

Business Solution Intelligence économique

Produit AMI Entreprise Intelligence

Contexte

FAURECIA, un des leaders mondiaux de l'équipement automobile appartenant majoritairement au groupe PSA, évolue sur un secteur d'activité extrêmement concurrentiel. L'ensemble du personnel du Groupe est impliqué dans les évolutions du marché de Faurecia : attente des constructeurs, des consommateurs, réglementation,...

La cellule Customer Development a créé, il y a quelques années, une newsletter qui a pour objectif d'informer quotidiennement les collaborateurs, via le portail Intranet, des 5 nouvelles essentielles du jour.

Devant le succès de cette newsletter, Faurecia a souhaité, dans un premier temps, industrialiser la collecte et le tri de l'information, puis, dans un deuxième temps, développer la capitalisation de cette information. Ces deux étapes du projet ont été réalisées à une année d'intervalle permettant de valider à chaque fois l'opérationnalité de ces approches.

Cette solution est donc opérationnelle depuis 18 mois en ce qui concerne la première phase et un semestre pour la seconde. Le recul est suffisant dans la mesure où les outils mis en place ont très vite été adoptés par les utilisateurs.

Industrialisation de la collecte

Besoins identifiés

La collecte et la sélection des 5 articles quotidiens pour la newsletter de Faurecia était une tâche dont la durée pouvait atteindre 2h30.

En effet, tous les jours, un Business Analyst de Faurecia visitait toutes les sources d'informations spécialisées du domaine, sources extrêmement riches en termes de contenu.

La tâche consistait à rechercher sur le site, toutes les nouvelles en rapport avec les activités de Faurecia, les concurrents de Faurecia, les clients de Faurecia, etc..

Ce temps de lecture, pour chaque source, qui parfois conclurait à une absence d'informations intéressantes, était donc long et fastidieux.

Le besoin de Faurecia portait sur deux axes :

- Automatiser la sélection des documents pertinents,
- Etendre la capacité de couverture informationnelle en agrégeant de nouvelles sources.

Solution apportée

AMI Enterprise Intelligence, et notamment le module AMI Collect, a permis de répondre à Faurecia, en proposant :

Une automatisation complète du processus de veille et de sélection des informations pertinentes :

- un automate qui, tous les jours, sélectionne, dédouble et fournit une information précise,
- des sources d'informations systématiquement analysées,
- un gain de temps permettant au Business Analyst de se consacrer plus à l'analyse des documents reçus.
- une absence de silence liée à des paramétrages très fins et qui a été validée par un test comparatif entre une sélection manuelle et une sélection automatique montrant qu'aucune information n'était perdue.

Un accroissement de la couverture informationnelle :

Du fait du gain de temps et de l'automatisation, il a été possible de

- développer de nouvelles thématiques sur les sources d'informations,
- mettre sous surveillance de nouvelles sources d'information.

Développement de la capitalisation

Besoins identifiés

La pertinence des informations collectées par AMI Collect, et l'intérêt qu'elles présentent pour les dirigeants, a conduit Faurecia à vouloir capitaliser ces informations et à les rendre accessibles aux cadres du Groupe.

Les besoins consistaient à :

- disposer d'outils permettant au Business Analyst de valoriser les informations reçues, de pouvoir y ajouter sa vision métier,
- de proposer une structure d'accueil des documents cohérente avec les activités de Faurecia,
- de proposer un portail simple d'emploi pour favoriser l'accès à ces documents pour les cadres de Faurecia.

Solution apportée

Faurecia a choisi d'ajouter au module AMI Collect de la suite AMI Enterprise Intelligence, les modules AMI Publish et AMI Share. Sans rien modifier de la phase de collecte des documents, ces deux modules ont permis d'apporter immédiatement les fonctionnalités recherchées.

De fait, AMI Publish a permis à Faurecia de se construire son propre plan de classement des documents, organisé selon les attentes des utilisateurs. Les rubriques de ce plan sont alimentées par les résultats de la collecte automatique, validés et éventuellement enrichis par le Business Analyst.

A partir du portail AMI Share, chaque cadre de Faurecia peut accéder au contenu des rubriques du plan de classement et ainsi consulter les informations reçues.

Un puissant moteur de recherche permet à chacun de retrouver les documents quel que soit leur position dans le plan de classement.

L'information, essentielle à l'activité de Faurecia, est aujourd'hui consultée par 1500 personnes