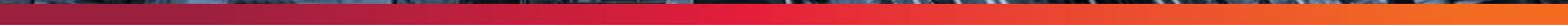




La force de l'engagement^{MD}



Intelligence géospatiale

Révéler les possibilités cachées dans les données pour **améliorer l'expérience client**

Stimuler l'engagement des clients et l'innovation grâce à une connaissance unique des données de géolocalisation

Imaginez-vous pouvoir réserver une course, commander une livraison de repas, cartographier un itinéraire ou faire un achat en ligne sans devoir indiquer où vous vous trouvez? Chaque minute, des appareils comme les téléphones cellulaires, les caméras de sécurité, les voitures connectées et les appareils intelligents génèrent des volumes énormes de données de localisation. Dans ce nouveau monde interconnecté et omnicanal, les leaders du marché cherchent des façons de tirer avantage de l'intelligence géospatiale dérivée de la technologie des systèmes d'information géographique (SIG) pour obtenir des renseignements utiles qui favorisent l'innovation des stratégies axées sur le client.

L'analyse de données : un outil puissant pour l'avenir

Le Baromètre mondial CGI 2019 révèle que la réponse aux attentes des consommateurs et des citoyens en matière de services numériques demeure la principale tendance sectorielle cette année (comme en 2018) en ce qui concerne son incidence sur les organisations dans tous les secteurs d'activité. Il révèle également que le recours à l'analytique est un levier essentiel pour réussir la transformation numérique. Les organisations de tous les secteurs d'activité constatent une augmentation croissante des occasions d'utiliser l'analytique de façon prometteuse, ce qui en fait le domaine le plus actif des technologies numériques, l'initiative de transformation la plus citée, et la principale option d'investissement en innovation.



Le recours à l'analytique est essentiel pour demeurer concurrentiel à l'ère du numérique.

Source: Baromètre mondial CGI 2019 – Entretiens en personne avec plus de 1 550 dirigeants issus de 10 secteurs d'activité à l'échelle mondiale



La localisation : nouveau catalyseur de l'analyse de données et de l'intelligence d'affaires

L'intelligence géospatiale (ou l'analyse géospatiale) est un puissant levier analytique qui améliore l'expérience des citoyens, des employés et des clients. Toutefois, les organisations éprouvent aujourd'hui des difficultés à accéder facilement à des données exactes et pertinentes qui comprennent les données de localisation, et aux experts dont elles ont besoin.

La mise en place de la bonne stratégie relativement au système d'information géographique (SIG) et aux données de localisation est une composante essentielle à la création d'une culture axée sur les données qui permettra d'accroître l'efficacité opérationnelle, de cibler l'engagement des clients et de faciliter l'innovation en matière de produits et de services.

L'ajout de la dimension géospatiale permet d'établir un lien entre divers ensembles de données (qui peuvent sembler disjoints) pour révéler des tendances, des patrons et des occasions d'affaires.

Le saviez-vous?
80 %

des données saisies par les organisations comportent un élément de localisation et seulement 10 % de cette information est utilisée dans les décisions d'affaires

Transformer les renseignements issus de l'intelligence géospatiale en résultats d'affaires

L'exploitation des données spatiales offre les principaux avantages suivants :

- Permet à l'entreprise d'avoir une vision complète de l'engagement des clients à l'échelle mondiale ou locale
- Simplifie les flux de travail et réduit le partitionnement organisationnel, ce qui favorise la collaboration, avec l'analyse visuelle et les cartes
- Optimise la rapidité de réponse aux besoins des clients, personnalise l'expérience et fidélise la clientèle
- Soutient la gestion des risques et la prise de décisions en temps réel pour stimuler la croissance de l'entreprise
- Révèle le lien entre la localisation des transactions, des actifs, et des personnes pour en démontrer la valeur
- Crée et utilise des jumeaux numériques incluant une dimension de localisation pour les ancrer dans la réalité
- Améliore les renseignements sur les consommateurs au moyen de l'intelligence d'affaires, de l'automatisation des processus et de l'intelligence artificielle exploitant la localisation
- Favorise le positionnement sur le marché, réduit les coûts et accroît les revenus grâce à une localisation intérieure et extérieure haute définition ininterrompue



Fournir des renseignements améliorés grâce à la localisation pour une transformation axée sur les données

Avec l'aide de CGI, les organisations peuvent aller au-delà d'une simple restructuration ou optimisation de leurs activités et recourir à l'analyse géospatiale pour repenser leurs produits, services et expériences afin de favoriser l'innovation. Nous sommes une entreprise qui offre une gamme complète de services-conseils possédant l'expérience et les connaissances nécessaires pour tirer parti des données géospatiales et établir une feuille de route détaillée pour vous aider à réussir votre transformation numérique axée sur les données. En tant que partenaire stratégique, nous mettons à votre disposition les moyens et l'expertise nécessaires pour vous aider non seulement à recueillir, à traiter et à stocker des renseignements stratégiques, mais aussi à favoriser les changements au sein de votre organisation grâce à des services géoréférencés. Nos conseillers tirent également parti des plus récentes technologies émergentes, comme les jumeaux numériques, l'intelligence artificielle et la réalité augmentée, pour analyser et créer de la valeur concrète à partir des données.

CRÉER DE LA VALEUR AJOUTÉE ET TRANSFORMER LE MODÈLE D'AFFAIRES PROGRESSIVEMENT

Diagnostic rapide	Démonstration de valeur	Vision et feuille de route	Sprint et mise à l'échelle
<ul style="list-style-type: none"> Mesurer la maturité et la qualité de l'environnement actuel de votre système d'information géographique Fournir une base pour mesurer la performance future et formuler des recommandations d'amélioration grâce à une compréhension commune Déterminer les principaux domaines d'intervention et avantages sur lesquels se concentrer pour obtenir la valeur attendue 	<ul style="list-style-type: none"> Assurer la visibilité et la reconnaissance de la valeur des données de localisation et des cas d'utilisation analytique de votre choix Fournir un aperçu des solutions et des avantages ainsi que de la valeur potentielle Relever les défis avec les principaux intervenants, établir une vision partagée de l'analyse de rentabilité et tester le cas d'utilisation dans notre laboratoire 	<ul style="list-style-type: none"> Offrir une approche équilibrée pour établir une feuille de route vers la réussite à l'aide des données de localisation et de l'analytique Aborder les éléments clés suivants : <ul style="list-style-type: none"> Réduction du coût total de propriété Amélioration de la qualité du service Meilleure accessibilité à l'information Perfectionnement de l'expérience client Adoption des tendances sectorielles et technologiques 	<ul style="list-style-type: none"> Transformer votre SIG sectoriel (centre de coûts) en une plateforme d'entreprise (valeur stratégique) capable de fournir des services à l'ensemble de votre organisation Offrir une perspective d'expert sur la façon de tirer parti de l'amélioration, de la prestation et de la gestion continues pour améliorer la livraison des applications géospatiales

CENTRE D'EXCELLENCE EN GÉOLOCALISATION DE CGI

Accélérer la mise en marché de solutions d'affaires éclairées et utiles avec la géolocalisation

Grâce à des centaines d'experts répartis dans 13 pays sur quatre continents, le réseau mondial d'experts en intelligence géospatiale de CGI produit des résultats d'affaires transformateurs pour ses clients depuis plus de 25 ans. De nos jours, les données de localisation sont essentielles à la transformation numérique et aux activités opérationnelles. Les experts de notre centre aident les clients à améliorer leurs actifs informationnels et à repérer les synergies potentielles entre les solutions géospatiales et les autres domaines d'affaires essentiels tels que l'intelligence d'affaires, l'analytique avancée, l'expérience client et la gestion à distance des actifs.

L'INTELLIGENCE GÉOSPATIALE EN ACTION

1 Un entrepôt spécialisé dans l'analyse de données géospatiales aide une grande entreprise de divertissement à accroître sa rentabilité sur les marchés mondiaux.

Objectifs: Un client international du secteur du divertissement voulait créer de nouveaux spectacles partout dans le monde. Pour s'assurer que l'expansion soit rentable (après plusieurs revers coûteux causés par de mauvaises ventes de billets), l'entreprise a réalisé qu'elle avait besoin de plus de données contextuelles pour prendre de meilleures décisions, notamment les données démographiques, les intérêts des consommateurs et les habitudes de dépenses, ainsi que les voies de circulation et les plans de développement futurs, afin de mieux comprendre les nouveaux marchés et clients potentiels. L'entreprise s'est tournée vers CGI pour l'aider à déterminer et à prédire les meilleurs emplacements potentiels grâce à l'intelligence d'affaires et à une approche géostatistique.

Solution: CGI a collaboré avec le client pour concevoir une solution d'intelligence géospatiale capable de soutenir l'analyse avancée de données géographiques. Grâce à notre approche itérative, nos conseillers ont d'abord tenu des séances de réflexion conceptuelle pour aider l'entreprise à déterminer avec précision ses objectifs d'affaires. Le processus comprenait le ciblage des données utiles sur les clients à recueillir et l'élaboration de normes d'intégration pour les modèles de données afin de s'assurer que les données provenant de divers canaux, à la fois internes (applications mobiles et site Web) et externes (revendeurs de billets et agences), puissent être combinées dans un modèle d'analyse unique. Il prévoyait également l'établissement de « profils » pour définir et normaliser les références marketing afin de permettre l'analyse et la comparaison des renseignements sur les clients d'une région à l'autre. Il en a résulté une solution d'analyse géospatiale qui intègre des données tirées des ventes de billets, des visites et des transactions sur le site Web de l'entreprise, de l'utilisation des applications mobiles des clubs d'admirateurs, des revenus des produits et des sondages mensuels à l'échelle mondiale. Ces renseignements ont été comparés aux données mondiales sur les segments de marché et les dépenses de luxe. Nous avons élaboré une feuille de route et une démonstration de faisabilité présentant les principales capacités de la solution. Grâce à nos recommandations, l'entreprise a mis sur pied un centre de compétences en analyse marketing pour soutenir une approche à l'échelle de l'entreprise visant à utiliser l'intelligence géospatiale pour stimuler sa stratégie de croissance.

Principaux avantages: Le projet a démontré qu'il est possible de prédire le succès des futurs sites et de personnaliser l'expérience client dans n'importe quelle région géographique en utilisant l'analyse de localisation. La solution d'analyse géospatiale soutient l'analyse avancée et l'intégration de données hétérogènes dans un modèle fédéré de données d'analyse marketing, ce qui offre les avantages suivants : croissance des revenus, prise de décisions axée sur les données et création de spectacles adaptée aux attentes des clients.



2 L'analyse avancée de la clientèle aide un fournisseur de services financiers à accroître sa part de marché et à élaborer des stratégies de marketing axées sur les données.

Objectifs: Un important groupe d'assurance et de gestion du patrimoine souhaitait tirer profit des données sur les clients en utilisant l'intelligence géospatiale et l'analyse des mégadonnées pour déterminer de nouvelles sources de revenus et fournir à son équipe des ventes des occasions de grande qualité pour la vente incitative (« up-selling ») et la vente croisée (« cross-selling »). Le service du marketing n'avait pas l'expertise en analyse avancée requise pour utiliser tous les données disponibles et identifier les ensembles de données commerciales nécessaires pour acquérir et créer des indicateurs d'analyse prédictive sur les clients, les produits et les services. L'entreprise s'est tournée vers CGI pour développer ses compétences. Nous lui avons présenté notre approche d'analyse de la clientèle axée sur les données et l'avons aidée à créer de la valeur additionnelle.

Solution: À l'aide de ses connaissances sectorielles approfondies et de son expertise technologique, CGI a proposé une nouvelle façon de segmenter la clientèle en fonction du patron démographique, des revenus, de la composition du ménage et des actifs (risques assurés), en utilisant des centroïdes représentatifs des toits de bâtiments des agents et des clients. Nous avons conçu un modèle d'analyse des données et une méthodologie pour peaufiner les « personas », cerner les occasions de vente croisée et de vente incitative pertinentes et créer un indicateur tactique de pénétration des marchés (ITPM). Le ITPM est un algorithme fondé sur la localisation qui fournit des renseignements sur la performance du marché et cible les secteurs à fort potentiel sur lesquels se concentrer. CGI a tiré parti de la plateforme d'intelligence d'affaires de Microsoft avec une approche d'analyse en libre-service et des outils géospatiaux pour concevoir sa solution.

Principaux avantages: Le projet a démontré la valeur de l'intelligence géospatiale en utilisant les données sur les clients pour cibler les pistes pertinentes et les secteurs sur lesquels mettre l'accent dans le développement des affaires. Cette nouvelle approche dans le secteur de l'assurance a permis à notre client d'établir des priorités en matière d'investissements et de concevoir une stratégie marketing à l'aide de l'analyse prédictive. Parmi les autres avantages, mentionnons la mesure de la performance des campagnes de marketing et la capacité à surveiller l'évolution de la pénétration du marché.

LEADER MONDIAL EN SERVICES GÉOSPATIAUX

CGI offre des services géospatiaux depuis 1992 et est un leader reconnu à l'échelle mondiale. Nous avons démontré notre expertise en intelligence d'affaires, en analyse géospatiale et en analyse de la clientèle, et notre capacité à mettre en œuvre des projets géospatiaux d'envergure. Notre connaissance approfondie des marchés locaux et des activités de nos clients, ainsi que notre vaste expérience en conception de solutions axées sur les affaires grâce à des technologies et à un savoir-faire en intelligence géospatiale et en analyse géospatiale, ainsi qu'à une collaboration avec les principaux fournisseurs de solutions géospatiales au monde, nous permettent d'obtenir des renseignements exploitables et de créer de la valeur grâce aux données pour des clients de tous les secteurs d'activité.



La force de l'engagement^{MD}



Louis Bherer

Vice-président, services-conseils

M: (418) 571-8626
louis.bherer@cgi.com



Mathieu Plante

Directeur, services-conseils

M: (581) 888-9208
mathieu.plante@cgi.com



François Bergeron

Conseiller principal

M: (418) 805-1118
francois.bergeron@cgi.com



cgi.com

ABOUT CGI

Fondée en 1976, CGI figure parmi les plus importantes entreprises de services-conseils en technologie de l'information (TI) et en management au monde. À partir de centaines d'emplacements partout dans le monde, CGI offre un portefeuille complet de services et de solutions : des services-conseils stratégiques en TI et en management, l'intégration de systèmes, des services en TI et en gestion des processus d'affaires en mode délégué ainsi que des solutions de propriété intellectuelle. La collaboration de CGI avec ses clients repose sur un modèle axé sur les relations locales, conjugué à un réseau mondial de prestation de services, qui permet aux clients d'atteindre leurs objectifs et de devenir des organisations numériques axées sur le client.

© 2019 CGI INC.
