



# Decathlon Pro pilote ses performances marketing avec Qlik Sense

« Dans le marketing digital, tout se mesure. Nous avons besoin d'une solution dynamique qui nous permette de croiser des données pour comprendre le comportement de nos clients et mesurer la performance de nos actions. »

- **Alain Blaise, Directeur Marketing, Decathlon Pro**



## Decathlon Pro

Filiale du groupe Decathlon, Decathlon Pro est dédié au marché des professionnels : collectivités, clubs sportifs, associations et entreprises. En plus des produits présents chez Decathlon, Decathlon Pro propose toute l'offre d'un équipementier sportif avec l'ensemble des produits référents dans les milieux professionnels et scolaires.

Decathlon Pro vend exclusivement à distance, via son site e-commerce et sur catalogue, et connaît une croissance de 20% chaque année depuis 4 ans.

## Améliorer la connaissance clients

Compte tenu de la croissance de l'entreprise et du développement de son marketing digital, Decathlon Pro souhaitait améliorer son système décisionnel. « En marketing digital, tout se mesure, et nous ressentions un besoin croissant de comprendre le comportement de nos clients et de

mesurer la performance de nos actions, » explique Alain Blaise Directeur Marketing de Decathlon Pro.

Sur ce type de produit, le cycle de vente pour le marché B2B est assez long, et de nombreux canaux sont activés tout au long du parcours d'achat. Pour obtenir un tableau de bord pertinent, il fallait croiser de nombreuses sources de données et les utilisateurs passaient beaucoup de temps sur leur tableur. Le système d'extraction de données mis en place les rendait dépendants de l'IT et ne permettait pas de faire des analyses dynamiques : chaque mise à jour nécessitait une nouvelle extraction et un copier/coller des données. Decathlon Pro souhaitait donc bénéficier d'une solution de Business Intelligence moderne, plus professionnelle et plus puissante pour explorer les données, tout en donnant plus d'autonomie aux utilisateurs.

## La dataviz : une révélation

Fin 2015, Decathlon Pro choisit de se faire accompagner dans ce projet par Decideom, partenaire Qlik et expert des solutions de BI. La découverte des outils de visualisation des données est une « révélation » pour Decathlon Pro. L'équipe décide de tester les principales offres du marché en téléchargeant les versions desktop.

Le choix de Qlik s'est fait en interrogeant des experts du domaine, et en

## En bref

**Société :** Decathlon Pro

**Secteur :** Retail

**Fonctions :** Commerce, Marketing

**Localisation :** France

**Défis :** Decathlon Pro souhaitait améliorer sa connaissance client et mesurer la performance de ses actions marketing avec une solution qui lui donne toute autonomie pour croiser des données de sources multiples, explorer les résultats et construire des dashboards pertinents.

**Solution :** Après avoir testé plusieurs outils du marché, Decathlon Pro a choisi Qlik Sense pour la puissance de son moteur associatif et l'attractivité de ses représentations graphiques. La première application a été créée en moins de 3 mois, et tous les services souhaitent aujourd'hui leur propre dashboard.

## Bénéfices :

- Gain de temps en supprimant requêtes et extractions
- Autonomie des utilisateurs et capacité d'exploration pour valider la connaissance client
- Fiabilité des analyses

## Systèmes sources :

Datawarehouse Amazon RDS, alimenté par ERP maison et des données externes à terme.

**Partenaire :** Decideom

## Retour sur Investissement

# Gains de temps

### et de fiabilité des données

Qlik Sense évite les tâches chronophages de requêtes et d'extractions, puis d'analyse sur tableur, source d'erreurs potentielles.

## Time to Value

# 3 mois

### pour développer la première application

La rapidité de développement de Qlik et l'implication du partenaire ont permis de créer très rapidement le datawarehouse et la première application Marketing.

s'appuyant sur la connaissance marché du groupe. « Qlik Sense correspondait à nos attentes et à notre budget, et nous avons été séduits par la puissance d'analyse et par les visualisations graphiques, particulièrement attractives. » Le déploiement se fait en quelques mois. Decathlon Pro choisit de s'appuyer sur une architecture full SaaS, et de construire un datawarehouse qui récupère les données de l'ERP. Decideom accompagne l'entreprise dans la construction du datawarehouse et la modélisation des applications Qlik Sense. Il se charge également du transfert de compétences pour rendre l'équipe de Decathlon Pro autonome, tout en lui apportant régulièrement son expertise, notamment sur les aspects ergonomiques et le choix des meilleures visualisations graphiques pour répondre aux attentes des utilisateurs.

### Une visualisation des données rapide et instinctive

La première application créée concerne l'analyse des ventes, avec le détail de tous les clients pour chaque produit, regroupés en catégories. Les visualisations permettent de retrouver tout l'univers du catalogue Decathlon Pro, et de suivre facilement la saisonnalité des ventes. Autre application très utile : l'analyse des raisons d'abandon des meilleurs clients. Grâce aux capacités graphiques de Qlik Sense, il est simple de visualiser l'évolution des segments de clientèle, et d'isoler les clients qui passent du segment « Premium » au segment « Lost ». Cela permet ensuite aux équipes marketing de lancer des actions sur cette cible pour mener des enquêtes

sur les raisons des départs, par exemple.

### Des gains à de multiples niveaux

Les gains attendus, et déjà constatés par Decathlon Pro, sont nombreux : le gain de temps tout d'abord, puisque les tableaux de bord se mettent à jour automatiquement et que les recherches et analyses se font par simple clic. Les données sont également beaucoup plus fiables, les manipulations sur tableur générant des risques d'erreur. Enfin, les utilisateurs sont plus autonomes vis-à-vis de l'IT : « les deux équipes travaillent maintenant main dans la main, en meilleure collaboration, » constate Thomas Selles, Chef de Projet Connaissance Client.

### Un déploiement en mode Agile

Fort de ce succès, Decathlon Pro prévoit d'équiper maintenant les autres services avec un développement en mode Agile. En un mois, la récolte des besoins, la préparation des données, la création de l'application et la formation des utilisateurs métiers sont finalisées. Les premiers projets présentés à l'équipe de direction ont déclenché des demandes pour l'analyse commerciale, la finance et la logistique.

Decideom poursuit l'accompagnement de Decathlon Pro en apportant son expertise sur les aspects techniques de modélisation, et un conseil dans l'optimisation des applications.

« Nous avons des besoins dans tous les services et nous adoptons une méthodologie Agile pour développer les prochaines applications en un mois. »

– Thomas Selles, Chef de Projet Connaissance Client

