



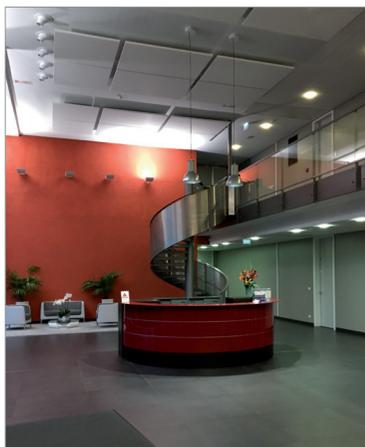
Newsletter HelloGeoWorld **57**



GEOCONCEPT NOUVELLE GÉNÉRATION : 152-160, AV. ARISTIDE BRIAND

Depuis le 26 juin dernier, les locaux de GEOCONCEPT SAS se trouvent situés au 152-160, avenue Aristide Briand à Bagneux, locaux clairs aménagés pour faciliter les échanges, préserver les espaces de travail personnel, proposer des salles de détente et de repos ou encore une salle de convivialité new age. Nous serons ravis de vous accueillir au troisième étage de l'immeuble ARISTIDE au sein d'une des nombreuses salles de réunion équipées high tech. Pour nous rejoindre :

- En voiture, 3,2km de la Porte d'Orléans sur la RN20, au croisement de l'Avenue Albert Petit ;
- En transport en commun, RER B en direction de St Rémy les Chevreuse, arrêt Bagneux sur la RN20 à 5 minutes à pied.

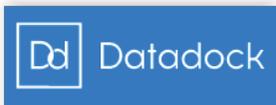


EN TANT QU'ORGANISME DE FORMATION GEOCONCEPT SAS EST RÉFÉRENCÉ SUR DATADOCK.

Base de données unique pour simplifier le référencement des organismes de formation, DATADOCK est un entrepôt de données qui permet aux financeurs de la formation professionnelle de vérifier la conformité (ou non) de ces organismes de formation par rapport aux 6 critères qualité définis par la Loi.

En tant qu'organisme de formation, GEOCONCEPT SAS a déposé des éléments de preuve pour les 21 indicateurs constituant les critères qualité établis par les financeurs (des objectifs de la formation, de l'adaptation des dispositifs d'accueil à la gestion des

appréciations en passant par l'adéquation des moyens pédagogiques, l'encadrement de l'offre et la qualification et formation continue des formateurs). La validation de GEOCONCEPT SAS a été reconnue, attestant du respect des 6 critères qualité fixés par le décret du 30 juin 2015 (en vigueur depuis début 2017). Vous pourrez donc continuer à faire prendre en charge par vos OPCA/OPACIF les frais occasionnés par des formations commandées auprès de GEOCONCEPT SAS.



AGENDA

NOS RENDEZ-VOUS DE LA RENTRÉE

31

GEOCONCEPT et son partenaire CGx System vous attendent au **Congrès des Pompiers** à Ajaccio du **11 au 14 octobre 2017**, l'occasion pour les acteurs de la gestion de crise de faire le point sur nos nouveautés produits et plus spécifiquement sur les évolutions en cours pour faciliter le quotidien des SDIS.

GEOCONCEPT vous donne aussi rendez-vous à Paris les **17 et 18 octobre** (stand F18) lors du salon **Mobility for Business**, le salon des solutions et des applications mobiles. Venez découvrir nos applications clé en main, terrain et nos API de géoptimisation. Cet événement sera aussi l'occasion de lancer une nouvelle **application mobile** 100% dédiée à l'optimisation de tournées.

Ces dernières semaines, de **nouveaux clients** de divers secteurs d'activité ont rejoint la famille des utilisateurs Geoconcept parmi eux : ACTION, Rentokil, Brandt, HRA Pharma, Comptoir commercial du Languedoc, Prestaliss, Narbonne accessoire, KVL Medical, SDIS 25, BNP Personal Finance, Crédit Agricole Brie Picardie, Crédit Agricole Consumer Finance, Daytona...

geoworld 2018

La rencontre annuelle de la communauté Geoconcept aura lieu en juin 2018. Après avoir été l'événement incontournable de fin d'année placé en octobre-novembre pendant plus de 10 ans, relayé en février pour les deux dernières années, c'est en début d'été 2018 donc, que nous nous retrouverons.

Soyez attentifs à notre communication à venir qui vous donnera la date, le lieu, le thème et les grandes tendances de cette manifestation.

BANQUE POPULAIRE DE L'OUEST ENRICHIT SA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL...

...afin d'améliorer le maillage du territoire de ses 155 agences et de valoriser ses études d'implantation grâce à des rapports cartographiques locaux complets.

Appartenant à ses sociétaires (historiquement artisans et commerçants) pour assurer leur financement, la sectorisation des agences a dû être repensée avec l'ouverture au marché des particuliers.

Depuis 25 ans, la banque s'appuie sur des outils de géomarketing pour réaliser ses études d'implantation et optimiser la sectorisation commerciale de ses 155 agences en France. Grâce aux solutions géomarketing, les parts de marché progressent, le taux de pénétration est optimisé et la banque couvre son territoire avec une agence pour au moins 25 000 habitants.

Le challenge : offrir aux directeurs d'agence une meilleure connaissance de leur territoire et analyser les zones de développement à fort potentiel

Avec la mise en place d'une nouvelle équipe dirigeante, une réflexion a été menée autour de l'usage du géomarketing dans le cadre du développement commercial de la banque. Trois nouveaux objectifs sont alors fixés :

- fournir facilement à chaque directeur d'agence (soit 155) des rapports cartographiques locaux complets et toujours à jour décrivant ses secteurs, au profit d'une prospection ciblée ;

- donner une dimension géographique aux nouveaux projets ;
- poursuivre les études d'implantation en analysant les zones à fort potentiel et les comportements des clients pour prioriser les zones d'action.

Geoconcept Sales & Marketing a été choisi dès 2013. Outil simple et intuitif, il propose une base de données unique pour que le département géomarketing de la banque génère facilement une sectorisation relative à chaque agence, réalise des études de potentiel et de performances commerciales, compare les analyses entre les différents territoires et redéfinit sa stratégie d'implantation.

« Pour encore mieux tirer profit de l'outil, nous avons développé un logiciel de prospection connecté à notre base de données unifiée qui permet aux directeurs d'agence et aux conseillers professionnels d'optimiser et de simplifier leurs tournées de prospection », déclare Sébastien Yvetot, Responsable Marketing au sein de la Banque Populaire de l'Ouest.

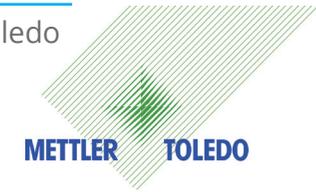
Le géomarketing au coeur de la prise de décisions stratégiques et de projets liés à l'ampleur du numérique

Grâce à la standardisation des rapports, chaque directeur d'agence compare ses résultats avec ceux du groupe et visualise ainsi ses performances et son potentiel, disposant des outils indispensables de GeoBI pour maîtriser son propre développement commercial et prioriser ses zones d'action.

« La direction commerciale a aujourd'hui l'habitude d'interroger régulièrement le service géomarketing pour identifier le besoin de création d'agences, revoir la géolocalisation d'une agence et rester en veille permanente sur le territoire du groupe », commente Sébastien Yvetot.

Pour attirer de plus en plus de clients en agence, l'équipe marketing travaille actuellement à concevoir le modèle de la « banque de demain » avec des agences destinées à des clients plébiscitant de plus en plus le numérique.

Sébastien Yvetot explique : « Nous cherchons à identifier de nouvelles zones à potentiel, celles à plus forte concentration de clients plutôt orientés sur le digital, pour les attirer et les fidéliser. L'objectif est de pouvoir leur offrir le meilleur de l'humain et du digital ».



METTLER TOLEDO OPTIMISE LA GESTION DES PLANNINGS D'INTERVENTION DE SES TECHNICIENS

Mettler Toledo est l'un des principaux fabricants d'instruments de précision qui propose des solutions de pesage, d'analyse et d'inspection de produit pour aider ses clients à fluidifier les procédés, améliorer la productivité et être en conformité avec les contraintes réglementaires.

Dans le cadre de la maintenance curative et la vérification réglementaire de matériels de pesage, les techniciens de Mettler Toledo gèrent plus de 100 000 interventions clients par an, soit environ 6 millions de kilomètres à parcourir. Leurs activités quotidiennes impliquent différentes contraintes métier :

- plus de 60 000 matériels différents avec des maintenances ne reposant pas sur les mêmes bases contractuelles ;
- 20 000 interventions avec des délais d'intervention courts et un engagement de niveau de service précis à respecter (clause de SLA – Service Level Agreement) ;
- 45 000 vérifications des plannings à déclarer aux DIRECCTE (Directions Régionales des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi) ;
- des interventions sur des matériels complexes.

Dans un premier temps, le défi a consisté à optimiser le planning d'interventions des techniciens Mettler Toledo et assurer une excellente qualité de service aux clients

Mettler Toledo France a alors cherché à se doter d'une solution de gestion des plannings d'interventions qui puisse intégrer l'ensemble de

ses problématiques métier, pour permettre :

- d'optimiser les tournées de ses 175 techniciens en temps réel ;
- de réduire les kilomètres entre les rendez-vous ;
- d'avoir une meilleure visibilité sur les plannings d'intervention ;
- d'améliorer la qualité de service aux clients.

Si en 2014, Mettler Toledo investit dans un logiciel de planification, c'est dès l'année suivante qu'il décide d'implémenter au niveau mondial la solution Opti-Time Global Scheduling directement au sein de son système d'information pour tirer profit d'une solution complète qui prend en compte les contraintes métier des ressources mobiles pour optimiser leurs déplacements. En plus, en France, l'application mobile d'Opti-Time est utilisée pour que les techniciens puissent consulter sur le terrain, en mode connecté ou déconnecté, les informations particulières de leur agenda et communiquer en temps réel avec le système (consultation de rendez-vous, géolocalisation de clients à visiter, saisie et envoi de compte-rendus d'intervention...).

« Les plannings optimisés de chaque ressource mobile sont aujourd'hui accessibles à tous en temps réel depuis un ordinateur fixe ou un smartphone et les informations sur les missions (coordonnées client, numéro de série du matériel ou devis) sont immédiatement envoyés sur les appareils mobiles des techniciens », explique Jean-Paul Canonne, Directeur des projets technologiques chez Mettler Toledo. « De plus, Opti-Time communique en temps réel avec les systèmes de géolocalisation,

permettant aux techniciens d'établir un lien direct entre la solution et l'application GPS disponible sur leur terminal pour un confort et une efficacité accrues. La productivité de nos techniciens est améliorée : réduction du temps de trajet entre chaque mission, horaires mieux respectés. La qualité de service est améliorée puisque le temps passé chez les clients est plus important permettant ainsi d'éviter les pénalités en cas de manquement lié à la clause de SLA. On estime une économie d'environ 20 000 euros sur une année », ajoute Jean-Paul Canonne.

Force est de constater aujourd'hui que des effets positifs sont induits : meilleure communication au client et confort de travail amélioré

Du côté du client la satisfaction est meilleure grâce à l'optimisation en temps réel des plannings. Plus de temps est consacré au client, des rapports complets et précis sur l'intervention sont mis à disposition, un avis de passage est envoyé automatiquement lors de la confirmation ou modification des rendez-vous.

Du côté des utilisateurs de l'outil, les managers maîtrisent totalement la charge de travail des techniciens avec une meilleure visibilité sur les plannings d'intervention. Les planificateurs bénéficient d'outils intégrés et se contentent souvent de valider la solution proposée la plus appropriée. Le suivi de réalisation des missions terrain est visuel pour comprendre d'un coup d'œil les jalons confirmés, non confirmés ainsi que ceux réalisés.



LE CRU « DONNÉES CARTOGRAPHIQUES 2017 » DISPONIBLE !

Le pôle DATA a mis à jour l'ensemble de ses bases de données cartographiques pour vous aider à garantir la fiabilité, la pertinence et la pérennité de vos études.

Un nouveau look

La charte graphique a été modernisée pour profiter de cartes toujours plus lisibles et plus riches. Dans cette version 2017, les contrastes ont été accentués, l'affichage des labels optimisé et le réseau routier élargi pour des cartes résolution plus modernes.

Base Sirene : nouvelles données pour vos cartes

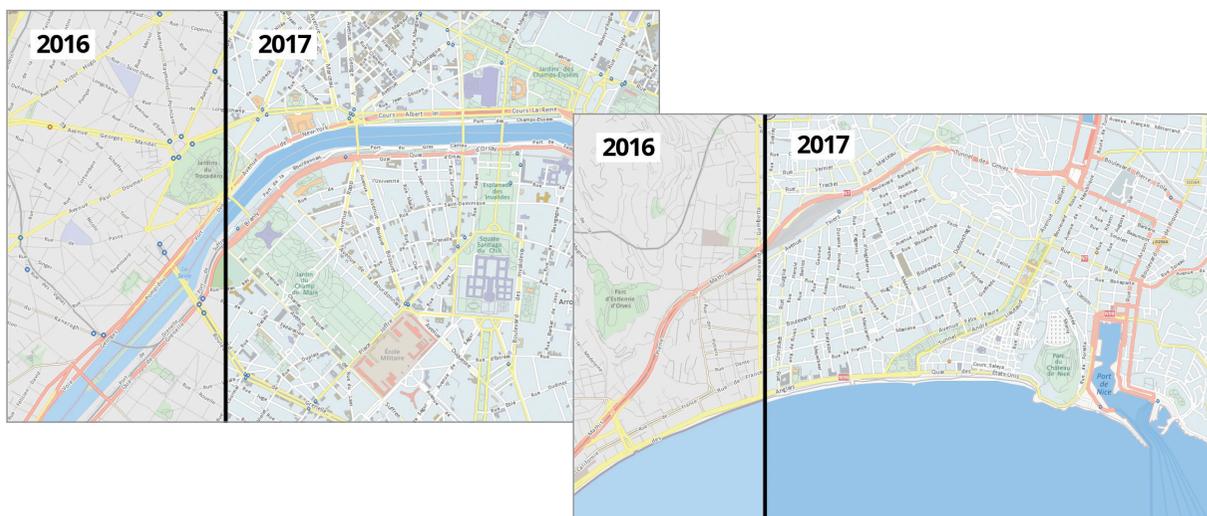
Pour enrichir vos études, les données Sirene des 10 millions d'entreprises françaises et de leurs établissements ont été agrégées. Disponibles comme données externes au format Excel,

elles vous permettent d'identifier facilement le nombre d'établissements ou le nombre de sièges sociaux présents dans chaque IRIS, commune, département et région de métropole et des DOM. GEOCONCEPT peut vous aider à exploiter toutes les données de la base SIRENE : géocodage des établissements, répartition des établissements par type de magasin, par activité, etc. Contactez-nous pour en savoir davantage.

IRIS et zones postales toujours à jour

Parce que chaque année, les unités administratives évoluent, les IRIS sont systématiquement recalés aux modifications de communes et les zones postales sont mises à jour.

Tous les clients sous maintenance ou en location disposent dès à présent de ces mises à jour via le site MyGeoconcept.



GEOCONCEPT + COHERIS CRM NOMAD : OPTIMISATION DE LA PERFORMANCE DES FORCES DE VENTE ITINÉRANTES

Coheris CRM Nomad

Dans sa nouvelle version, Coheris CRM Nomad 2.5 enrichit sa gamme de connecteurs cartographiques, permettant un accès aux services de géoptimisation les plus puissants du marché.



Coheris CRM Nomad, est une solution de référence en SFA (Sales Force Automation) et merchandising de COHERIS, éditeur majeur de solutions CRM et Analytiques. Elle aide à mieux piloter l'activité commerciale des entreprises et à développer leur efficacité sur le terrain dans divers secteurs d'activité : biens de grande consommation, pharmacie, circuits spécialisés. Dans sa nouvelle version, **Coheris CRM Nomad 2.5** intègre des connecteurs cartographiques, permettant un accès aux services de géoptimisation de GEOCONCEPT.

Parmi nos API, COHERIS a d'abord fait la sélection des web services de géocodage qui permettent de géocoder d'importants volumes de données dans le monde entier avec des performances inégalées. L'intégration de l'autocomplétion apporte une aide précieuse pour la saisie de l'adresse ainsi que sa vérification, dégageant ainsi un gain de temps et de productivité. Les services web Geoconcept permettent également d'afficher les listes de clients sur des cartes et de calculer un itinéraire entre deux points de vente afin d'aider l'utilisateur dans la planification de son activité sur son secteur d'action.

ACTUALITÉS DE LA GAMME OPTI-TIME

Opti-Time

Le vaisseau amiral poursuit sa route vers toujours plus de couverture globale des besoins métier autour de la géo-planification des rendez-vous techniques, commerciaux ou de service, à toutes les échelles de temps, de l'immédiateté d'une prise de rendez-vous en centre d'appels à la planification stratégique de l'activité sur une année voire plus. L'optimisation des rendez-vous peut être faite en continu, sans nécessiter l'intervention d'un utilisateur, avec de nouveaux paramètres pour affiner le résultat attendu aux contraintes métier. La gestion de la sous-traitance, des périodes d'astreinte ou des télé-interventions est facilitée, l'interopérabilité avec des systèmes tiers a été enrichie et de nouveaux web services l'accompagnent. L'authentification externe simplifie l'accès à l'application. La documentation de l'API a été clarifiée, la configuration de l'app Opti-Time Mobile est faite depuis l'interface d'administration, l'internationalisation est assurée par la gestion de multiples fuseaux horaires.

De nouveaux modules pour Opti-Time

Opti-Time est désormais enrichi de deux modules supplémentaires selon vos besoins organisationnels et stratégiques :

Opti-Time Planning ajoute la simplicité à l'organisation de la disponibilité de vos équipes à tous les niveaux (de l'individu à la région, du jour au mois), et d'en gérer toutes les caractéristiques : périodes d'activité (jours et semaines type), variation de l'activité des ressources, indisponibilités travaillées ou non, astreintes, etc.

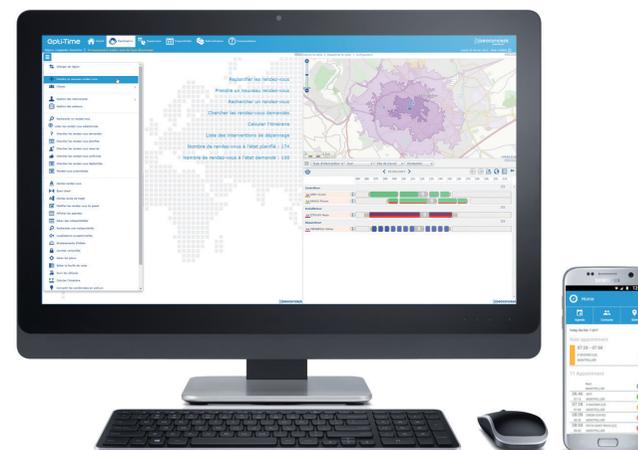
Opti-Time Strategic permet de prendre de la hauteur et d'opérer désormais une planification stratégique sur le long terme (plusieurs mois, un an voire plus), pour visualiser les déséquilibres de votre activité actuelle (dans le périmètre organisationnel comme dans le temps), d'équilibrer votre activité à l'aide d'un nouveau moteur d'optimisation stratégique et de fonctionnalités vous permettant d'anticiper/ajuster la charge en quelques clics.

Opti-Time Mobile

L'app mobile pour Android et iOS, désormais téléchargeable depuis Google Play et l'App Store, contribue plus que jamais à l'interaction avec les ressources mobiles sur le terrain : saisie de périodes de disponibilités ou d'indisponibilités, prise de rendez-vous optimisée en temps réel depuis le mobile, géolocalisation aux moments clé de la réalisation des rendez-vous, etc. Tout est fait pour simplifier les échanges et la circulation de l'information.

Opti-Time Cloud

L'app **Salesforce (Sales Cloud)** pour optimiser les tournées des commerciaux continue son évolution. Après une modernisation des interfaces avec l'accompagnement de la révolution Salesforce Lightning System pour une expérience utilisateur unique, l'application continue de délivrer au moins 4 fois par an des enrichissements fonctionnels allant jusqu'à l'utilisation d'Opti-Time sur mobile depuis l'app **Salesforce1**. Recherches de proximité, organisation optimisée d'une journée et optimisations multi-jours et multi-ressources se font au doigt et à l'œil !



ACTUALITÉS DE LA GAMME TOURSOLVER

TourSolver Cloud

Plus que jamais, TourSolver conjugue l'ultra-simplicité, la sécurité et la rapidité du Cloud au service de l'optimisation de vos tournées (livraison/collecte, visites commerciales ou techniques). L'application couvre désormais presque toute la planète, propose un mode piéton, gère plusieurs équipes de ressources et les dates calendaires dans les contraintes. Elle intègre aussi un module de suivi en temps réel de la réalisation des tournées, grâce à l'interaction avec l'app mobile et ses utilisateurs.

TourSolver Mobile

La nouvelle app mobile pour Android et iOS permet de collecter les informations de réalisation des tournées (horaires réels et états des visites) en temps réel, pour gérer les imprévus et réagir en conséquence. Très prochainement, suivront la géolocalisation des ressources mobiles et la signature comme preuve de visite !

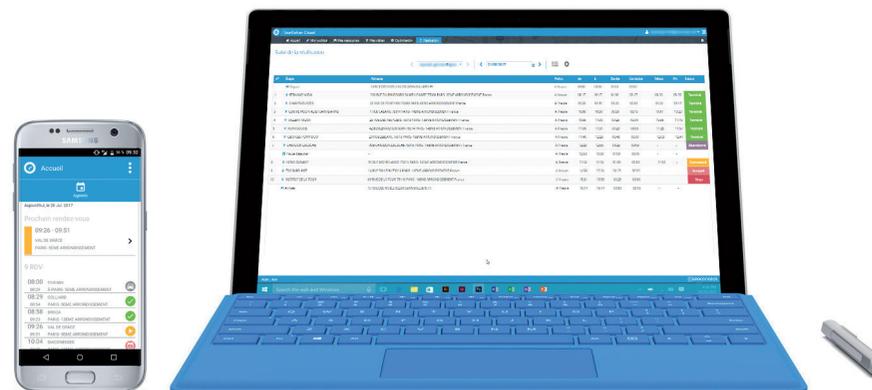
TourSolver API

L'API Cloud de TourSolver, lancée en octobre 2016, offre aux intégrateurs, partenaires et ISV

la possibilité d'appeler simplement le moteur de TourSolver depuis leur application métier (ERP, CRM, TMS, FMS ou autre), pour réaliser leurs optimisations de tournées. Elle est complétée par la Geoptimization API en cas de besoins complémentaires (cartographie, géocodage d'adresses, calcul d'itinéraires, recherches à proximité, etc.).

TourSolver pour Windows

Le module d'optimisation de tournées pour Geconcept ou MapInfo continue à évoluer, intègre de nouvelles contraintes et suit les évolutions des deux SIG qui l'accompagnent.



Et pour toute la gamme, plus de contraintes métier...

Après avoir notablement enrichi le moteur d'optimisation de contraintes portant sur les dépôts et notamment la gestion de leur stock, nous avons ajouté des contraintes utiles à l'optimisation des visites commerciales ou récurrentes, comme la gestion de fréquence de visite, d'espacement minimal entre visites et de dates de prochaine visite calculée selon une date de dernière visite et tenant compte ces deux premières contraintes.

JOHNSON & JOHNSON ASSESSES THE PERFORMANCE OF ITS DISTRIBUTION NETWORK IN CHINA

Johnson & Johnson, one of the leaders in pharmaceutical, hygienic and cosmetics products, has chosen Geoconcept to identify the key performance indicators of sales to rank modern retails and drive their go-to-market strategy in China.

« Before working with Geoconcept, we did not have reliable data and tools to understand the market and our potential for growth better. Furthermore, which retails to target as priority was based only on the experience of our sales representatives instead of combining it with a systematic and data-driven approach,» said Miss Chen, Director of Channel strategy and sales operations at Johnson and Johnson China. Most large FMCGs are relying heavily on expensive consulting services which prevent them from being autonomous and agile in reviewing their market strategy regularly.

The problem with this “black box” approach is that it does not use the business experience and know-how of the talented individuals working within the company.

Indeed, the reasons behind sales performance of specific outlets should be based on both a data-driven approach and business experience. Furthermore, the sales growth is highly dependent the products being sold and their target consumers and cannot be based on a standard model for all FMCG groups regardless of their offering.

Looking for improvement and a most cost-effective solution, the top management chose Geoconcept as its data processing partner in 2015. This collaboration allowed them to deepen their performance analysis

and understanding on how to find new stores to target and which are the best to drive sales, the “Golden Stores”.

Johnson & Johnson now manages its Chinese distribution network using the points of interest and 1km grid level socioeconomic data provided by Geoconcept China.

It is by combining software expertise and customized geographic data that the team can now define the KPI models of the «Golden Stores», These models take into account all the geographical and socio-economic landscape of the environment by type of point of sale: Hypermarkets, Supermarkets, Mini-Markets, Convenience stores, and Traditional Stores. The geomarketing analysis involves a network of more than 50,000 outlets across China, ranked according to a range of different performance indicators, depending on their catchment area.

The results have enabled the efficiency teams to redefine the axes of improvement of the brand: prioritize investment and manpower in areas with high market potential in terms of distribution network development.

«Geoconcept technologies have enabled us to identify new market opportunities and sales channels that have generated more than 10% in revenue growth» said Miss Chen, Director of Channel strategy and sales operations at Johnson and Johnson China.

The implementation was fast, and the Return on Investment occurred within 3 months, the retail efficiency team now distributes, on a quarterly basis, the points of sale to all local distributors and sales representatives of the brand.

LE 6 JUIN 2017

Le 6 juin dernier, vous avez été informé par Email d'une mise à disposition de la version 8.0 de Geoconcept et 6.0 de Geoconcept Sales&Marketing.

N'hésitez pas à la télécharger dès à présent ! À défaut de réception de l'Email, contactez le service Administration des Ventes à adv@geoconcept.com.



Bonjour,

Nous avons le plaisir de vous annoncer la mise à disposition de **Geoconcept 8.0 Release Candidate**, de **Geoconcept Sales&Marketing 6.0 Release Candidate** ainsi que des produits et modules suivants : Geoconcept SDK 8.0, SmartLabel for Geoconcept 2.5, Reports for Geoconcept 2.5, 3D for Geoconcept 3.5 et Universal Geocoder for Geoconcept 5.5.

En complément des évolutions fonctionnelles, un nouveau mécanisme d'activation des licences a été mis en place. Nous vous rappelons également que Geoconcept 8.0 est désormais disponible exclusivement en version 64 bits.

Téléchargez Geoconcept 8.0 Release Candidate :



Téléchargez Geoconcept Sales&Marketing 6.0 Release Candidate :



Connectez-vous sur www.mygeoconcept.com

Si vous ne connaissez pas votre Geocode / Geokey, merci de nous contacter
Contact : Christine Daniaud-Galet / hellogeworld@geoconcept.com