



FIN DES A PRIORI :

Zebra Prescriptive Analytics™ reverse 30 ans de désinformation

Gartner®, 2017



Zebra
Prescriptive Analytics™

Powered by Zebra Savanna™

FIN DES A PRIORI :

Zebra Prescriptive Analytics renverse 30 ans de désinformation

Avec une réputation de mensonges et d'attentes non satisfaites, l'achat d'une solution d'analyse est comparable à l'achat d'une voiture d'occasion. Bien que les vendeurs de véhicules d'occasion aient la réputation de tromper souvent leur monde, nous continuons d'acheter des voitures d'occasion, en tenant compte de ce risque potentiel. De même, les acheteurs de solutions analytiques, pourtant continuellement déçus, acceptent ce risque à l'idée que la solution tiendra peut-être un jour ses promesses. De ces déconvenues habituelles résulte un certain cynisme à l'égard de l'analyse prescriptive et de ses promesses. Pourtant, les avantages l'emportent bien souvent sur les risques. Dans ce document, John Deane, ancien DSI d'Abercrombie and Fitch, évoque les principales contraintes des différentes solutions analytiques, explique comment y faire face et montre comment Zebra Prescriptive Analytics™ rectifie les erreurs des solutions analytiques traditionnelles.

30 ans de mensonges - John Deane

Au cours des 30 dernières années, j'ai toujours eu la même impression lors de la mise en œuvre d'un projet informatique : les fournisseurs sous-estiment systématiquement la durée du projet et nous, les clients, acceptons cette situation comme étant le prix à payer. Les enseignes se doivent de réagir et ne plus perdre d'argent en faisant aveuglément confiance aux fournisseurs de solutions analytiques. La durée de mise en œuvre, la pertinence des informations générées, la facilité d'utilisation et d'adoption par les utilisateurs font souvent partie des promesses non tenues.



Durée de mise en œuvre + résultats exploitables = coût de renoncement

Lorsqu'on est confronté au choix d'un fournisseur de solutions analytiques, le coût de renoncement désigne la perte associée à l'utilisation d'une solution dont la durée de mise en œuvre est supérieure. Prenons un exemple. La durée de mise en œuvre de la solution A est de 6 mois. Passé ce délai, un problème est détecté et résolu, permettant à l'acheteur d'économiser 1 000 \$ par semaine. Si la solution B se met en œuvre en 3 semaines et que le même problème est détecté, le coût d'opportunité du choix de la solution A s'élève à 21 000 \$, la somme perdue pendant l'implémentation de la solution A. Autrement dit, la durée de mise en œuvre d'une solution s'accompagne d'un coût réel. Nous ne parlons pas seulement du coût du fournisseur, mais du coût de renoncement dû à une détection tardive des opportunités. Bien souvent, plus la mise en œuvre est lente, plus le coût de renoncement est élevé.

Les résultats, présentés généralement sous forme de rapports, sont supposés apporter de la valeur, mais c'est rarement le cas. Il faut en effet du temps pour lire ces rapports, en vérifier la précision et en déduire les conclusions qui mèneront à la prise de décision adéquate.

« En plus du temps et de l'argent consacré à l'implémentation d'une solution, les rapports, passifs par nature, fournis par la plupart des fournisseurs induisent la sous-utilisation et la sous-évaluation des outils d'intelligence décisionnelle traditionnels. »

« Les résultats, présentés généralement sous forme de rapports, sont supposés apporter de la valeur, mais c'est rarement le cas. »

Pour finir, quelqu'un doit prendre une mesure pour réaliser la valeur annoncée. De plus, la plupart des solutions analytiques communiquant les rapports par e-mail, il est difficile de savoir s'ils ont été lus et interprétés et si des actions en ont découlé. En plus du temps et de l'argent consacrés à l'implémentation d'une solution, les rapports, passifs par nature, fournis par la plupart des fournisseurs induisent la sous-utilisation et la sous-évaluation des outils d'intelligence décisionnelle traditionnels.

Autre inconvénient des analyses traditionnelles : elles imposent l'intervention d'analystes dédiés, spécialement formés pour comprendre les données et le secteur, et générer tous les résultats. La productivité s'en trouve inévitablement limitée puisque chaque nouvelle requête dépend de quelques spécialistes. N'étant pas toujours au fait de l'activité métier, les analystes n'abordent pas nécessairement la question de manière à générer la valeur escomptée.

Transition vers la nouvelle technologie

Les dernières tendances technologiques, dites d'analyse prescriptive, ont modifié la nature même de l'intelligence décisionnelle. L'analyse prescriptive tire des informations exploitables du rapport passif en réunissant dans le même produit la description de l'information et son interprétation, l'identification de la cause première, la bonne pratique à suivre pour optimiser le résultat et l'affectation d'une mission à un agent particulier. En revanche, elle accroît le coût de renoncement lié à la lenteur de la mise en œuvre. Étant donné qu'avec l'analyse prescriptive, les recommandations sont plus rapides et plus précises, plus la mise en place du système est lente, plus vous perdez d'argent.

Le coût de renoncement, pourtant de faible poids dans la prise de décision, est l'un des principaux critères à retenir lors de l'acquisition d'un programme analytique. De même qu'il faut tenir compte de tous les événements susceptibles de retarder l'implémentation. Sans compter que plus une implémentation traîne, plus l'entreprise risque de perdre de vue ses intentions d'origine. Plus on attend d'utiliser une solution, plus le risque de voir les objectifs s'évaporer augmente, multipliant ainsi la probabilité d'échec.

Une mise en œuvre rapide ne suffit pas, encore faut-il avoir une solution capable d'analyser une grande variété de données, pour une parfaite réussite. La solution analytique doit non seulement éviter les pertes, mais aussi minimiser d'autres fuites de profits. Il convient pour cela de détecter les manques d'efficacité des opérations quotidiennes qui se soldent par une diminution des bénéfices et des marges. Par exemple, un personnel de caisse mal formé pourrait être à l'origine d'une perte de profits lors de la phase de vente finale, alors qu'une gestion inadéquate des stocks pourrait occasionner la perte d'une vente du fait d'une mauvaise présentation du produit en rayon. Dans ces cas, il suffit de former à nouveau les employés pour remédier rapidement à ces lacunes. L'analyse de données non conventionnelles issues d'un grand éventail de sources permet de mettre en évidence les inefficacités et de les corriger, minimisant ainsi les fuites de profits.

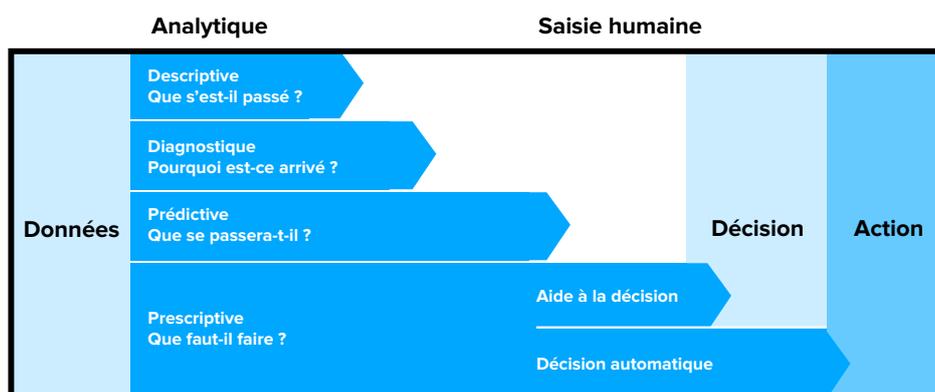
Depuis son développement, l'analyse des données a toujours eu la réputation d'être d'une grande lenteur. Les analystes eux-mêmes, et les outils dont ils disposent, peuvent être aussi à blâmer. En règle générale, les spécialistes des données tardent à adopter une nouvelle technologie, par peur de l'échec ou simplement parce qu'ils ne souhaitent pas sortir de leur zone de confort. Et la plupart des solutions dépendant d'un analyste pour la collecte des données, dès que celui-ci part en congé, tout s'arrête. Une nouvelle technologie peut également s'avérer coûteuse, car elle impose une nouvelle installation et quelquefois de nouveaux équipements. Au tout début, les données devaient être collectées et analysées manuellement. Une fois les rapports générés, ils étaient transmis aux managers qui devaient les analyser une nouvelle fois pour en tirer des enseignements.

« L'analyse de données non conventionnelles issues d'un grand éventail de sources permet de mettre en évidence les inefficacités et de les corriger, minimisant ainsi les fuites de profits. »

« Le coût de renoncement... est l'un des principaux critères à retenir lors de l'acquisition d'un programme analytique. »

Évolution de l'analytique

L'analyse descriptive a été le premier type d'analytique utilisé dans le commerce et la distribution. Ces analyses étaient menées manuellement et s'accompagnaient de visualisations comme des diagrammes circulaires, des graphiques linéaires, des tableaux ou des textes explicatifs (Glossaire informatique en ligne de Gartner). Cette méthode d'analyse primaire a largement échoué en raison de la lenteur des opérations, sans parler des analyses supplémentaires requises de la part des directeurs de magasins. Les rapports faisaient état de ce qui s'était passé, mais ne donnaient aucune indication sur le pourquoi ni sur les mesures à prendre. Chaque fois que les spécialistes métier voulaient davantage de données, l'équipe informatique devait consacrer beaucoup de temps (et d'argent) pour les leur fournir.



Source : Gartner

De l'analyse descriptive découlait naturellement l'analyse diagnostique. Dans son glossaire informatique, Gartner définit l'analyse diagnostique comme une forme d'analyse avancée qui examine les données ou le contenu pour répondre à la question « Pourquoi est-ce arrivé ? ». Elle se caractérise par des techniques comme le drill-down (analyse détaillée), la découverte et l'extraction des données, et les corrélations. L'analyse diagnostique a ouvert la voie aux analyses prédictives et prescriptives. En identifiant le pourquoi d'un événement, il est possible de le résoudre et de le corriger pour éviter qu'il ne se reproduise (How to Get Started with Prescriptive Analytics).

L'analyse prédictive, juste un pas derrière l'analyse prescriptive, est encore l'approche adoptée par bien des entreprises. Elle se définit comme une technique d'exploration des données à quatre attributs : la prédiction, l'analyse rapide, la pertinence métier des résultats et la facilité d'utilisation (glossaire informatique de Gartner). La distinction entre prédictif et prescriptif se situe au niveau de l'accès aux informations. Les utilisateurs ne doivent pas simplement obtenir les informations nécessaires, ils doivent pouvoir y accéder facilement. Ce sont des « machines intelligentes au service d'utilisateurs intelligents ».

L'analyse prescriptive va plus loin que l'analyse prédictive. Dans son glossaire informatique, Gartner considère que cette méthode d'analyse permet de déduire des actions pour influencer les résultats souhaités. L'analyse prescriptive est la forme la plus efficace et la mieux armée à l'heure actuelle. C'est le mode de notification des utilisateurs qui distingue essentiellement le prédictif du prescriptif. Avec l'analyse prédictive, l'utilisateur reçoit un rapport qui identifie les événements à venir en cas de poursuite des tendances actuelles. L'analyse prescriptive fait ressortir des données les possibilités d'amélioration et recommande à l'utilisateur les mesures à prendre pour saisir ces opportunités et accroître les chances de réussite.

« L'analyse prescriptive fait ressortir des données les possibilités d'amélioration et recommande à l'utilisateur les mesures à prendre pour saisir ces opportunités et accroître les chances de réussite. »

« Zebra Prescriptive Analytics va à l'encontre de ce principe en fournissant un outil d'analyse puissant qui couvre tous les aspects nécessaires à la réussite. »

Le nombre considérable de données disponibles et la baisse des coûts de la technologie ont donné aux entreprises le moyen d'améliorer considérablement leur efficacité opérationnelle, tout en faisant naître le besoin de gérer les décisions pour mieux faire face au volume des données et à la complexité des calculs dans leurs opérations quotidiennes (Finding the Best Approach to Decision Management). La possibilité d'optimiser la technologie et le besoin de le faire ont donné vie à l'analyse prescriptive en créant le marché correspondant et la plateforme permettant de la prendre en charge.

Joao Tapadinhas de Gartner déclare que « les responsables des données et des analyses doivent considérer tous les aspects d'une mise en œuvre (capacité de la plateforme, points de contact de l'intégration, modèle de gouvernance, rôles et processus....., même si cela doit retarder le déploiement. » (How to Implement a Modern BI and Analytics Platform). Tout porte alors à croire qu'un outil d'analyse prescriptive efficace impose une mise en œuvre plus lente. Zebra Prescriptive Analytics va pourtant à l'encontre de ce principe en fournissant un outil d'analyse puissant qui couvre tous les aspects nécessaires à la réussite et en tenant ces promesses bien plus vite que les offres concurrentes. Par exemple, un grand marchand de chaussures a implémenté Zebra Prescriptive Analytics et, en trois jours, intégré l'ensemble de ses 450 magasins et plus de 18 mois de données dans le système.

Pourquoi l'externalisation se révèle-t-elle la formule la plus économique ?

Dès lors qu'il est question d'implémenter un programme d'analyse de données dans votre entreprise, trois options s'offrent à vous : créer, acheter ou externaliser. La création d'un programme, ça va de soi, sous-entend de rechercher dans votre propre entreprise ce que vous attendez précisément de la solution et de déterminer les étapes nécessaires à la réalisation de cet objectif. Une fois l'objectif fixé, les développeurs doivent concevoir la solution. C'est là un processus fastidieux et coûteux. En cas de constitution d'une équipe en interne, le temps et les ressources sont indispensables. Ces programmes sont longs à mettre en place et exigent de réunir des analystes, des experts en informatique, des chefs de projet, des concepteurs, des responsables produit, etc. Le principal intérêt est d'avoir un outil spécialement adapté aux besoins de votre entreprise et ajustable au rythme de son évolution. Puisque les outils « maison » demandent souvent plus de temps et d'argent, il est essentiel de démontrer le bien-fondé de leur existence et de s'assurer de la volonté de l'entreprise d'investir à long terme dans l'analyse prescriptive. L'aspect négatif des solutions développées en interne réside dans la longue période de tâtonnements souvent nécessaire. Les méthodes étant adaptées à vos besoins, la résolution des problèmes peut être plus difficile, dans la mesure où il n'y a pas de « modèle de rôle » pour étayer les décisions.

Un programme prédéfini n'a d'intérêt que si votre problème se retrouve chez d'autres enseignes et que votre mode de fonctionnement est identique. Ces solutions « du commerce » sont généralement meilleur marché en raison du peu de personnalisation possible. Cette limitation pourrait empêcher votre entreprise de tirer le meilleur parti du produit. S'il existe des applications conçues pour résoudre votre problème, elles peuvent suffire à fournir des solutions et des conseils génériques pour récupérer des bénéfices (How To Get Started With Prescriptive Analytics, Gartner 2015).

Le recours à un fournisseur d'analyse prescriptive externe, comme Zebra Prescriptive Analytics, est la décision la plus économique en raison du coût raisonnable et de la valeur potentielle d'une solution d'analytique personnalisée, livrée rapidement et configurée selon vos besoins. Si la solution revient plus cher qu'une application prédéfinie, le fournisseur peut configurer les services dispensés en fonction de vos besoins, et former les utilisateurs pour qu'ils tirent le maximum de ce qui leur est offert, d'où une valeur ajoutée bien supérieure. Vous avez aussi la certitude de confier vos données à des analystes compétents et de ne pas avoir à consacrer de temps ou d'effort à la construction d'un entrepôt de données et d'algorithmes à partir de zéro.

« En cas de constitution d'une équipe en interne, le temps et les ressources sont indispensables. »



Implémentation rapide

Sur le marché de l'analyse des données, il est courant d'exprimer les délais d'implémentation en semaines, en mois, voire quelquefois en années ! Zebra Prescriptive Analytics est fier d'annoncer des délais beaucoup plus courts. Il arrive que trois jours suffisent. Un représentant d'une grande chaîne alimentaire nationale explique que « le délai de mise en œuvre de Zebra Prescriptive Analytics est incroyablement court par rapport aux autres offres du secteur : une fois la décision prise, l'outil était à la disposition des responsables de magasins quelques semaines plus tard. »

Dans le « Magic Quadrant pour la BI et l'analytique », les analystes de Gartner discutent du rôle que jouent 14 fonctions critiques dans la réussite d'une plateforme d'analyse prescriptive. Parmi elles : l'administration de la plateforme BI, la BI en Cloud, la sécurité, l'administration des utilisateurs et la connexion aux sources de données.

Les analystes n'hésitent pas à sacrifier la durée du déploiement pour traiter tous ces points. Mais les entreprises ne se rendent pas compte à quel point elles perdent de l'argent en cas d'implémentation fastidieuse. Une plateforme d'analyse prescriptive vise essentiellement à faire gagner de l'argent aux utilisateurs, en récupérant des profits ou en minimisant les pertes. Supposons, par exemple, qu'une entreprise perde sans le savoir 10 000 \$ par semaine dans un processus qu'un outil analytique aurait pu facilement déceler et corriger. S'il faut six mois pour procéder à une analyse correcte, la perte de profits s'élève à 260 000 \$. Si la même société, avec des pertes hebdomadaires de même nature, avait utilisé Zebra Prescriptive Analytics, elle aurait réalisé 87 % de bénéfices en plus, soit 230 000 \$ (sous réserve d'une implémentation en trois semaines), car les analyses et les opportunités auraient été générées plus vite, le problème ayant été détecté et résolu en beaucoup moins de temps.

Approche centrée sur le client ou sur l'informatique

Dans « How to Modernize your Business Intelligence and Analytics (BI&A) Platform for Agility Without Chaos », les analystes de Gartner expliquent comment tirer de la valeur d'un outil d'analyse prescriptive. « Pour créer de la valeur, la plateforme BI&A moderne doit non seulement exploiter des sources de données de plusieurs types et autoriser leur accès à une multitude d'utilisateurs de l'entreprise, mais elle doit aussi assurer la gouvernance adéquate du contenu en libre-service. » Un outil BI&A efficace donnera aux utilisateurs la possibilité de rechercher des solutions dans un vaste choix de données et de tirer parti de la connaissance de leurs homologues, le tout à partir d'une seule et unique plateforme.

L'abandon des solutions centrées sur l'informatique tient d'une part au volume colossal de données disponibles et d'autre part à l'adoption du commerce omnicanal et des capteurs IoT, du moins dans le commerce et la distribution.

En extrayant des données non seulement du point de vente, mais aussi des inventaires, des retours, du trafic, de la température des réfrigérateurs..., les entreprises ont pu dresser un portrait fidèle de leurs activités quotidiennes.

« Le recours à un fournisseur d'analyse prescriptive externe, comme Zebra Prescriptive Analytics, est la décision la plus économique en raison du coût raisonnable et de la valeur potentielle d'une solution d'analytique personnalisée, livrée rapidement et configurée selon vos besoins. »



L'accès en libre-service au contenu se révèle essentiel puisqu'il permet aux utilisateurs d'enregistrer leurs découvertes et d'expliquer la résolution de leurs problèmes. Du fait de cette collaboration, les solutions centrées sur l'informatique et l'analyse ont cédé leur place aux solutions axées sur le client. Les entreprises espèrent pouvoir ainsi résoudre leurs problèmes sans avoir à financer une équipe de spécialistes informatiques. Une solution centrée sur le client prend en charge une multitude de workflows analytiques, propageant ainsi la valeur de la solution à tous les services.

Enfin, un outil centré sur le client permet de responsabiliser chaque employé et de le rendre fier du travail accompli, et d'instaurer la confiance entre employé et employeur. En profitant de l'expérience des autres utilisateurs (via les commentaires de Zebra Prescriptive Analytics par exemple), les employés peuvent savoir ce qui a fonctionné pour d'autres et s'en inspirer pour agir différemment. Cela donne aussi l'occasion d'améliorer le produit proprement dit. Bien que la solution Zebra Prescriptive Analytics soit livrée avec une vaste banque de modèles, les expériences des utilisateurs servent à enrichir la base et à en faire un outil adaptable.

« Si la même société, avec des pertes hebdomadaires de même nature, avait utilisé Zebra Prescriptive Analytics, elle aurait réalisé 87 % de bénéfices en plus, soit 230 000 \$. »

« Zebra Prescriptive Analytics pratique l'intégration holistique en réunissant les données issues de plusieurs sources (point de vente, chiffres des stocks et données marketing). »

« Un outil centré sur le client permet de responsabiliser chaque employé et de le rendre fier du travail accompli, et d'instaurer la confiance entre employé et employeur. »

Laisser le temps au temps

Certains pensent qu'une intégration lente est un passage obligé pour obtenir l'impact maximum (intégration holistique et réalisation à grande échelle). L'intégration holistique permet à la solution d'analyse prescriptive de s'engager complètement dans les processus quotidiens d'une entreprise, celle-ci bénéficiant alors de tous les atouts du produit. En choisissant une solution qui couvre tous les aspects d'un processus métier, vous êtes sûr d'obtenir un impact maximal et de ne rien laisser échapper.

Pour autant, cette intégration holistique ne doit pas demander un temps fou. Les experts de Zebra Prescriptive Analytics au service des clients font leur maximum pour intégrer les données dans un délai convenable, de façon à faire gagner plus d'argent à votre entreprise, et plus rapidement. Zebra Prescriptive Analytics étant en outre capable d'intégrer plusieurs sources de données, la conversion des données sous forme standardisée prend moins de temps. En appliquant le concept de MVP (produit minimum viable), il est possible de se lancer et d'évoluer rapidement.

L'intégration holistique, c'est aussi le moyen de faire plus dans plus de domaines. En implémentant une solution d'analyse prescriptive sur plusieurs plateformes et services, il y a plus de chances de déceler les anomalies. Zebra Prescriptive Analytics pratique l'intégration holistique en réunissant les données issues de plusieurs sources (point de vente, chiffres des stocks et données marketing).

Problèmes courants de la BI moderne

Le manque d'intégration constaté dans les solutions d'analyse décisionnelle modernes pose des problèmes à bien des entreprises. Parmi eux, citons l'absence de validation du contenu créé par l'utilisateur, les strictes limitations dont fait l'objet l'accès aux données, et le déploiement de la plateforme en parallèle à la BI traditionnelle sans points de contact suffisants entre les deux (How to Implement a Modern BI).

Zebra Prescriptive Analytics évite ces problèmes en proposant un système capable d'ingérer et d'utiliser une grande variété de données, structurées ou non, pour optimiser les performances. Le contenu suggéré par l'utilisateur sous forme de commentaires peut servir à évaluer la réussite des bonnes pratiques. Quant à la capacité d'« aimer » les commentaires, elle permet de s'appuyer sur le crowdsourcing pour renforcer la réussite. La collecte de données non structurées et l'application de l'analyse des sentiments en parallèle à d'autres points de données améliorent l'image globale des performances.

La prise en compte d'une multitude de données apporte aussi une certaine flexibilité au sein d'une organisation, car chacun peut utiliser les données qu'il possède déjà, sans avoir à les convertir. Zebra Prescriptive Analytics préfère les données brutes, car elles permettent des analyses plus approfondies et donnent donc plus de chance de détecter une opportunité. Dans la mesure où la solution Zebra Prescriptive Analytics s'intègre à de nombreuses sources de données, elle peut s'immiscer dans les produits existants, créant ainsi une quantité innombrable de points de contact.

Un outil d'aide décisionnelle efficace peut non seulement remédier à ces problèmes, mais aussi exploiter un large éventail de sources de données, étendre l'accès à un grand nombre d'utilisateurs et garantir une gouvernance correcte du contenu en libre-service (How to Implement a Modern BI). Avec Zebra Prescriptive Analytics, tout cela est possible.

Autonomie et apprentissage automatique

Dans l'ensemble, l'analyse prescriptive vise à faire faire des économies aux entreprises, tout en générant plus de revenus et en rendant leurs processus plus efficaces. Cet objectif est réduit à néant si la solution fournie mobilise des ressources colossales. Zebra Prescriptive Analytics évite cet écueil en utilisant des algorithmes d'apprentissage automatique favorisant l'autonomie et l'auto-suffisance. Le système ne cesse d'apprendre au fil du temps, devenant ainsi de plus en plus efficace. Gartner considère l'apprentissage automatique comme l'une des dix principales tendances technologiques stratégiques, soulignant que les machines ont évolué de manière à donner plus de sens à des sources toujours plus nombreuses (Top 10 Strategic Technology Trends of 2016: At A Glance). Pour réussir une analytique avancée, une solution doit être programmée pour apprendre et s'adapter plutôt que pour un jeu fini d'actions prescrites.

Dans le même document, Gartner prévient les utilisateurs : les agents autonomes s'inscrivent sur le long terme et continueront à évoluer et à se répandre pendant les 20 prochaines années. Cette déclaration met une nouvelle fois l'accent sur l'idée d'évolution. La technologie ne cesse d'évoluer, et les solutions et les outils doivent s'adapter en conséquence pour offrir une valeur optimale. En procédant à l'adaptation à votre place, l'apprentissage automatique apporte un avantage de taille et doit être un élément que l'utilisateur doit prendre en compte. Michael Lewis, l'auteur de Moneyball, résume ainsi les avantages des solutions autonomes : « les gens... agissent selon des croyances et des préjugés. Si vous arrivez à dissiper les deux et à les remplacer par des données, vous avez un sérieux atout en main. »

Le manque de formation annule les bénéfices

Les avantages deviennent souvent négligeables si les utilisateurs ne peuvent pas en profiter pleinement. Les consommateurs peuvent, par exemple, se sentir obligés d'acheter la dernière version d'un smartphone, en raison simplement des nouvelles fonctionnalités dont il se vante. Il y a pourtant fort à parier qu'en dépit de ces nouvelles fonctionnalités, vous continuerez d'utiliser le tout nouveau téléphone de la même manière que l'ancien. Faisons le parallèle avec les solutions d'analyse prescriptive. Pour enrichir une nouvelle solution avec de nouvelles fonctionnalités (par rapport à une solution prédictive plus ancienne), vous devez prendre le temps de vous familiariser avec le fonctionnement de chacune et examiner les atouts qu'elle présente pour vous et votre entreprise. Ce n'est qu'après cela que vous pourrez profiter pleinement de la valeur de la solution.

Pour éviter cette longue préparation, Zebra Prescriptive Analytics offre aux utilisateurs une formation et un accompagnement sur site illimités afin qu'ils puissent exploiter tout le potentiel de notre produit. Outre la formation initiale, les membres du service clientèle restent à l'écoute pour traiter les problèmes et les questions au fur et à mesure de leur signalement.

Les experts de la résolution des problèmes de Zebra Prescriptive Analytics ont accès à un nombre illimité de ressources pour former/accompagner les utilisateurs et les aider à tirer le maximum de profit. Après la phase d'implémentation initiale, les utilisateurs sont mis en relation avec l'interlocuteur chargé de les aider pendant toute l'utilisation de la solution.

« Zebra Prescriptive Analytics évite ces problèmes, en proposant un système capable d'ingérer et d'utiliser une grande variété de données, structurées ou non, pour optimiser les performances. »

« Le but de l'analyse prescriptive : faire faire des économies aux entreprises, tout en générant plus de revenus et en rendant leurs processus plus efficaces. »

Grâce à cela, les utilisateurs ont la certitude que, quelles que soient les questions, quelqu'un qui comprend le fonctionnement de leur activité sera là pour leur répondre. Pour garantir la fluidité des opérations, le service clientèle de Zebra Prescriptive Analytics favorise souvent les contacts avec les utilisateurs (connexions entre utilisateurs et dialogues avec les comités de direction). Ces contacts entre utilisateurs sont bénéfiques, car ils fournissent le point de vue du client et donnent à toute une communauté l'occasion de partager une méthodologie et des idées.

Sources de données multiples : la clé du succès

Pour bien comprendre ce qui se passe au quotidien, vous devez pouvoir accéder aux données depuis différents emplacements et à un niveau détaillé. Si, par exemple, les données POS révèlent une chute importante des ventes d'un article, on peut en déduire que l'article n'a plus la cote. Cette conclusion pourrait conduire un magasin à réduire l'attribution des articles en raison de la baisse de la demande. Si l'on se place du côté des stocks, l'article est peut-être en rupture de stock, même si le système perpétuel « croit » qu'il est disponible, ce qui expliquerait la baisse des ventes. La fusion de ces deux points de vue permet d'avoir une vue globale de la situation, et le personnel compétent peut prendre la mesure qui s'impose lorsqu'un « système intelligent » la leur recommande en langage clair (analyse prescriptive).

Pour conclure, le succès de la solution d'analyse prescriptive, ou de tout autre produit d'analyse, dépend de sa capacité d'adaptation aux changements et de l'adhésion du plus grand nombre. Par le passé, l'échec des solutions était dû à un trop grand nombre de promesses non tenues. Les clients pensaient notamment pouvoir analyser d'énormes quantités de données et obtenir des résultats immédiats, ce qui était loin d'être le cas. Zebra Prescriptive Analytics a été le premier à donner une nouvelle image aux solutions analytiques. Plutôt qu'une mise en œuvre qui s'éternise et des résultats plus que moyens, Zebra Prescriptive Analytics prépare l'avenir en misant sur une implémentation rapide et des fonctions simples d'emploi pour multiplier les chances de réussite dans votre entreprise. Comme le disait si bien Steve Jobs : « la simplicité peut être plus difficile à atteindre que la complexité ».

Source : Zebra Prescriptive Analytics

« La fusion de ces deux points de vue permet d'avoir une vue globale de la situation, et le personnel compétent peut prendre la mesure qui s'impose. »

« Zebra Prescriptive Analytics prépare l'avenir en misant sur une implémentation rapide et des fonctionnalités simples d'emploi pour multiplier les chances de réussite dans votre entreprise. »

Le livre blanc « FIN DES A PRIORI : Zebra Prescriptive Analytics va à l'encontre de 30 ans de désinformation » est publié par Zebra Prescriptive Analytics. Le contenu éditorial fourni par Zebra Prescriptive Analytics est indépendant de l'analyse de Gartner. Toutes les études de Gartner sont utilisées ici avec la permission de Gartner et ont été publiées dans le cadre du service de recherche de Gartner mis à la disposition des abonnés. © 2017 Gartner, Inc. et/ou ses sociétés affiliées. Tous droits réservés. Le renvoi aux études de Gartner dans cette publication ne saurait présumer d'un soutien quelconque de Gartner à l'égard des produits ou stratégies de Zebra Prescriptive Analytics. Toute reproduction ou diffusion de cette publication, sous quelque forme que ce soit, est interdite sans l'autorisation écrite préalable de Gartner. Les informations du présent document proviennent de sources jugées fiables. Gartner décline toute garantie quant à l'exactitude, l'exhaustivité ou la pertinence de ces informations. Les opinions présentées ici peuvent être modifiées sans préavis. Bien que les recherches de Gartner puissent aborder des questions d'ordre juridique, Gartner ne fournit aucun conseil ni service juridique, et ses études ne doivent être ni interprétées ni utilisées comme telles. Gartner est une société publique qui peut compter parmi ses actionnaires des entreprises et des fonds ayant un intérêt financier dans les entités sur lesquelles portent les études de Gartner. Des cadres supérieurs de ces entreprises et fonds peuvent siéger au Conseil d'administration de Gartner. Les études de Gartner sont réalisées de façon totalement indépendante par son organisme de recherche sans apport ni influence de ces entreprises, fonds ou de leurs gestionnaires. Pour plus d'informations sur l'indépendance et l'intégrité des études de Gartner, reportez-vous à la rubrique « Guiding Principles on Independence and Objectivity » de son site web.

Comprenez et exploitez vos données commerciales.
Rendez-vous sur zebra.com/prescriptiveanalytics



**Siège social général et siège
Amérique du Nord**
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

Siège Asie-Pacifique
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Siège EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Siège Amérique latine
+1 866 230 9494
la.contactme@zebra.com

ZEBRA et la tête de zèbre stylisée sont des marques commerciales de Zebra Technologies Corporation, déposées dans de nombreux pays. Toutes les autres marques commerciales sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. ©2020 Zebra Technologies Corporation et/ou ses sociétés affiliées. Tous droits réservés.