

ANALYTICS

CA CF

Développe la culture de la donnée
chez tous ses collaborateurs



CUSTOMER STORY

« Pour générer de la valeur avec la donnée, il faut proposer aux utilisateurs un environnement qui favorise leur épanouissement et des outils qui permettent d'actionner la data. »

Luc Veyssière, Group Chief Data Officer, Crédit Agricole Consumer Finance

Crédit Agricole Consumer Finance (CA CF) est la filiale de crédit à la consommation de Crédit Agricole S.A. Elle distribue une gamme étendue de crédits aux particuliers et de services associés sur l'ensemble des canaux de distribution. CA CF regroupe plusieurs entités en Europe, telles que Sofinco en France, Agos en Italie, Sofinco Spain en Espagne, Creditplus en Allemagne et Credibom au Portugal.

CA CF a fait le constat que, pour accompagner sa transformation numérique, il fallait mettre en place une organisation data structurée et décentralisée. Ainsi, depuis cinq ans, le Group Data Office a pour rôle de définir la stratégie data, de gérer le patrimoine de données, d'acculturer les collaborateurs et d'animer la communauté data au sein de l'entreprise.

Exploiter toute la valeur de la donnée

Le programme de développement de la culture data repose sur trois piliers : la connaissance des données, l'animation de la communauté data et les outils d'analyse. Le groupe CA CF rend autonomes ses collaborateurs et les fait monter en compétences sur l'analyse des données, afin qu'ils puissent eux-mêmes créer les tableaux de bord dont ils ont besoin pour prendre de meilleures décisions.

« Nous avons pris conscience de la valeur de notre patrimoine data et de l'importance d'incorporer de nouveaux profils dans l'exploitation de cette donnée, explique Luc Veyssière, Group Chief Data Officer de CA CF. Notre rôle est d'apporter une approche transverse, de façon à optimiser la valorisation de la donnée grâce une chaîne de valeur intégrée, qui consiste à accéder à la donnée, la transformer en intelligence et enfin transformer cette intelligence en action. »

En bref

Client

CA CF (Crédit Agricole Consumer Finance)

Secteur Services Financiers

Localisation Europe

Fonction Opérations, Finance, Risque, Marketing, Développement Durable...

Business Value Driver

Customer Intelligence

Optimisation des Processus

Challenges

- Tirer pleinement profit de la richesse des données
- Développer une culture de la donnée dans toute l'entreprise
- Animer une communauté active d'utilisateurs de la donnée

Solution

CA CF a développé une stratégie data qui permet de générer de la valeur grâce à une chaîne complète de traitement de la donnée : accéder à la donnée, la transformer en intelligence et transformer cette intelligence en action. Pour analyser cette donnée et donner les moyens aux utilisateurs de créer leurs propres tableaux de bord, CA CF s'appuie sur Qlik Sense®.

Résultats

- Autonomie des utilisateurs
- Augmentation de la productivité des équipes data
- Des dizaines d'applications Qlik Sense développées dans tous les services

Développer et animer la communauté data

Après un premier cycle consacré à la mise en place de l'organisation data, Luc Veyssière et son équipe se sont attachés à renforcer la culture de la donnée en développant un environnement favorisant l'épanouissement des compétences data au sein du groupe. Il précise : « Pour retenir des talents et experts data, il est nécessaire de leur proposer des projets intellectuellement stimulant et d'implémenter une culture de la donnée. » En outre la valorisation de la donnée est l'affaire de tous et pas uniquement des experts data, la connaissance métier est essentielle dans la valorisation des données.

Pour animer cette communauté data, qui compte aujourd'hui environ 500 membres au sein du groupe en Europe, l'équipe de Luc Veyssière organise des webinaires réguliers et communique à travers un portail dédié, des vidéos pédagogiques et décalées pour désacraliser la data, et une newsletter mensuelle qui comporte de nombreuses rubriques : les belles réalisations des équipes, les trucs et astuces pour bien utiliser les outils, les nouvelles fonctionnalités, les dernières applications lancées, le portrait d'un utilisateur, etc.

L'art de la datavisualisation

CA CF a également imaginé un autre dispositif original, le « Data Art » qui constitue un bon exemple du succès de l'instauration de cette culture de la donnée au sein du groupe. Ce challenge fait le parallèle entre l'art et la visualisation de donnée. Comme l'explique Luc Veyssière : « C'est un art de choisir la data visualisation permettant de créer une information compréhensible par tous. C'est un art d'articuler différentes visualisations afin d'orienter la décision. C'est un art de structurer la donnée en amont pour construire les bons visuels. Enfin cet art doit être certifié pour être reconnu par tous. »

Créé en 2021, ce challenge propose à tous les collaborateurs de soumettre des applications analytiques créées avec l'outil de leur choix et qui apportent une réelle valeur à leur métier. La première édition a permis d'évaluer une vingtaine d'applications – œuvres d'art – de dataviz, et elle a été remportée par une application développée avec Qlik Sense. « Le Data Art challenge contribue à sensibiliser tous les collaborateurs à la data et à les engager vers les solutions de BI en libre-service comme Qlik. » constate Luc Veyssière.

S'appuyer sur la BI en libre-service pour favoriser l'autonomie des métiers

Le groupe CA CF a opté pour une approche qui permet aux métiers dans chaque entité de développer les tableaux de bord et les applications dont elles ont besoin pour soutenir leur activité. « Pour activer la donnée il faut une compréhension forte de cette donnée, il est donc essentiel d'embarquer les utilisateurs métiers dans les projets, » ajoute Luc Veyssière.

Cette approche est possible en s'appuyant sur la BI en libre-service. Alors que de nombreuses équipes avaient l'habitude de s'appuyer sur Excel, elles préfèrent désormais utiliser Qlik, qui permet de bénéficier d'une plus grande agilité tout en effectuant des analyses plus approfondies. De nombreuses applications Qlik ont ainsi été développées dans des domaines tels que la gestion des risques, la fraude, le marketing, le suivi du temps de traitement des clients, l'optimisation des prix et des tarifs, ou encore la stratégie RSE.

Grâce à l'autonomie acquise avec la BI en libre-service, les experts métiers sont également encouragés à expérimenter avant d'industrialiser. Un premier prototype, sera ensuite affiné et mis en production si le projet se concrétise. Cette approche permet de réduire le temps d'accès à la donnée et d'optimiser l'usage des ressources IT dans la mise en production. Cela est possible par la capacité offerte par Qlik de gérer en autonomie son application.

Des analyses et tableaux de bord qui facilitent la prise de décision

Parmi les applications Qlik Sense développées par CA CF, celle du cross-sell, illustre l'importance de l'analyse des données pour prendre les bonnes décisions. Cette application permet de suivre le taux de transformation du client d'un canal de vente à un autre, et ceci à travers toutes les entités du groupe. Elle a nécessité une bonne collaboration entre les équipes pour définir des indicateurs pertinents, compris et partagés par tous et permettant une harmonisation des décisions.

Aujourd'hui, cette collaboration se poursuit puisque c'est le principal outil utilisé entre les équipes marketing pour capitaliser sur les bonnes pratiques d'acquisition des clients. Des ateliers réguliers sont ainsi organisés entre les entités pour analyser les résultats des campagnes marketing, dans le but d'augmenter le taux cross-sell, (ratio des clients qui viennent des enseignes partenaires comparé aux ventes en direct) ce qui accroît l'empreinte de la marque Sofinco et le chiffre d'affaires généré.

Les clefs du succès



>1000

Applications Qlik créées dans le groupe



500

Utilisateurs dans la communauté data du groupe

« Qlik nous aide à démocratiser l'usage de la donnée au sein du groupe, à faciliter le partage des données et, au final, à générer plus d'intelligence. »

Luc Veysière, Group Chief Data Officer, Crédit Agricole Consumer Finance



À propos de Qlik®

Qlik transforme les données issues d'environnements complexes en insights exploitables pour permettre aux entreprises d'atteindre leurs objectifs stratégiques. Plus de 40 000 clients dans le monde utilisent notre portefeuille de produits afin de profiter d'une qualité de données pervasive et de capacités d'IA/ML avancées, conçues pour les entreprises. L'intégration et la gouvernance des données sont nos domaines d'excellence. Cette expertise nous permet de proposer des solutions complètes qui supportent un large panel de sources, aussi hétérogènes soient-elles. Les analyses intuitives, en temps réel de Qlik mettent à jour des modèles cachés et donnent ainsi la possibilité aux équipes de relever des défis complexes et saisir de nouvelles opportunités. À la fois pratiques et évolutifs, nos outils d'IA/ML favorisent une prise de décisions plus éclairées, et ce plus rapidement. Notre technologie, compatible avec toutes les plateformes, et notre expertise sont un atout compétitif pour nos clients, faisant de Qlik un véritable partenaire stratégique.

qlik.com