d'Exasol : Des résultats de recherche instantanés sur quatre milliards de données de ventes





Dans un souci de gestion proactive de l'activité, les détaillants ajoutent de plus en plus de techniques de Machine Learning (ML) à leur analytique opérationnelle. Les fonctions définies par l'utilisateur (UDF) d'Exasol accélèrent le workflow de la Data Science, car elles permettent aux équipes d'analyse de construire des modèles de Data Science dans le langage de leur choix et d'exécuter ces modèles directement sur le moteur in-memory d'Exasol, et ce, sans avoir à déplacer les données, ce qui accélère les résultats. Grâce à ce type d'analytique dans la base de données, les professionnels peuvent accéder aux modèles de Data Science depuis leur dashboard sans devoir apprendre un langage de programmation ni des techniques de ML. La Data Science devient ainsi universelle et accessible à tous !

L'analyse in-memory surpassé l'approche traditionnelle



[Zalando](#), un des leaders du e-commerce en Allemagne, se sert d'Exasol pour optimiser les stocks de ses magasins grâce à des insights opérationnels obtenus en un temps record, avec très peu de frais généraux.

« En implémentant la base de données in-memory d'Exasol, Zalando a non seulement gagné en flexibilité, mais aussi en performances. »

Eric von Czapiewski,
Ancien Responsable Business Intelligence chez Zalando SE





Proposez une expérience client inoubliable à l'aide d'insights clients instantanés

L'atout d'Exasol : analyse in-memory et en parallèle de gros volumes de données hétérogènes

Dans le secteur de la grande distribution, l'expérience client en tant que critère de différenciation a pris le pas sur les prix ou les produits. Selon une étude publiée récemment par [Forbes](#), pour toucher les clients sur les canaux de leur choix, il faut que l'expérience client repose sur des insights individualisés, des interactions connectées et une approche flexible. Les détaillants souhaitent proposer rapidement des produits et services personnalisés à tous les points d'interaction avec les clients, ils ont donc besoin d'insights clients pertinents et complets pour tous leurs canaux. Un objectif qui ne peut être atteint qu'en s'appuyant sur un système de base de données haute performance. Le problème : de nombreux détaillants sont « coincés » avec leur ancien système de base de données et celui-ci est trop lent pour traiter les énormes volumes de données clients générés de nos jours, ce qui freine la production d'insights et le passage à l'action.

76 % des consommateurs attendent des entreprises qu'elles comprennent leurs attentes et besoins.

Source : étude [State of the Connected Customer](#) réalisée par Salesforce



La solution d'Exasol

Exasol aide les détaillants à proposer une expérience client harmonieuse sur tous les canaux en leur fournissant des insights clients plus rapidement que toute autre solution. Avec Exasol, les détaillants peuvent exécuter des requêtes complexes et des analyses clients poussées sur un moteur in-memory ultra-rapide et ainsi surveiller plus d'indicateurs et de KPI qu'avec toute autre base de données, pour mieux cerner leur clientèle. Grâce à des insights pertinents, un détaillant pourra fournir des produits et services personnalisés à chaque point de contact avec sa clientèle. Par exemple, une enseigne de vente en ligne peut utiliser Exasol pour surveiller et analyser les comportements d'achat des clients quasiment en temps réel et leur proposer des recommandations personnalisées ou un bon d'achat numérique à partir d'insights opportuns avant que le client ne quitte la boutique en ligne ou n'oublie tout de son expérience.

Les technologies d'intelligence artificielle (IA) et de ML sont souvent utilisées pour analyser le ressenti client et anticiper les tendances naissantes en matière de dépenses. Citons notamment le système Recommender, un projet de Data Science très prisé conçu pour personnaliser la vente au détail. Lorsqu'il s'agit de proposer des recommandations à un client, la vitesse prime. Grâce aux UDF et au moteur analytique performant d'Exasol, les détaillants peuvent les proposer beaucoup plus rapidement, avec à la clé davantage de clients qui passent à l'action, une meilleure expérience client et une hausse du chiffre d'affaires.

Exasol a aidé Eventim, un des leaders du e-commerce en Europe, à doper ses ventes et à profiter d'une analytique avancée. Découvrez comment Eventim a réussi son implantation en cliquant [ici](#).

« Quand les billets partent en quelques minutes, nos partenaires veulent accéder aux données de vente sur des dashboards analytiques sophistiqués présentant les data de plusieurs systèmes. Actuellement, il nous faut plusieurs heures pour rassembler quotidiennement toutes les données de tous les pays, ce qui n'est pas mal en soi, mais Exasol nous permettra de faire encore mieux. »

eventim 

Ulrich Fricke,

Responsable de la gestion de l'information et des technologies



Conclusion

Bon nombre des grandes enseignes de la distribution dans le monde font confiance à Exasol pour booster leur reporting BI et la Data Science et pour optimiser l'expérience client à l'aide d'insights rapides et de meilleure qualité.

Nos clients sont unanimes. Selon la toute dernière étude basée sur les retours utilisateurs du Business Application Research Center ([BARC](#)), une société indépendante d'études de marché, 100 % des 845 participants à l'enquête ont dit avoir choisi Exasol en raison de sa « prestation convaincante ». Dans cette même enquête, nous avons aussi décroché la première place dans 26 catégories dont les catégories Performance, Time-to-market, Platform reliability, Customer satisfaction, etc. De fait, 100 % des utilisateurs sondés recommanderaient la base de données d'Exasol !



« Les performances des requêtes sont incroyables, et il n'y a presque pas besoin d'intervenir. Il faut le voir pour le croire. Après ça, vous ne voudrez plus jamais travailler avec une autre base de données. »

« Simple à utiliser, facile à acheter, excellent rapport qualité-prix, stable et fiable, des fonctions novatrices inédites (schémas externes et UDF), idéal pour les environnements hybrides, rapide et presque sans maintenance. »



Envie de sauter le pas et de tester Exasol ?

Inscrivez-vous à notre [essai gratuit](#) !



La base de données analytique

À propos d'Exasol

Exasol a été fondée en 2000 dans l'optique de transformer la façon dont les organisations utilisent la Data. Aujourd'hui, la base de données analytique d'Exasol, la plus rapide au monde, a su gagner la confiance des entreprises les plus ambitieuses. Implantée sur différents sites aux États-Unis et en Europe, Exasol s'engage à fournir des solutions analytiques au service de ses clients et met l'accent sur la flexibilité, scalabilité et les performances, que ce soit dans le cloud ou « on-premise » (sur site). Exasol – accelerating insights from the world's data.

Pour en savoir plus sur Exasol, rendez-vous sur notre site wwwexasol.com et suivez-nous sur les réseaux sociaux : [LinkedIn](#) et [Twitter](#)



[Exasol](#)



[ExasolAG](#)



[Exasol-AG](#)