

Optimisation de la présence digitale pour les responsables d'hypermarchés

Cockpit Digital – Réseaux sociaux – Marketing Digital

CONTEXTE

De l'importance du pilotage des actions marketing pour les retailers

Comme dans beaucoup de secteurs, le digital est devenu un levier incontournable pour les retailers afin de communiquer avec leurs clients. Une tendance qui devrait continuer à s'accélérer dans les prochaines années.

Contrairement aux outils traditionnels (TV, radio, prospectus..) pour lesquels le pilotage est centralisé, ces outils digitaux sont **multiples** et cohabitent de manière **silotée**.

Afin de maximiser leur ROI, les retailers doivent être en mesure de piloter efficacement leurs actions et investissements.

Cela passe par un outil pour :

- Centraliser les KPI en temps réel
- Mesurer les performances de campagnes et événements spécifiques
- Intégrer des sources de données multiples et de natures diverses (données internes et externes)
- Proposer une vue consolidée des actions pour le management, fine pour les opérationnels métiers
- Rendre simple et rapide l'intégration et la corrélation des analyses avec les données clients (profile, panier moyen, satisfaction..)

CHALLENGE

Des besoins métiers aux multiples facettes

De nombreuses solutions sont disponibles sur le marché mais elles montrent rapidement leurs limites et peinent à répondre à l'ensemble des attentes des équipes métiers :

Une multitude de solutions qui cohabitent en silo et nécessitent un retraitement manuel des informations

- Un accès aux données complexe et un traitement non automatisé : long temps d'accès aux informations et analyses
- Peu d'autonomie dans l'accès aux informations du Top management (Pays, Région, Groupe)
- A l'heure de la Data Science et de l'IA, des environnements qui ne permettent pas d'intégrer des algorithmes externes

SOLUTION

Mesurer l'efficacité des campagnes digitales pour chaque canal

Cora a choisi ForePaaS, plateforme de traitement de données au service des besoins des retailers, pour lui permettre de :

- Connecter ses **différentes sources de données** nécessaires (systèmes d'informations de l'entreprise, Médias sociaux, Apps Marketplaces, météo, calendrier, ...)
- Concevoir et déployer un **outil de Dashboarding personnalisé** et permettant de visualiser les données de façon synthétique et segmentée en fonction du profil utilisateur
- Analyser l'**impact de drivers exogènes ou internes** sur la performance commerciale
- Développer une capacité **d'intégration et d'exploitation de la Data Science**
- Construire un **environnement sécurisé** de déploiement et d'exploitation des applications



Depuis sa création en 1969, Cora est une entreprise familiale décentralisée et organisée autour des 60 magasins. Les directeurs et leurs collaborateurs sont fortement responsabilisés. Ils adaptent leur hypermarché aux besoins du marché local

RÉSULTATS CLÉS

2 mois de pilote pour 5 hypermarchés

60 hypermarchés équipés

TÉMOIGNAGE

"L'utilisation des media sociaux, des newsletters et sms sont devenus des outils de communication à part entière - au même titre que le prospectus - et permettent de toucher des clients différents. Cora se devait de donner à chaque manager de communication et directeur de magasin les outils pour mesurer l'efficacité des campagnes digitales au niveau le plus fin, tout en se ménageant la possibilité d'une vue groupe agrégée. C'est exactement ce que ForePaaS nous a permis de réaliser, en à peine 3 mois ! »

Alexandre de Moura
Directeur Cora-Verdun