



Et si vous pouviez prédire le chiffre d'affaires de vos points de vente ?

Découvrez toutes les clés pour mettre en place un processus de simulation d'implantation prédictif au sein de votre enseigne.

Auteurs : Les équipes Galigeo



#Business Intelligence Retail #Geomarketing #Location Intelligence #Power BI
Retail #IBM Cognos Retail #SAC Retail #Qlik Retail #Reporting Retail
#Sectorisation #KPI Retail #Expansion réseaux Retail

Notre Métier

Notre conviction

Parce que, dans un contexte de plus en plus imprévisible, exploiter au mieux le caractère localisable de la donnée est un enjeu d'efficacité pour toutes les organisations, Galigeo permet aux organisations d'améliorer l'efficacité de tous leurs métiers grâce à ses logiciels combinant expertise cartographique et modélisation prédictive.

Grâce à ses logiciels visualisant, analysant et agissant directement sur les bases de données opérationnelles (applications métier, BI, CRM, ...). Galigeo permet aux utilisateurs de se focaliser sur leur métier (retail, distribution, marketing, sécurité, ...).

L'intelligence géographique prédictive : la bonne adéquation produit-marché

Historiquement pionnier de la location Intelligence Galigeo a poursuivi son développement ses dernières années en ajoutant la composante prédictive dans ses suites logiciels, composante basée sur les techniques innovantes de Machine Learning et d'Intelligence Artificielle. En utilisant son expertise cartographique et de modélisation prédictive, Galigeo poursuit son développement en mettant à disposition de ses clients, des logiciels simples d'usage, à très forte valeur ajoutée métier. Predictive POS, basé sur les dernières techniques du géomarketing prédictif illustre parfaitement cette évolution.

Suivez-nous :



Galigeo



Galigeo

Sommaire

Le chiffre d'affaires prédictif, une évidence pour les retailers	05
Les défis de l'évaluation des futures implantations de points de vente	10
Les avantages d'une approche basée sur la prédiction du chiffre d'affaires	13
Le rôle central des données dans la prédiction du chiffre d'affaires	15
3 modèles innovants de chiffre d'affaires prédictifs	18
Intégrez vos rapports prédictifs dans les principaux outils BI	23
L'avenir du prédictif et l'état de l'art du géomarketing pour les réseaux retail	29
Calculez vos CA prédictifs	35

Déterminer les meilleurs emplacements pour vos prochaines ouvertures

Découvrez comment
déterminer les meilleurs
emplacements pour vos
prochaines ouvertures à
partir de modèles de
chiffre d'affaires
prédictifs

01

CHAPITRE 1.

Le chiffre d'affaires prédictif, une évidence pour les retailers

Le chiffre d'affaires prédictif, une évidence pour les retailers

L'IA au service du développement réseau des Retailers

Alors que les attentes des consommateurs évoluent rapidement, l'Intelligence Artificielle aide les enseignes à construire leurs plans de développement réseau.

Ce n'est un secret pour personne. Le monde actuel est incertain, en évolution et accélération constante. Et les attentes des consommateurs évoluent à un rythme inégalé dans notre histoire. Chaque décision d'investissement les adressant doit être soigneusement réfléchie.

Aussi pour les Retailers, l'ouverture d'un nouveau point de vente représente plus que jamais un investissement non négligeable qu'il faut pouvoir justifier, expliquer et fiabiliser au maximum. Le choix d'un emplacement commercial peut ainsi se traduire par une rentabilité rapide, tout comme une perte de centaines de milliers d'euros. Que vous envisagiez une ouverture en propre ou en franchise, il est primordial de rassurer la direction, le porteur de projet et la banque.

C'est pourquoi aujourd'hui, il est essentiel d'évaluer rapidement de multiples emplacements pour trouver systématiquement la meilleure opportunité pour votre marché cible.

Et c'est aussi dans cet environnement exigeant, où la rapidité et la précision sont essentielles, et où chaque mètre carré compte, les technologies modernes telles que l'intelligence artificielle et les modèles prédictifs se révèlent d'une aide inestimable, en permettant de réduire les risques liés à la prise de décision.

« L'IA devient un véritable assistant des équipes en charge du développement, leur permettant de gagner du temps dans leurs études et d'en renforcer la fiabilité »

Définition de la zone de chalandise, évaluation du potentiel de marché, prédiction du futur chiffre d'affaires et de la part de marché atteignable : l'IA permet ainsi d'accompagner les équipes en charge du développement d'une enseigne ou de la distribution d'une marque à chaque étape de leur simulation d'implantation.

Capable de synthétiser d'importants volumes de données et des centaines de paramètres, l'IA permet d'évaluer de multiples scénarios d'implantation et de rapidement qualifier les opportunités en estimant les principaux indicateurs :

- le chiffre d'affaires théorique,
- la part de marché potentielle,
- l'impact sur le réseau existant, ...

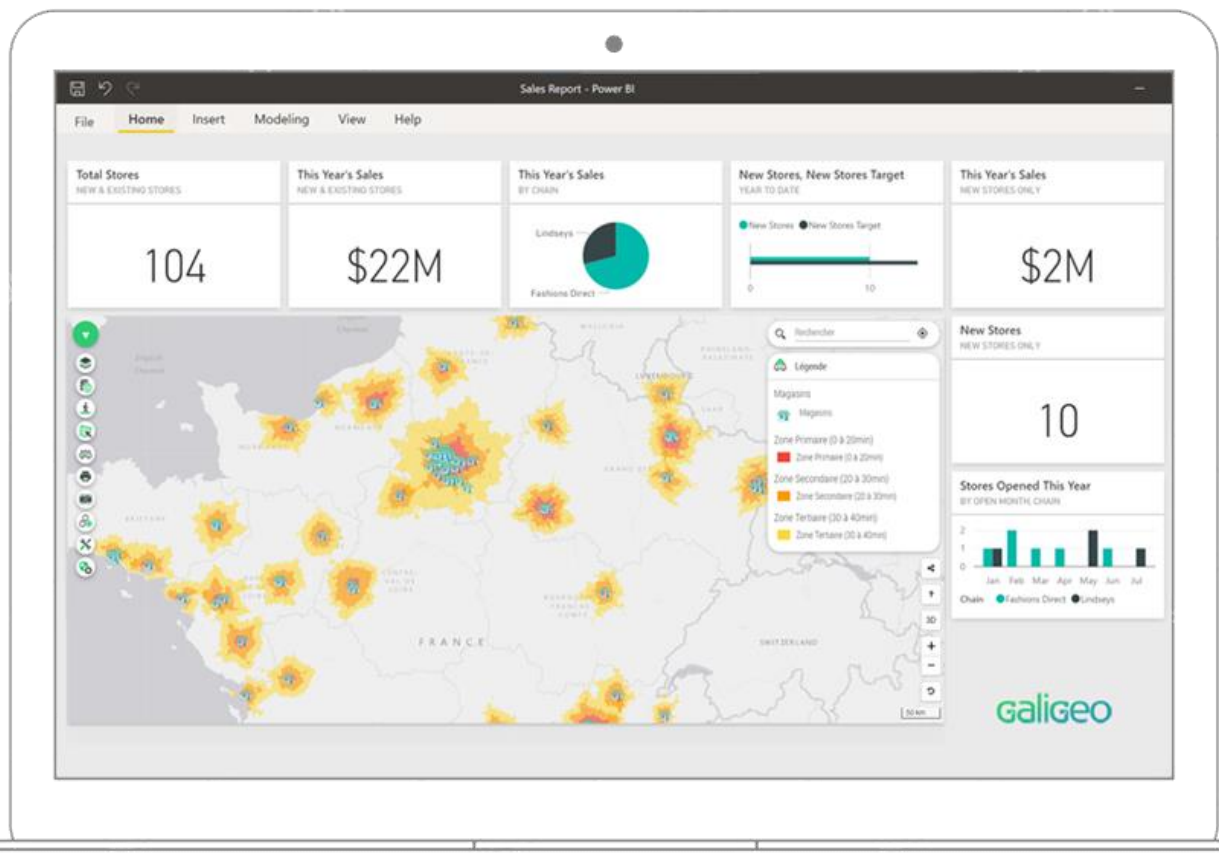
Flux piétons, potentiel de marché, profils socioéconomiques de la clientèle cible, superficie de l'emplacement, chiffre d'affaires de points de ventes comparables, achats web,... toutes ces métriques peuvent être croisées, visualisées, analysées et restituées par des outils de Géomarketing Prédicatif dopés à l'IA, permettant aux équipes, en central au siège ou sur le terrain, de se faire un avis en quelques minutes sur le potentiel d'un emplacement commercial.

Mieux encore, ces modèles ont la particularité d'être évolutifs grâce au machine learning, et de s'adapter en fonction des évolutions majeures impactant le monde du Retail ou de la distribution, comme par exemple une période d'inflation qui viendrait diminuer les paniers moyens, ou modifier la clientèle cible, sans oublier la saisonnalité ou la météo.

« Plus de 300 Retailers utilisent déjà nos modèles de chiffre d'affaires prédictifs pour prendre les meilleures décisions quant à la gestion de leur réseau »

Sécurisez vos prochaines ouvertures avec des modèles de chiffre d'affaires prédictifs

DEMANDEZ UNE DEMO
PERSONNALISÉE



Dans quels contextes, utiliser ces modèles prédictifs

Les 3 principaux contextes d'utilisation des modèles prédictifs

1

Sélectionner le meilleur emplacement pour vos futures ouvertures

Les modèles prédictifs permettent à la fois de déterminer la meilleure opportunité entre deux ou plusieurs emplacements pour un projet d'ouverture, mais aussi de déterminer et d'afficher les zones qui ont le plus de potentiels pour accueillir vos prochaines ouvertures.

2

En complément de vos études

Les modèles prédictifs et plus particulièrement celui qui permet de calculer un futur chiffre d'affaires, vous permettront d'agréments vos rapports et études locales de marché, afin d'y apporter plus de profondeur et de sécurité.

3

Auditer l'efficacité d'un point de vente existant

Au-delà de tester le potentiel d'un projet d'ouverture, ces modèles permettent aussi d'auditer l'efficacité de vos points de vente existants en comparant leur chiffre d'affaires effectif avec celui calculer avec le modèle. Si le modèle indique un CA supérieur au CA réel du point de vente, cela peut indiquer que vous n'exploitez 100% de potentiel de votre point de vente.

Quels typologies de réseaux sont concernés par les modèles de CA prédictifs ?

Les réseaux concernés par l'utilisation de modèles de chiffre d'affaires prédictifs

> 10 points de vente



Une obligation : pour la gestion d'un réseau de points de vente de cette envergure.

< 10 points de vente



Une évidence : pour optimiser le développement et professionnaliser l'expansion de réseaux de cette taille.

1 point de vente



Conseiller : bien que lourd à mettre en place pour un seul point de vente.

galigeo

L'utilisation des modèles de CA prédictifs est cruciale dès lors que l'on possède plusieurs points de vente, car ces modèles permettent de prendre des décisions éclairées quant aux futures ouvertures, et d'une manière plus globale ils permettent d'optimiser la gestion du réseau.

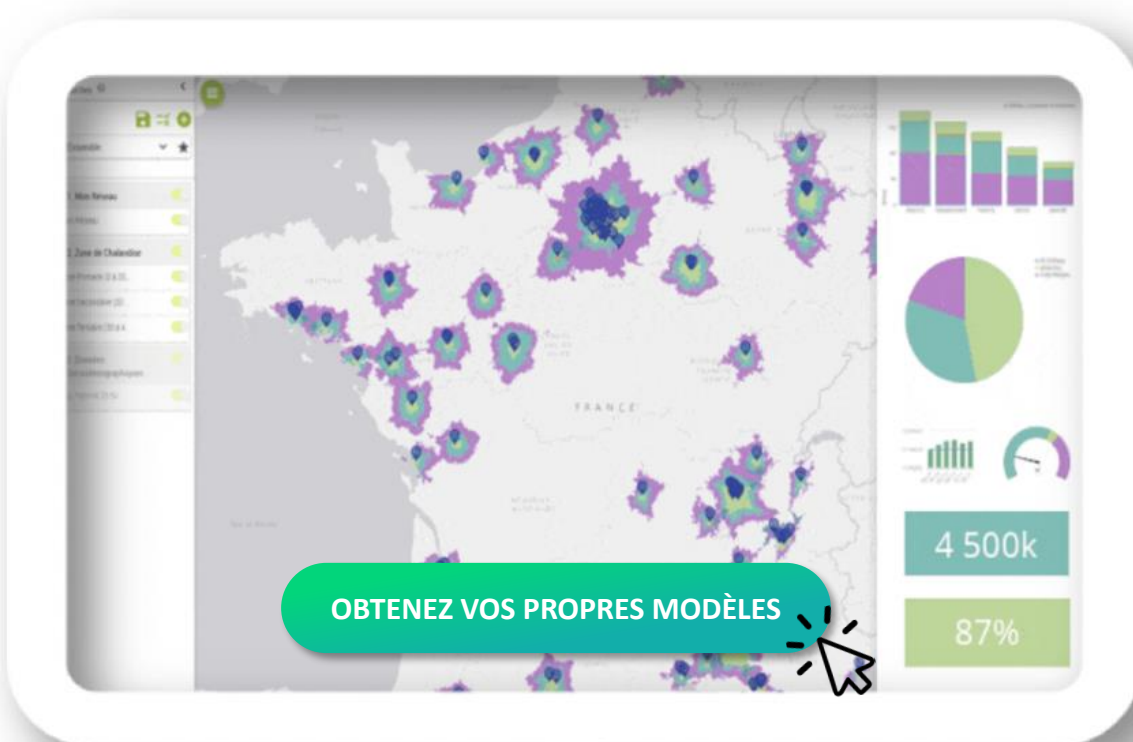
Lorsqu'on a seulement **un seul point de vente**, il est évident que l'utilisation de ces modèles peut sembler moins cruciale. On peut se contenter d'approches un peu plus classiques bien que moins précises.



Avec **une dizaine de points de vente**, il devient primordial d'utiliser des modèles prédictifs tels que celui du chiffre d'affaires et d'autres que vous découvrirez au fil de la lecture de livre blanc. Ces modèles fournissent de précieuses informations qui permettent entre autres d'optimiser le maillage du territoire, de sélectionner les meilleurs lieux d'implantation, d'améliorer la communication locale.

Lorsque la taille du réseau **dépasse les 10 points de vente**, l'utilisation de modèles prédictifs devient une obligation pour assurer le bon fonctionnement et gérer l'expansion du réseau. Les différents modèles prédictifs dont celui du chiffre d'affaires permettent de prendre des décisions stratégiques éclairées, telles que l'ouverture ou la fermeture de magasins, l'allocation des ressources, l'optimisation des processus et la mise en place de campagnes marketing efficaces.

En résumé, l'utilisation de modèles prédictifs devient obligatoire lorsque l'on gère un réseau retail comptant plusieurs points de vente. Les modèles basés sur l'IA constituent un outil indispensable pour garantir le succès et la pérennité du réseau, en fournissant des informations précieuses pour une prise de décision éclairée et une gestion optimale du réseau et de ses ressources.



02

CHAPITRE 2.

Les défis de l'évaluation des futures implantations de points de vente

Les défis de l'évaluation des futures implantations de points de vente

L'évaluation des futures implantations de points de vente est une tâche complexe qui comporte de nombreux défis pour les entreprises cherchant à étendre leur réseau. Ces défis vont au-delà de la simple localisation des emplacements potentiels et englobent une série d'aspects cruciaux à prendre en compte.

Tout d'abord, l'un des défis majeurs réside dans l'obtention de données pertinentes. L'exactitude des données géographiques, démographiques et économiques est essentielle pour évaluer le potentiel d'une future implantation. Cependant, il peut être difficile d'obtenir des informations actualisées et précises, ce qui peut fausser les projections.

De plus, la volatilité des données est un facteur à considérer. Les tendances de marché, les habitudes de consommation et la démographie des zones géographiques peuvent évoluer rapidement. Par conséquent, il est impératif de mettre régulièrement à jour les données pour refléter ces changements, afin de maintenir la pertinence des analyses.

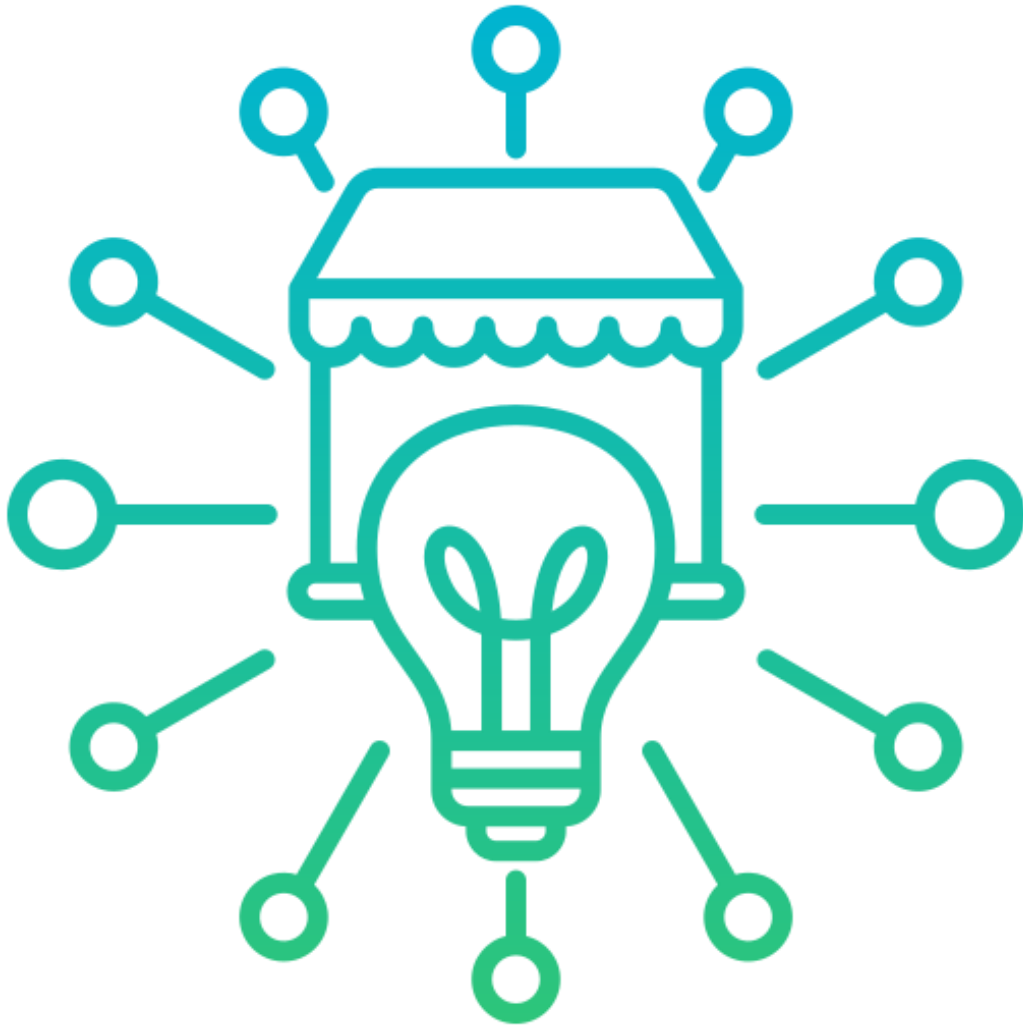
L'analyse de la concurrence est un autre défi majeur. Il est souvent difficile de déterminer comment la concurrence existante peut influencer le succès d'un nouveau point de vente. Les risques de cannibalisation entre les emplacements existants et les nouvelles implantations doivent être soigneusement évalués pour minimiser les perturbations.

L'alignement avec la stratégie globale du réseau est également complexe. Il est nécessaire de prendre en compte la logistique, les ressources humaines et d'autres facteurs opérationnels pour assurer une cohérence avec la stratégie de l'entreprise. Cela peut impliquer des ajustements importants dans la gestion de la chaîne d'approvisionnement, la planification des effectifs et d'autres aspects clés.

L'omnicanalité ajoute un niveau supplémentaire de complexité. Les nouvelles formes de distribution et de vente, y compris le commerce en ligne et les ventes sur les réseaux sociaux, doivent être intégrées à la stratégie globale de l'entreprise. La coordination entre les canaux de vente et la satisfaction des besoins des clients omnicanal deviennent des défis incontournables.

Enfin, la sélection des indicateurs de performance appropriés est une tâche cruciale. Les entreprises doivent choisir les KPI (Key Performance Indicators) les plus pertinents pour mesurer le succès de leurs points de vente, en tenant compte de leurs objectifs stratégiques spécifiques.

Pour relever ces défis, il est essentiel de capitaliser sur l'expérience passée en prenant en compte les facteurs clés de succès des points de vente existants. L'apprentissage continu et l'adaptation aux changements sont des éléments essentiels pour réussir dans l'évaluation des futures implantations de points de vente. En fin de compte, cette tâche complexe nécessite une combinaison de données solides, d'expertise en analyse et de flexibilité stratégique pour maximiser les chances de succès.



03

CHAPITRE 3.

Les avantages d'une approche basée sur la prédiction du chiffre d'affaires

Les avantages d'une approche basée sur la prédiction du chiffre d'affaires

L'utilisation de modèles de chiffre d'affaires prédictifs revêt une importance cruciale pour les réseaux de points de vente, à la fois pour valider de nouveaux projets d'ouverture de magasins et pour challenger les points de vente existants en optimisant leur performance.

Sécurisez vos prochaines ouvertures

Les modèles prédictifs permettent de calculer le potentiel futur chiffre d'affaires d'un projet d'ouverture. À partir du CA calculé, il est plus évident de valider ou non la viabilité du projet en question et d'éviter d'ouvrir des points de vente dont le chiffre d'affaires ne serait pas suffisant pour leur assurer une certaine rentabilité.

Agrémenter vos rapports et Études Locales de Marché

Une prédiction de chiffre d'affaires pour vos projets d'ouverture permettra d'apporter plus de profondeur à vos rapports et études locales de marché.

Tester le potentiel d'un lieu en quelques clics

Une fois vos modèles prédictifs paramétrés et disponibles, il ne vous suffira que de quelques clics pour tester un endroit potentiel en renseignant simplement une adresse.

Auditer vos points de vente existants

Ces modèles permettent d'auditer l'efficacité de vos points de vente existants en comparant leur chiffre d'affaires réel avec celui calculé avec le modèle. Si le modèle indique un CA supérieur au CA réel du point de vente, cela peut indiquer que vous n'exploitez 100% de potentiel de votre point de vente.

Rassurez vos partenaires

Effectivement, les modèles de chiffre d'affaires prédictifs sont un atout majeur pour rassurer les banquiers, les investisseurs et les potentiels franchisés lorsqu'il s'agit de projets d'ouverture de nouveaux points de vente.

Analyse de Rentabilité et réduction des Risques Financiers

Les modèles de chiffre d'affaires prédictifs permettent de démontrer que le projet a été soigneusement étudié et évalué. Ils montrent que des analyses rigoureuses ont été effectuées pour estimer les revenus futurs, ce qui renforce la confiance des parties prenantes.

Transparence et Prévisibilité

Les prévisions de chiffre d'affaires offrent une transparence quant à ce que l'on peut attendre du projet. Cela permet aux parties prenantes de mieux comprendre les attentes en termes de rendement financier.

En résumé, les modèles de chiffre d'affaires prédictifs sont une solution puissante pour les réseaux de points de vente, leur permettant de minimiser les risques associés à de nouvelles ouvertures, d'optimiser la performance des points de vente existants, et de sécuriser le succès global de leurs réseaux.

04

CHAPITRE 3.

Le rôle central des données dans la prédiction du chiffre d'affaires

Le rôle central des données dans la prédiction du chiffre d'affaires

L'importance des données dans la prédiction du chiffre d'affaires des points de vente n'a cessé de croître, notamment grâce à l'émergence de modèles d'apprentissage automatique.

Les données sont la matière première sur laquelle modèles prédictifs sont construits. La qualité, la quantité et la pertinence de ces données jouent un rôle fondamental dans la capacité d'un modèle à générer des prédictions précises. Ainsi, pour anticiper avec exactitude le chiffre d'affaires d'un point de vente, il est essentiel de collecter, de traiter et d'analyser une variété de données pertinentes. Voici un aperçu non exhaustif des types de données clés qui sont essentiels pour les modèles :

Données de flux piétons : Elles permettent d'anticiper le nombre de futurs visiteurs dans le point de vente, leur comportement de déplacement, la fréquentation par heure, par jour de la semaine, et par saisonnalité etc. Connaître le nombre de passants, permet d'anticiper à la fois le nombre de visiteurs ainsi que le volume de clients.

Données de marché : Les données de marché incluent à la fois des informations macro et microéconomiques sur un périmètre donné telles que les tendances économiques, les indices de confiance des consommateurs, les taux de chômage, la répartition des dépenses des ménages et entreprises, les taux d'intérêt et d'autres facteurs qui peuvent influencer la demande des consommateurs. Ces données aident à contextualiser pour anticiper les performances d'un point de vente par rapport à l'environnement économique global.

Données de la concurrence : Il est crucial de surveiller les activités des concurrents à proximité. Les données sur les prix, les promotions, les produits et les stratégies marketing des concurrents peuvent aider à déterminer l'intensité concurrentielle et à anticiper la future part de marché du point de vente.

Données sociodémographiques : Les caractéristiques démographiques de la population locale, telles que l'âge, le sexe, le niveau de revenu, l'éducation, le type d'habitat etc., sont importantes à analyser et à prendre en compte pour mieux anticiper le nombre de clients potentiels.

Données métiers : Ces données incluent les informations spécifiques à vos points de vente telles que l'analyse de certains indicateurs clés, de la clientèle, des ventes, des stocks, des données de caisse, etc. ces données internes sont essentielles pour évaluer les performances passées et identifier les tendances, dans l'optique de les évaluer pour déterminer le potentiel de chiffre d'affaires de votre futur point de vente.

L'analyse de ces données, souvent à l'aide de techniques d'apprentissage automatique tel que le machine learning, permet de créer des prévisions de chiffre d'affaires plus précises. En combinant ces différentes sources de données, les réseaux retail peuvent une nouvelle fois valider ou non un projet d'ouverture, sélectionner l'emplacement le plus adéquat et s'assurer que leurs points de vente utilisent pleinement tout leur potentiel.

« Pas de data fiables, pas d'IA, pas de modèles, pas de prédictions... »

Une citation d'un de nos data scientists dont nous taïrons le nom 😊

Les données sont assurément la pierre angulaire des modèles de prédiction de chiffre d'affaires.

LES DONNÉES DES MODÈLES DE CA PRÉDICTIFS

LES MODÈLES DE CALCUL DE CHIFFRE D'AFFAIRES PRÉDICTIFS NECESSITENT L'UTILISATION DE DONNÉES FIABLES POUR FOURNIR DES RÉSULTATS PROBANTS

1

DONNÉES SOCIODEMOGRAPHIQUES

- 300 indicateurs INSEE :
 - Âge et Genre
 - CSP
 - Type de logement
 - % d'occupation des logements
 - Niveau d'études
 - Composition des ménages
 - ...
- Source : INSEE



2

DONNÉES DE FLUX PIÉTON

- Nbr de piétons à l'adresse
 - Le trafic par heure, jour de la semaine et par mois
 - ...
- Source : Galigeo



3

DONNÉES DU MARCHÉ ET DE LA CONCURRENCE

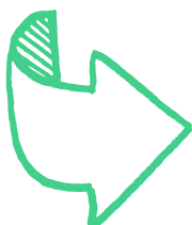
- Chiffres clés du marché au niveau locale, nationale et internationale
 - Indicateurs de tendance
 - Emplacements de concurrents
 - Indicateurs sur vos concurrents
 - ...
- Source : Galigeo et web



4

VOS DONNÉES MÉTIERS

- Les emplacements de vos clients
 - Les indicateurs clés de vos pdv et de votre réseau
 - Vos points de vente
 - Vos partenaires, entrepôts, fournisseurs
 - Vos facteurs clés de succès
 - ...
- Source : Données internes



GÉNÉRATION
DU CHIFFRE
D'AFFAIRES
PRÉDICTIF PAR
PROJET

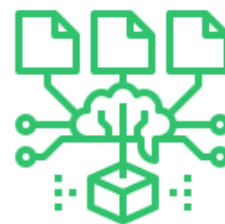
05

CHAPITRE 5.

3 modèles innovants de chiffre d'affaires prédictifs

3 modèles innovants de calcul de chiffre d'affaires prédictifs

Nos consultants spécialisés dans le domaine du retail et du géomarketing ont collaboré conjointement avec nos data scientists pour concevoir des modèles fiables et opérationnels dédiés à la prédiction du chiffre d'affaires. Ces modèles sont directement référencés et disponibles dans notre outil pour nos utilisateurs.



Des modèles sur-mesure

Nos modèles de chiffre d'affaires prédictifs, élaborés par nos experts et accessibles en quelques clics sur notre plateforme, sont reconnus pour leur efficacité et leur précision. Cependant, nous comprenons que chaque réseau a des besoins spécifiques. C'est pourquoi, nos experts peuvent personnaliser ces modèles pour qu'ils s'adaptent parfaitement à votre réseau.

En partant des modèles existants comme base, nous pouvons les affiner en y intégrant vos données métiers, les flux piétons, les données concurrentielles, les résultats d'études, et bien plus encore. Le résultat final sera un modèle sur-mesure, conçu pour vous offrir une précision chirurgicale dans l'estimation du chiffre d'affaires de vos futurs points de vente.

Bien entendu, nos modèles prêts à l'emploi sur notre plateforme fournissent déjà des estimations précises et des tendances utiles. Cependant, en les adaptant avec l'expertise de nos équipes et en y incorporant des données métiers et clients, vous obtiendrez des résultats encore plus précis, vous offrant une plus grande sécurité quant au succès de vos prochaines ouvertures. Chez nous, la personnalisation et la précision vont de pair pour vous aider à prendre des décisions éclairées et à maximiser la réussite de vos futurs points de vente.

Simulation Standard (+/-80% de fiabilité)

Ces modèles prêts à l'emploi intègrent principalement les données relatives au marché, à la zone de chalandise et plus globalement à l'environnement d'implantation.

Les données utilisées dans pour ce modèle

- Sociodémographiques
- La concurrence
- Le marché

Exemples de modèles de prédiction de chiffre d'affaires

Type de commerce	Type de localisation	Surface	Type de consommation	
Restauration rapide	Centre ville	200 à 400 m2	Omnicanale	Rechercher

Restauration - zone urbaine Utiliser	Grande surface - Zone périurbaine Utiliser	Retail cosmétique - zone urbaine Utiliser
Retail textile - Centre commerciale Utiliser	Magasin - Zone d'activité commerciale Utiliser	Restauration - Proche gare Utiliser

Cette méthode permet de donner une estimation du CA.

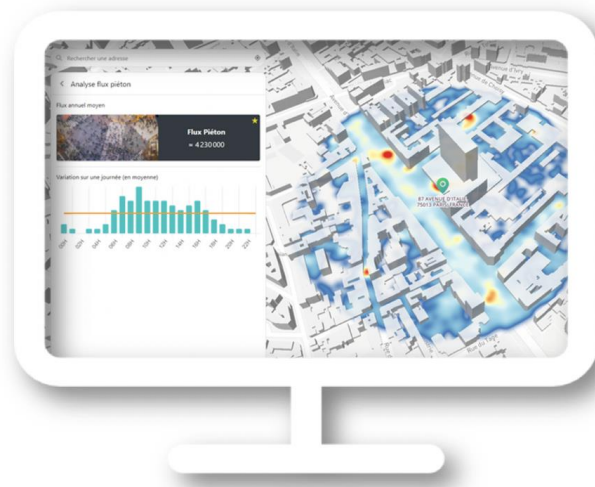
Simulation avancé (+/-90% de fiabilité)

Personnalisation des modèles en ajoutant de plus amples données telles que les flux piétons, les données de vos points de vente existants. De plus, les projets sont qualifiés par les éléments discriminants de prise de CA (surface, type de magasin, ...)

Les données supplémentaires utilisées dans le modèle :

- Les flux piétons
- Vos points de vente (surface, typologie, type de localisation, ...)

Cette méthode permet de donner un modèle plus fiable que le précédent, qui sécurisera davantage vos prochaines ouvertures.



Simulation Expert (+/-95% de fiabilité)

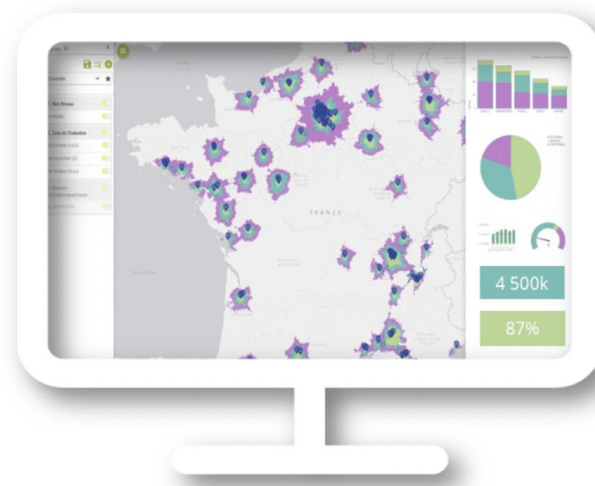
Paramétrage d'un modèle sur-mesure dédié aux spécificités de chaque réseau retail. Ce modèle ajoute à nouveau plus de profondeur, en analysant les méthodes de distribution, les tickets de caisse et bien d'autres données clients.

Ce modèle nécessite un échange approfondi avec les équipes du réseau pour optimiser le modèle.

Les données supplémentaires utilisées dans le modèle :

- *Tickets de caisse*
- *Types de distribution*
- *Vos clients*
- *Indicateurs de performance*

La meilleure méthode pour sécuriser vos prochaines ouvertures.



OBTENEZ VOS PROPRES MODÈLES

Récapitulatif des 3 méthodes

Sélection du modèle

+

1^{ère} méthode

- Sociodémographiques
- Le marché
- La concurrence

+

2^{ème} méthode

- Flux piétons
- Vos points de vente (surface, typologie, localisation, ...)

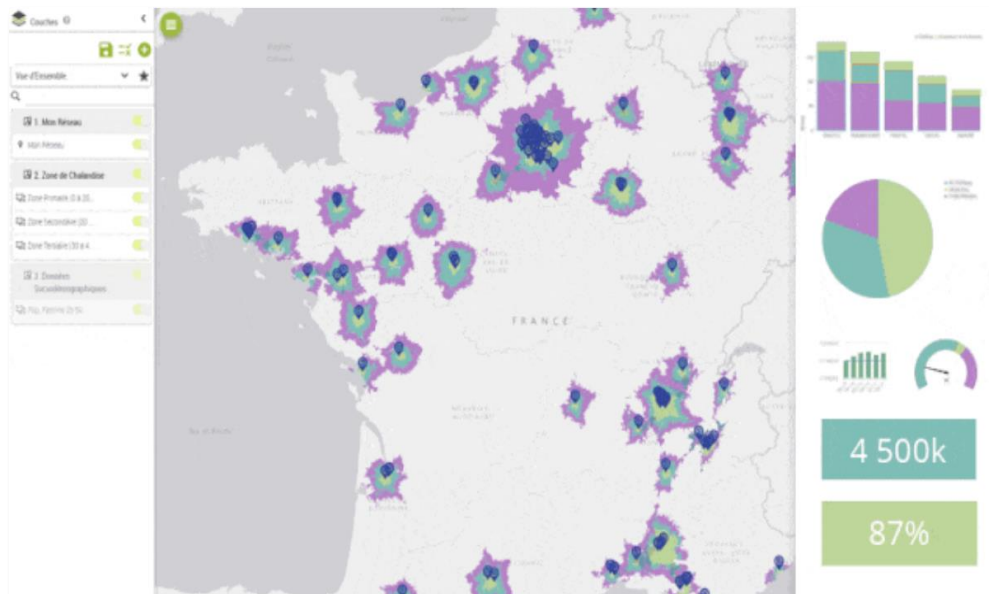
+

3^{ème} méthode

- Tickets de caisse
- Vos clients
- Types de distribution
- Indicateurs de performance



Sécurisez vos prochaines ouvertures



Exemple d'une simulation de calcul de chiffre d'affaires à partir d'un modèle

< RETOUR

12 Rue Auguste Perret, Paris, France 6,10,15 min

Zone Concurrences **Simulation**

✓ Renseignements sur le magasin

Flux piéton moyen 850000

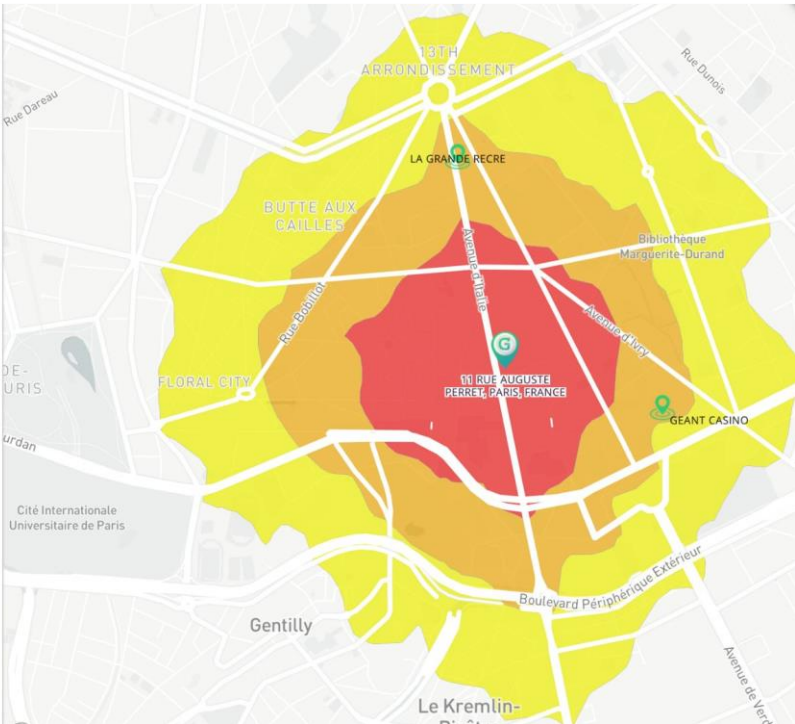
Surface 550

Type de magasin Centre ville

Models Restauration rapide (custom)

Modèle de simulation de CA des librairies

Lancer la simulation



< RETOUR

12 Rue Auguste Perret, Paris, France 6,10,15 min

Zone Concurrences **Simulation**

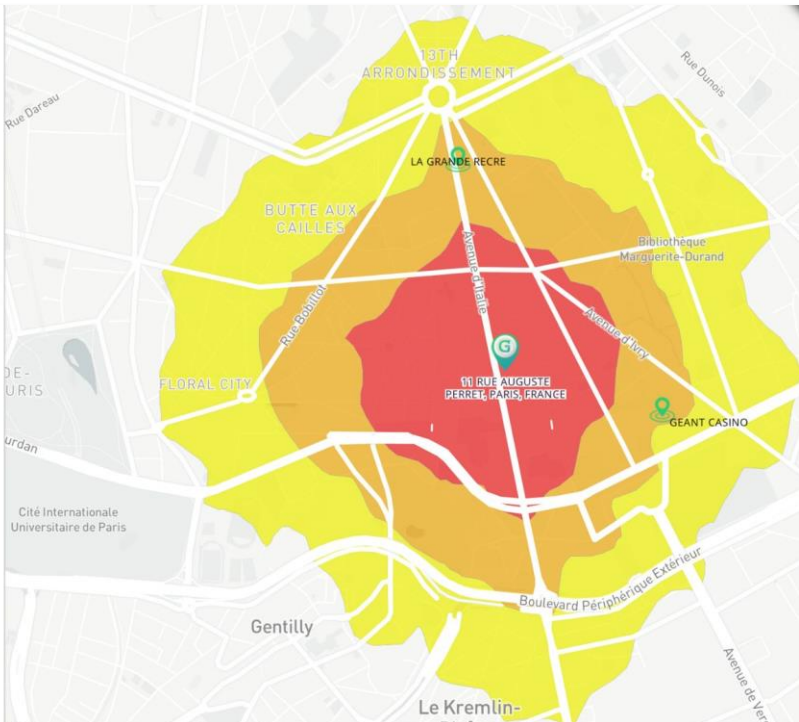
> Surface : 550, type : Centre ville

Models Restauration rapide (custom)

Modèle de simulation de CA des librairies

Lancer la simulation

786 957 €
Chiffre d'affaires estimé



OBTENEZ VOS PROPRES MODÈLES

06

CHAPITRE 6.

Intégrez vos rapports prédictifs dans **les** **principaux outils BI**

Intégrez vos rapports prédictifs dans les principaux outils BI



Les outils BI sont devenus indispensables aux réseaux retail, ils vous permettent d'aller plus loin que la simple génération d'un chiffre d'affaires prédictif.

L'utilisation des principaux outils de business intelligence tels que Power BI, SAP BI, IBM Cognos, Tableau ou encore Qlik présente un intérêt considérable pour les réseaux de points de vente. Ces outils offrent des fonctionnalités avancées pour collecter, analyser et visualiser les données, permettant ainsi aux réseaux retail de prendre des décisions éclairées.

Il est possible d'intégrer directement dans ces outils les modèles de calcul de chiffre d'affaires prédictifs et d'en visualiser les résultats.

Ces outils offrent une intégration facile avec les différentes sources de données des points de vente. Ils permettent de collecter des données provenant des systèmes de caisse, des programmes de fidélité, des sites web, des logiciels de gestion et de logistique, des réseaux sociaux, et bien d'autres encore.

Ces intégrations permettent aux réseaux d'obtenir une vue complète de leurs activités, ce qui facilite l'analyse et la compréhension de l'ensemble des données générées par leurs points de vente.

L'objectif étant de relier toutes les sources de données métiers dans un seul et unique outil BI.

Ces outils BI offrent des possibilités d'analyse puissantes. Ils permettent d'explorer les données en profondeur, d'identifier les tendances, les modèles et les corrélations.

Ces analyses approfondies permettent de prendre des décisions stratégiques basées sur des données concrètes, ce qui in fine permet une meilleure gestion des stocks, une personnalisation de l'expérience client ainsi qu'une optimisation des campagnes marketing.

De plus, ces outils de BI offrent des fonctionnalités de visualisation de données très avancées. Ils permettent de créer des tableaux de bord interactifs, des graphiques, des cartes et des rapports personnalisés. Ces visualisations intuitives facilitent la compréhension des données et permettent aux utilisateurs de prendre des décisions rapidement.

Un autre avantage de ces outils réside en leur capacité à générer des rapports automatisés et à les partager facilement avec les parties prenantes de votre réseau. Les utilisateurs peuvent planifier l'exécution des rapports à des intervalles réguliers, ce qui permet entre autres de suivre l'évolution des performances des points de vente au fil du temps. De plus, ces rapports peuvent être partagés avec les responsables de magasin, les équipes de direction et d'autres acteurs de votre réseau, ce qui favorise la collaboration et la prise de décisions basées sur des informations à jour.

Grâce à leur convivialité et à leur interface intuitive, l'utilisation de ces outils dans les réseaux de points de vente retail favorise la collaboration entre les différentes équipes et départements de l'entreprise. Les données et les rapports générés peuvent être partagés facilement entre les équipes de vente, les responsables de magasin, les équipes marketing et les décideurs. Cela favorise une compréhension commune des performances et des objectifs, et permet une prise de décisions plus rapide et plus alignée.

De plus, ces outils offrent des fonctionnalités avancées en matière de sécurité et de gouvernance des données. Dans un environnement où la confidentialité des informations est cruciale, ces outils de BI garantissent que seules les personnes autorisées ont accès aux données sensibles. Ils permettent également de suivre l'origine des données, de gérer les droits d'accès et de mettre en place des politiques de conformité.

Enfin, l'utilisation de ces outils permet aux entreprises de rester agiles et réactives aux changements du marché. En analysant les données en temps réel, les entreprises peuvent détecter rapidement les tendances émergentes, les fluctuations de la demande et les changements de comportement des consommateurs. Cela leur permet d'adapter leurs stratégies commerciales et d'exploiter de nouvelles opportunités, tout en minimisant les risques associés.

En somme, l'utilisation des principaux outils de business intelligence tels que Power BI, SAP BI, IBM Cognos, Tableau et Qlik dans les réseaux de points de vente retail offre de nombreux avantages. Ils permettent d'analyser les données de manière approfondie, de prendre des décisions éclairées, de favoriser la collaboration et d'optimiser la performance globale des points de vente. En adoptant ces outils, les réseaux retail peuvent améliorer leur compétitivité, leur efficacité opérationnelle et leur capacité à répondre aux besoins en constante évolution des clients et plus globalement des consommateurs.

La dimension financière est également cruciale dans les rapports de performances retail. Ils fournissent aux retailers une vue d'ensemble de leur rentabilité, de leurs marges bénéficiaires, de leurs coûts d'exploitation et de leurs flux de trésorerie. L'analyse financière basée sur ces rapports permet de prendre des décisions éclairées pour optimiser les résultats financiers, réduire les coûts superflus et maximiser les investissements.

Enfin, les rapports de performances retail sont des outils de communication précieux au sein des équipes des points de vente et au siège des réseaux. Ils affichent clairement les données pertinentes, facilitant ainsi la prise de décisions éclairées par l'ensemble des équipes. Les rapports permettent de faire transiter les informations essentielles au sein des équipes, favorisant ainsi une compréhension commune des objectifs et des performances.

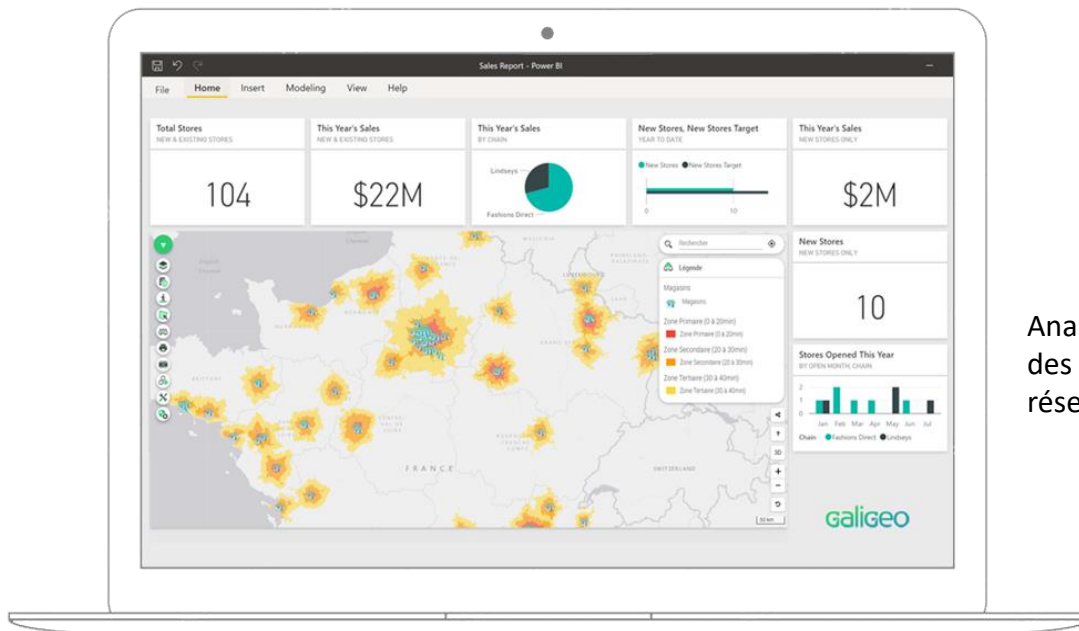
Les outils de Business Intelligence (BI) jouent un rôle clé dans la création de ces rapports de performances retail. Ils permettent d'agréger l'ensemble des données provenant des différents outils métiers utilisés par les retailers et de les présenter de manière cohérente dans un seul rapport. Ainsi, les équipes ont accès à toutes les informations nécessaires, sans avoir à naviguer entre différents outils, ce qui facilite l'analyse croisée des performances et la comparaison entre les différents domaines.

En conclusion, les rapports de performances retail sont des outils indispensables pour optimiser les réseaux de vente retail. Ils fournissent des informations précieuses pour analyser les performances au niveau des ventes, de la logistique, du comportement d'achat, de la finance et des stocks. Ces rapports permettent d'optimiser les points de vente, de comparer les performances de chacun de vos points de vente et de prendre des décisions éclairées à tous les niveaux de l'entreprise. Grâce à eux, les retailers peuvent booster leur croissance, améliorer l'expérience client et maximiser leurs résultats financiers.

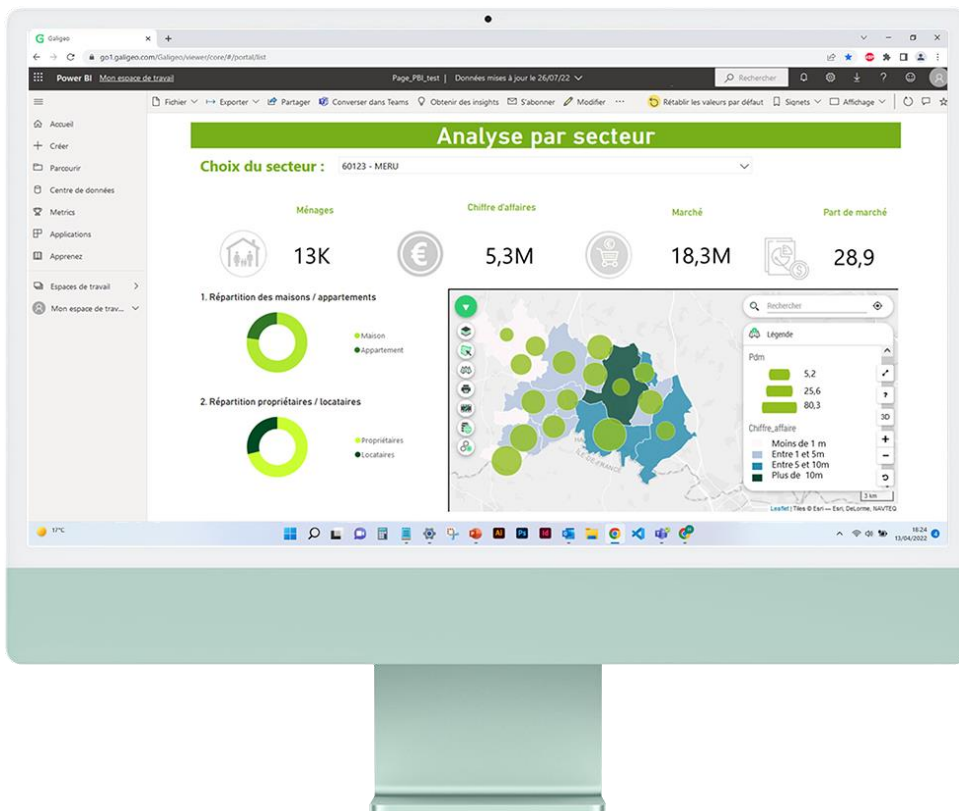
Galigeo s'intègre à tous vos logiciels BI et décisionnels



Exemples de rapports retail avec des calculs de chiffre d'affaires prédictif dans les principaux outils BI

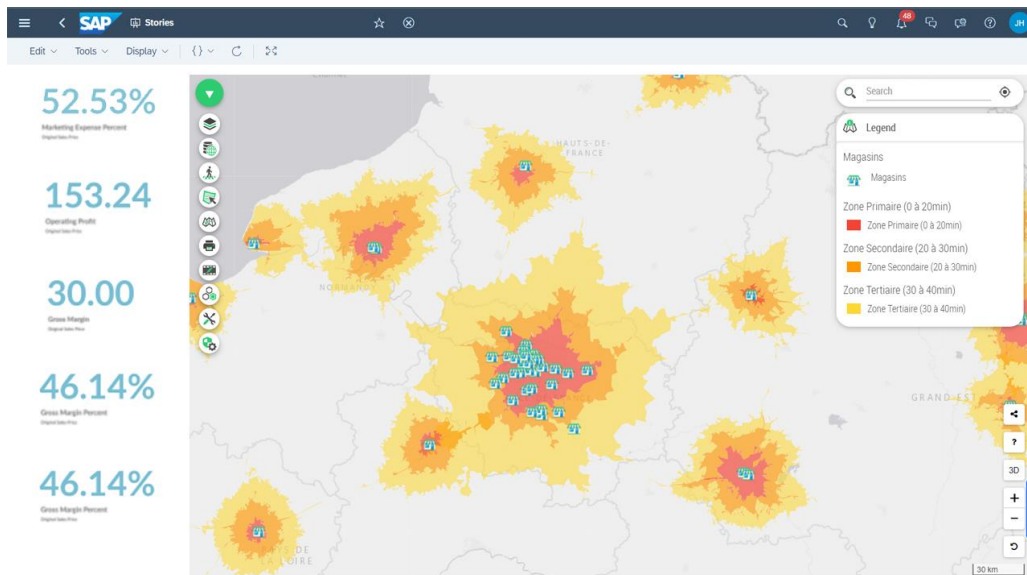


Analyser les indicateurs de performance des ventes ainsi que le maillage de votre réseau.

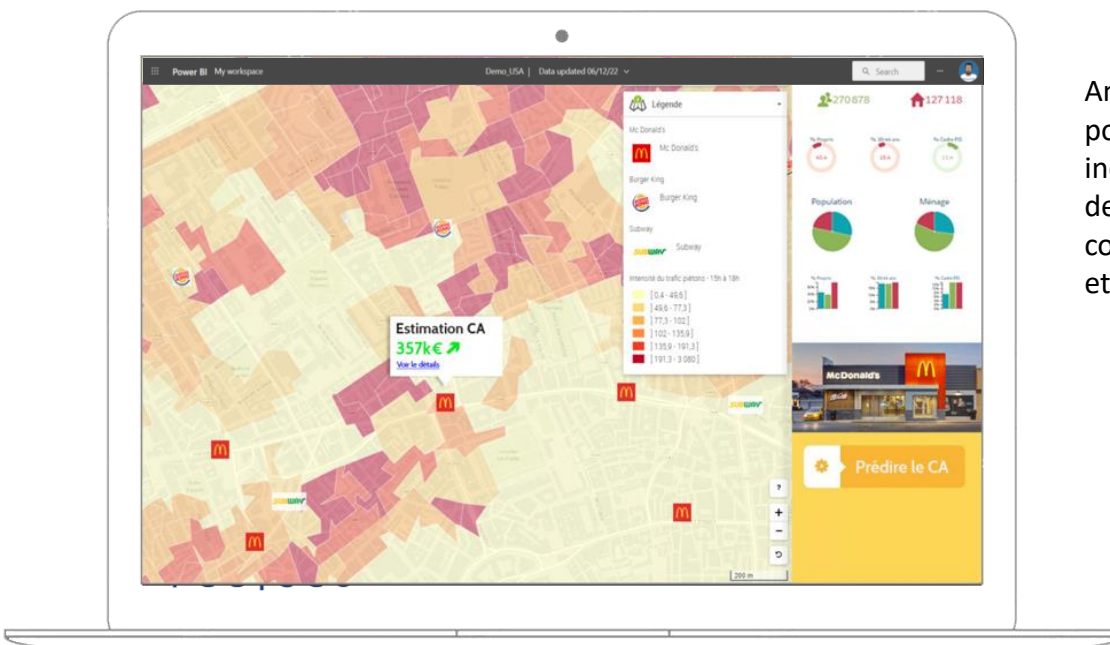


Analyser les données du marché, les données de la concurrence. En prime, découvrez les zones avec les plus forts potentiels pour ouvrir vos prochains points de vente.





Analyser la couverture locale de vos points de vente, les zones de livraison ainsi que la localisation de vos clients et revendeurs.



Analyser à l'échelle d'un de vos points de vente ses principaux indicateurs au niveau des ventes, de la logistique, des comportements d'achat, des stocks et de l'aspect financier, ...



07

CHAPITRE 7.

L'avenir du prédictif et l'état de l'art du géomarketing pour les réseaux retail

L'avenir du prédictif pour les réseaux retail

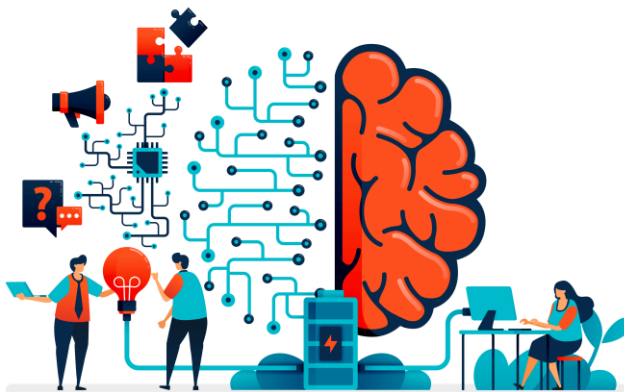
Les prochains modèles prédictifs dédiés aux réseaux de points de vente

Chez Galigeo, il y a maintenant quelques années, nous avons décidé de prendre un virage stratégique en faveur du prédictif et des IA afin d'accompagner au mieux les gestionnaires de réseaux de points de vente dans leurs décisions stratégiques. Nous avons déjà franchi des étapes importantes dans cette direction en développant plusieurs modèles prédictifs opérationnels, dont notre modèle de calcul du chiffre d'affaires de point de vente, que vous connaissez déjà à ce stade de notre livre blanc ;)

Cependant, notre quête de l'excellence ne s'arrête pas là. Nous travaillons déjà avec nos experts et nos clients sur de nouveaux modèles innovants, fiables et opérationnels pour faciliter la prise de décisions. Notre objectif est de simplifier davantage le processus de prise de décisions en mettant à la disposition de nos clients des outils toujours plus performants. Nous sommes déterminés à continuer d'innover pour vous offrir les meilleures solutions pour façonner l'avenir de leur réseau de points de vente.

Voici une liste non exhaustive de modèles prédictifs sur lesquels nous travaillons :

- **Un modèle prédictif pour déterminer les facteurs clés de succès** : de votre réseau à partir de vos données métiers, de celles de vos points de vente existants et de la concurrence notre modèle vous permettra de connaître vos facteurs clés de succès et par la suite de rechercher des lieux qui possèdent ces caractéristiques afin de s'assurer du succès de vos futures ouvertures.
- **Un modèle prédictif pour déterminer vos zones de conquête** : ce modèle vous permettra de connaître les zones qui sont les propices à votre futur développement en fonction d'une multitude de données telles que celles de la concurrence, de votre réseau, des indicateurs de performance de vos points de vente, de vos données métiers et de bien d'autres. Une fois vos zones de conquêtes déterminées il ne vous restera plus qu'à trouver un lieu, un local dans ces zones pour vos prochaines ouvertures.
- **Un modèle prédictif pour déterminer les meilleures stratégies publicitaires locales** : ce modèle vous indiquera en fonction de vos données métiers, de votre ciblage et des flux piétons ainsi que de vos budgets, les meilleurs spots publicitaires locaux sur lesquels vous devriez y projeter vos publicités pour maximiser la visites dans vos points de vente.



l'état de l'art du géomarketing pour les réseaux retail

Géomarketing quésako ?

Le géomarketing est une composante du marketing combinant à la fois des données géographiques, socio-comportementales, sociodémographiques, métiers et de mobilité. Ce concept vous permet d'étudier en profondeur le potentiel d'une zone géographique donnée.

Le Géomarketing a pour vocation d'aider à prendre de meilleures décisions considérant les différents enjeux métiers et géographiques.

Ce concept permet d'aller plus loin que le marketing géolocalisé en s'appuyant notamment sur un SIG, sur de la cartographie ainsi que sur des outils dédiés.

Plus concrètement, la mise en place d'une stratégie géomarketing permet d'optimiser l'organisation de son réseau, de son territoire et de ses équipes terrain.

Le géomarketing pour les réseaux retail

Le géomarketing est essentiel pour les réseaux de points de vente car il permet de prendre des décisions stratégiques à partir de l'analyse de zones de chalandise, d'informations externes telles que les données de marché et sociodémographiques, des flux piétons, de la concurrence et d'informations internes provenant de vos points de vente et de vos clients, afin d'optimiser l'efficacité de votre réseau actuel et de déterminer les meilleurs emplacements pour vos prochaines ouvertures.

Géomarketing

Zone de chalandise

Expansion internationale

Performance de vos points de vente

Analyse de la concurrence

Maillage de votre réseau

Valider un projet d'implantation

Prédiction de chiffre d'affaires

Sectorisation commerciale

Trouver l'emplacement idéal

Communication locale

Générer une Étude Locale de Marché

facteurs clés de succès

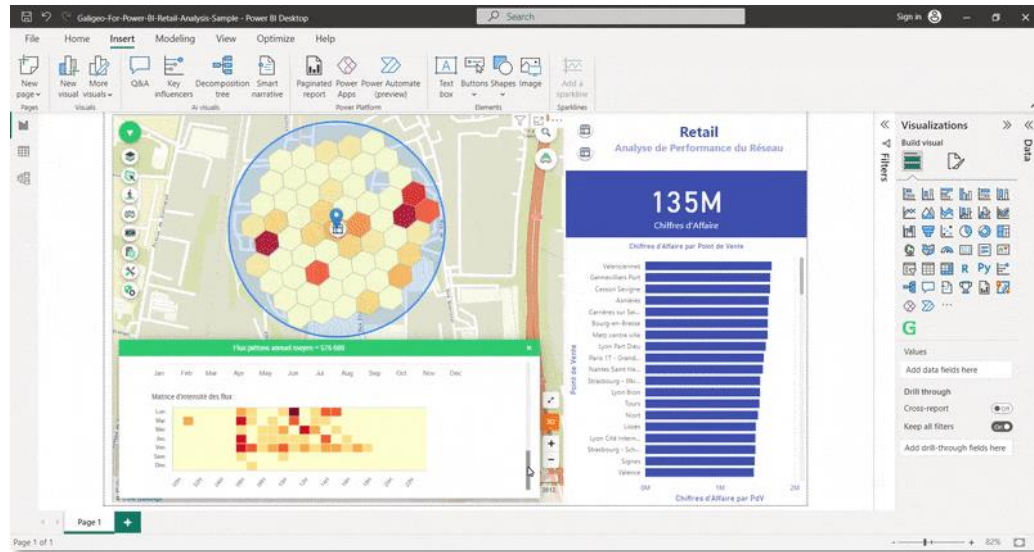
En somme, le géomarketing est un outil essentiel pour les réseaux de points de vente retail, car il les aide à prendre des décisions éclairées, à optimiser leurs stratégies opérationnelles et à mieux comprendre leur clientèle locale, ce qui se traduit généralement par une meilleure rentabilité et une plus grande compétitivité sur le marché.

Quelques exemples d'utilisation du géomarketing pour un réseau retail

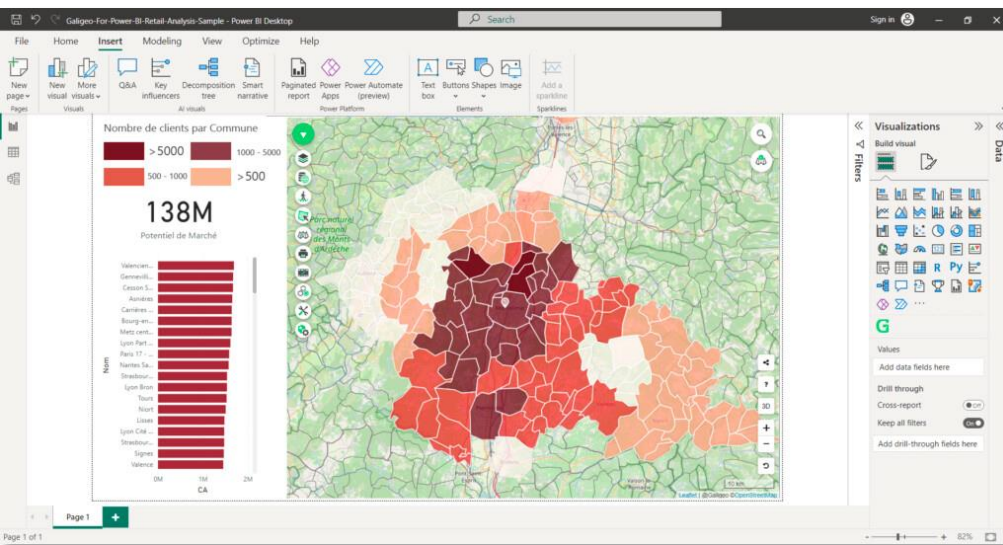
Analyser le flux piéton devant un point de vente

Afficher le nombre de passants à proximité d'un de vos points de vente ou projet d'ouverture permet de connaître l'attractivité de la zone dans laquelle se trouve le point de vente.

Cet indicateur vous permet de comparer le nombre de passants devant votre point de vente et celui de vos concurrents à proximité ou d'autres points de vente de votre réseau.



Il existe une multitude d'utilisations concrètes de ces flux telles que le calcul de chiffres d'affaires prédictifs, la comparaison de plusieurs emplacements commerciaux, la renégociation d'un bail commercial, ...

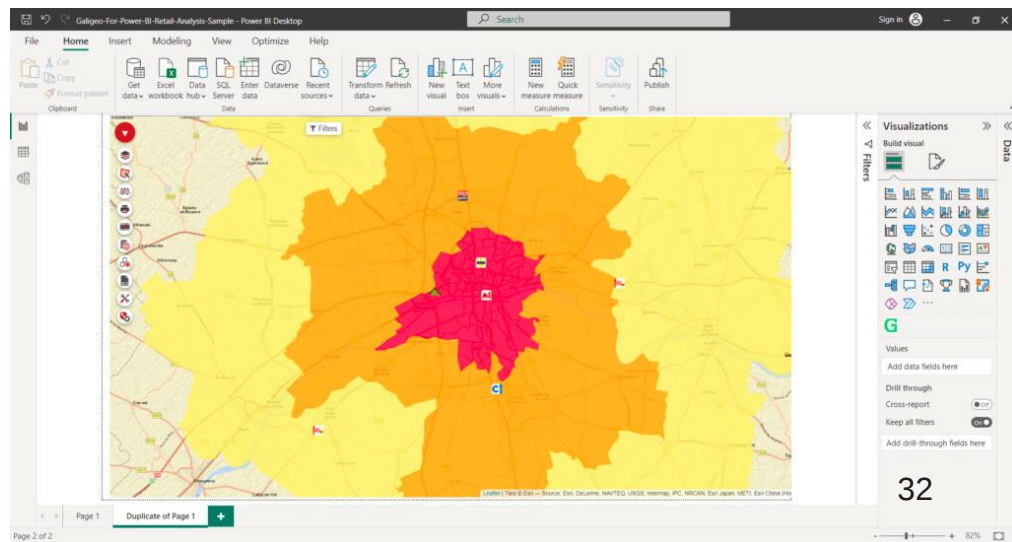


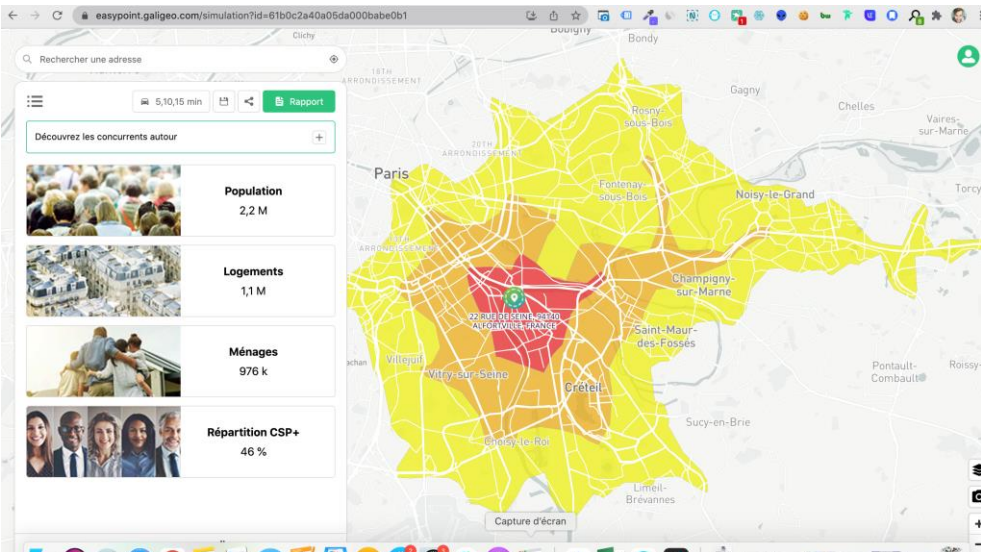
Visualiser les clients de ses points de vente

Visualiser spatialement vos données clients : localisation, panier moyen, sexe, taux de réachat, fréquence de visite,...

Analyser ses concurrents et leur présence territoriale

Visualiser vos concurrents et les principales données qui les concernent : chiffre d'affaires, trafic piéton, nombre de m2, adresse, nombre de salariés, zone de chalandise, ... Comparer les indicateurs de vos concurrents à ceux de vos points de vente.



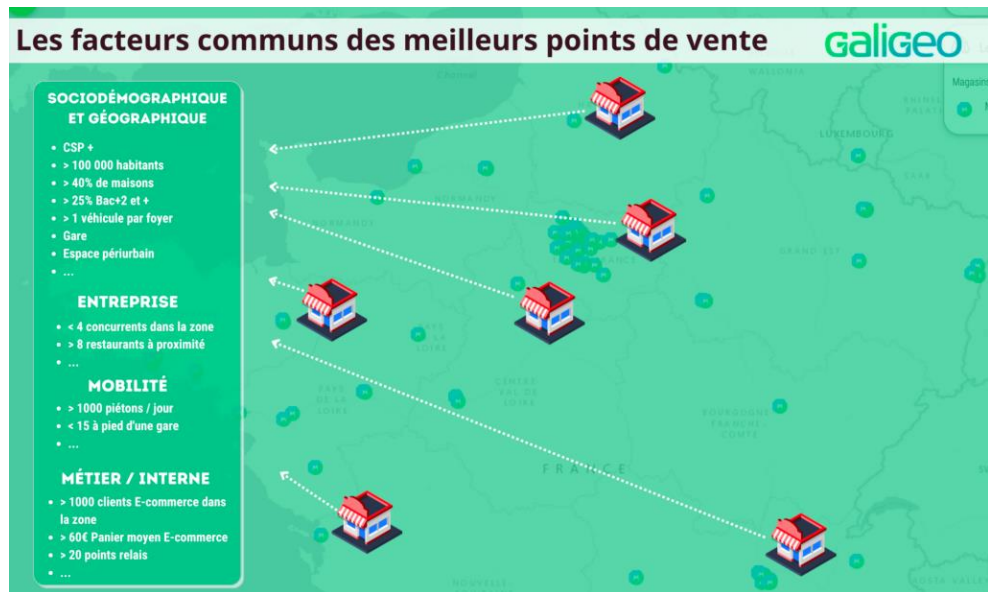


Zone de chalandise

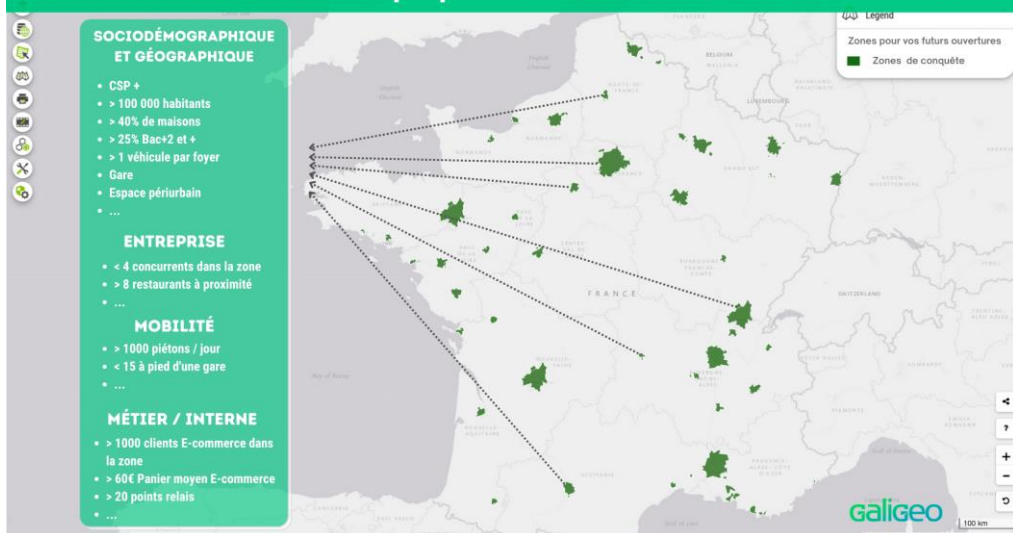
Générer en 1 clic à partir d'une adresse une zone de chalandise adaptée à votre réseau et visualiser les principales données sociodémographiques de la zone ainsi que les concurrents qui sont présents.

Facteurs clés de succès

Déterminer les facteurs clés de succès de votre réseau retail. À partir de l'analyse de vos meilleurs points de vente notre IA est en mesure de déterminer quels sont les facteurs qui favorisent la réussite de vos points de vente. Une fois déterminés, ils vous serviront de base pour trouver les zones dites de conquêtes.

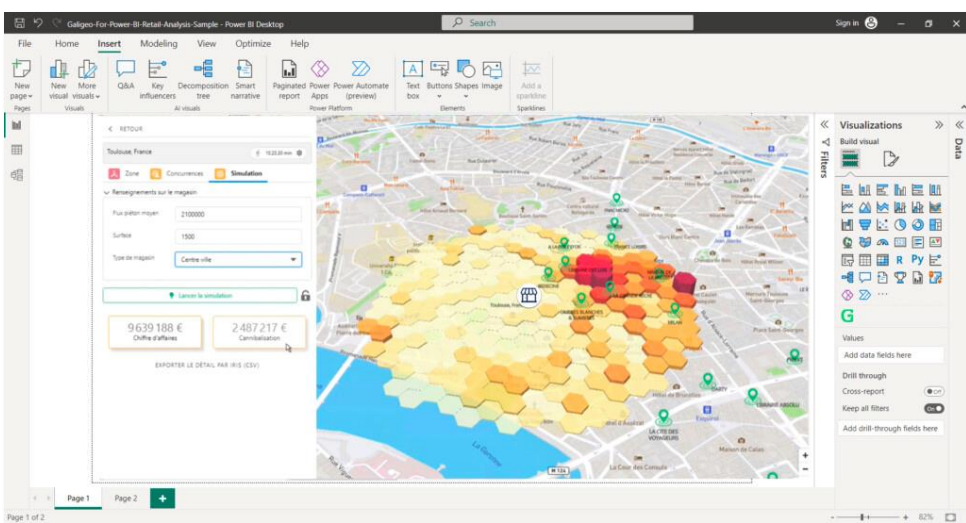


Visualisation des zones qui possèdent les facteurs clés de succès



Zones de conquêtes

Visualiser les zones les plus propices à votre expansion. À partir de vos facteurs clés de succès, des données métiers et clients, notre outil est en mesure de vous afficher les zones les plus favorables pour vos prochaines ouvertures.



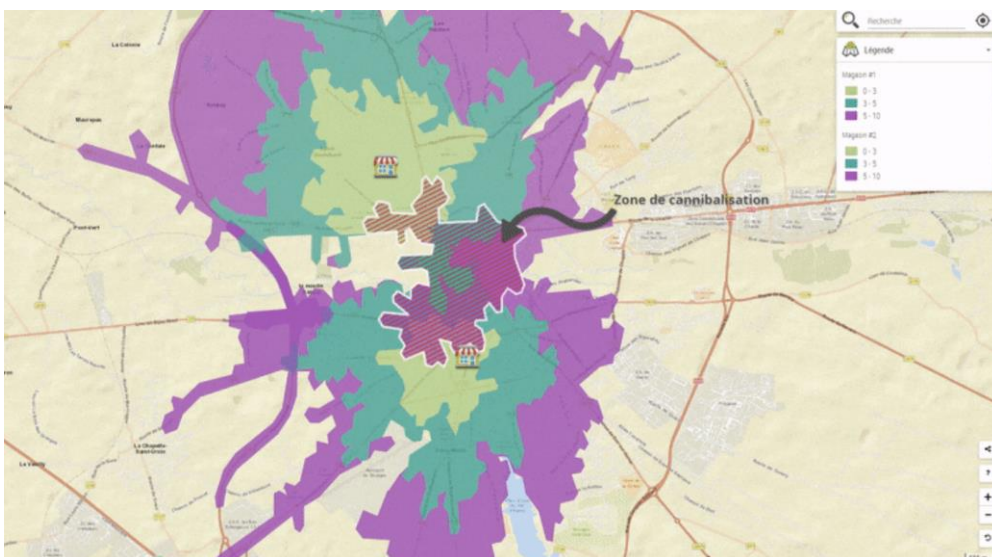
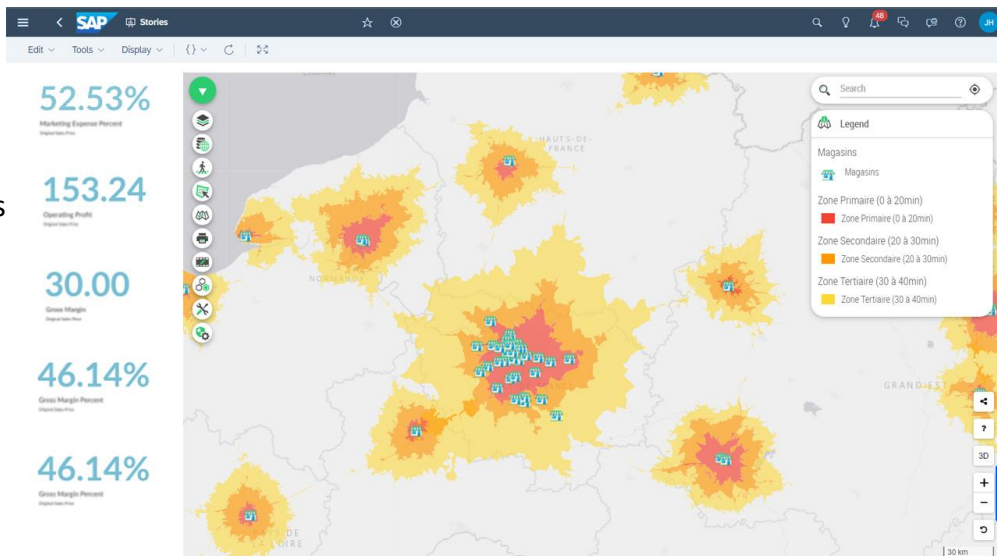
Prédire le future chiffre d'affaires d'un point de vente

Nos modèles de calculs de chiffre d'affaires prédictif vous permettront à partir d'une adresse d'obtenir une estimation du chiffre d'affaires potentiel d'un projet d'ouverture.

Découvrez si vos points de vente utilisent 100% de leur potentiel et comparer plusieurs projets d'ouvertures pour sélectionner les meilleurs.

Analyser les principaux indicateurs de performance

Afficher et analyser les principaux indicateurs de performance au niveau de vos points de vente mais aussi du réseau. Suivez en quelques clics les principaux indicateurs des ventes, des stocks, du personnel, financiers, marketing et des comportements d'achat.



Zone de cannibalisation

La superposition des zones de chalandise de chacun de vos points de vente, permet de mettre en évidence d'éventuelles zones de cannibalisation, dans lesquelles a minima 2 de vos points de ventes rentrent en concurrence, en partageant la même clientèle.

Cette approche est évidemment utilisée lors de projet d'ouverture, pour vérifier la non-cannibalisation avec des points de vente existants.

08

CHAPITRE 8.

Calculez vos CA prédictifs



Notre solution vous permet en quelques clics de ...

- ✓ Sélectionnez un template de départ parmi nos dizaines de modèles de calculs de CA prédictifs.
- ✓ Personnalisez et optimiser les modèles en fonction des problématiques de votre réseau.
- ✓ Sécurisé vos prochaines ouvertures
- ✓ All in one : Gestion du maillage de votre réseau, flux piéton, déterminer vos zones de conquêtes, obtenir vos facteurs clés de succès, sectorisation, etc.
- ✓ Génération d'Études Locales de Marché (ELM)
- ✓ Nos consultants peuvent vous accompagner dans l'optimisation de modèles et la génération de rapports

Assurez-vous de prendre les meilleures décisions pour votre réseau et vos points de vente grâce à notre solution d'accompagnement dans la gestion de votre réseau retail.

**DEMANDEZ UNE DEMO
PERSONNALISÉE**

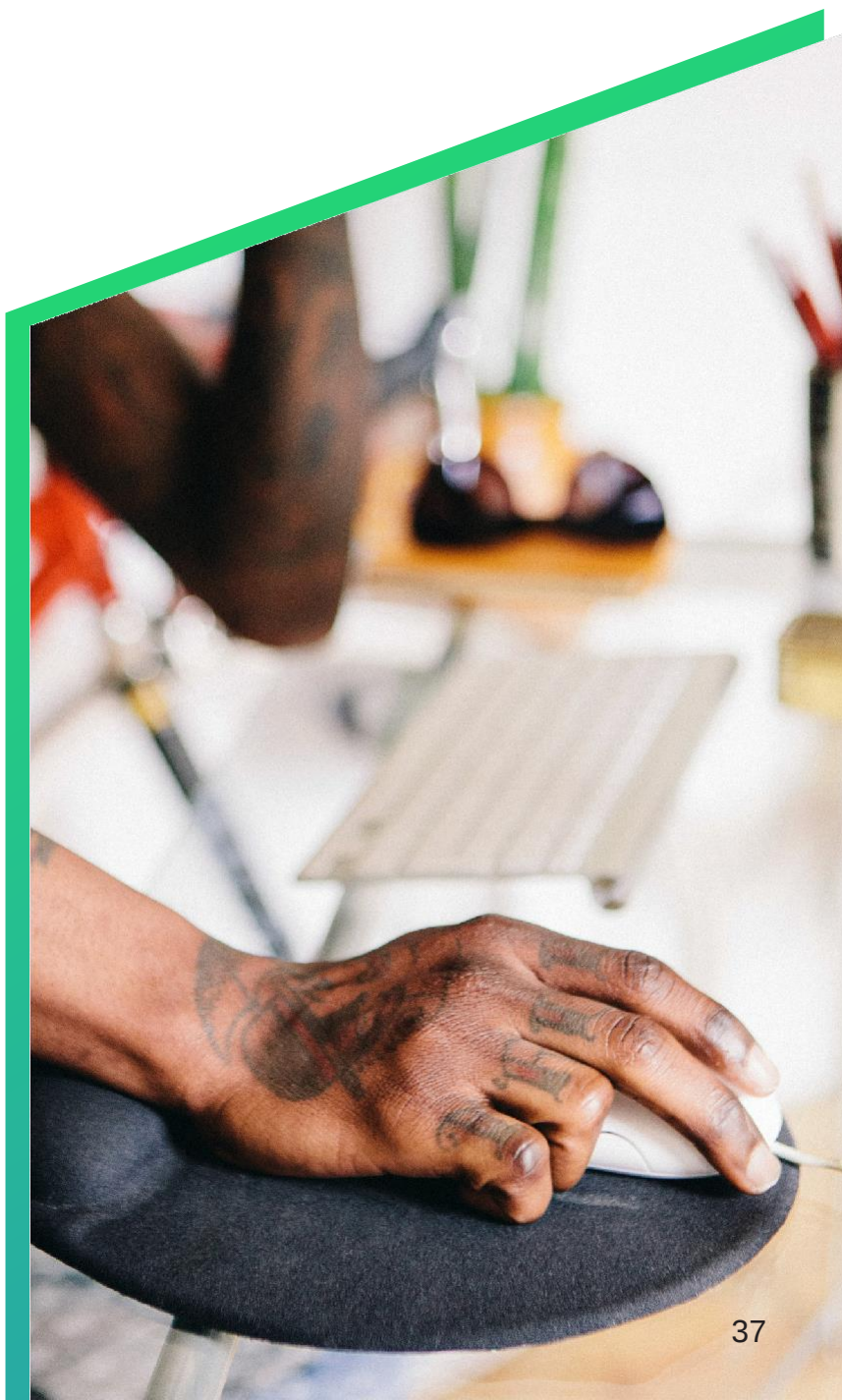


PS : Si vous travaillez au sein d'un réseau Retail vous devez absolument demander votre démo personnalisée

VOTRE DÉMO SUR-MESURE

Prenez rendez-vous avec un de nos consultants pour tester notre plateforme géomarketing all in one, qui vous permettra d'optimiser la gestion de votre réseau retail et de calculer des chiffre d'affaires prédictifs en quelques clics.

MON RDV DÉMO



Posez vos questions et
demandez une démo
personnalisée de notre
solution avec nos experts

**DEMANDEZ UNE DEMO
PERSONNALISÉE**

