

Étude de cas



quander
engage • capture • analyse

Quander

Quander donne vie aux données clients de grandes marques via de nouvelles expériences digitales immersives

SECTEUR

Marketing digital créatif

CAS D'USAGE

Visualiser les interactions des clients avec de nouvelles expériences de marque

OBJECTIF

Apporter davantage de valeur aux clients avec des preuves tangibles de ce qui fonctionne le mieux et à quel moment

DÉFI

Donner vie à des données pour permettre aux clients de décider et d'agir vite

SOLUTION

Utiliser Neo4j pour visualiser et affiner l'impact de nouvelles expériences de marque

RÉSULTATS

- Meilleure appréciation par les clients des données recueillies
- Activité en hausse pour Quander et ses clients
- Economies grâce à l'accès aux données en temps réel

Installé au Royaume-Uni, Quander offre à ses clients, dont Sky, des expériences de marques digitales, immersives et multisensorielles. Afin de renforcer l'engagement, l'entreprise utilise la technologie des graphes pour analyser la façon dont les clients abordent une expérience individuelle. Les marques peuvent ainsi leur apporter davantage de valeur avec des expériences digitales mieux personnalisées, des recommandations plus pertinentes, mais aussi collecter de précieuses données sur l'expérience des visiteurs.

L'entreprise

Quander est spécialisé dans l'immersion des clients au cœur d'expériences de marques digitales multisensorielles dans le monde matériel, notamment lors d'expositions, dans des espaces de vente et des centres villes très fréquentés.

Le défi

Le personnel de Quander allie des expériences dans la production événementielle, la vente au détail et la technologie de pointe au bénéfice de marques telles que Sky, Youtube et Samsung qui tiennent à engager leurs clients avec plus de créativité en dehors des écrans et collecter des informations précieuses à leur sujet en temps réel et hors ligne.

« Nous aimons nous lancer des défis et dès qu'une nouveauté technologique sort, nous l'examinons » explique Gavin Williams, P-DG de Quander. C'est un mot d'ordre que l'entreprise applique également à l'administration des données. En plus d'épater les clients avec des expériences élaborées allant de l'enregistrement en réalité 4D lors d'un événement, à de l'affichage numérique dernier cri, Quander doit illustrer le plus efficacement possible l'impact de ces expériences et comment elles peuvent faire avancer les marques. Par le passé, l'entreprise utilisait un système de gestion de bases de données relationnelles classiques pour stocker les données clients, mais cette solution n'était pas à la hauteur des informations exploitables qui émergeaient. « Nous avons besoins d'une nouvelle façon de stocker les informations, plus simple d'accès, plus facile à analyser » ajoute Gavin Williams.

La solution

Ce n'est qu'au moment de commencer à chercher quelque chose de compatible avec l'API GraphQL de Quander que son équipe est tombée sur la technologie des bases de données de graphes. « Il nous fallait un stockage de données naturellement compatible avec notre front-end, et nous l'avons trouvé » poursuit Gavin Williams.

En se documentant plus précisément sur Neo4j, Gavin Williams su avoir trouvé la réponse. « Nous avons été ébahis par la capacité à visualiser les données que nous stockions et les relations entre les différents points de données » poursuit-il. « Cela allait transformer nos propres analyses et nous permettre de montrer à nos clients la richesse des données et le genre de requêtes que nous pouvions faire à l'avenir. »

Quelle que soit l'expérience digitale de la marque, Quander collecte de nombreux détails sur les fonctionnalités avec lesquelles les clients interagissent le plus, ce qui permet d'améliorer les résultats en permanence. « Avec une base de données de graphes, on obtient beaucoup de

Étude de cas



« Neo4j nous aide à démontrer dès le départ combien détenir des données a de la valeur. Cela nous aide à décrocher des affaires et à amener les gens à réfléchir à de nouvelles possibilités. C'est fascinant. »

- Gavin Williams,
P-DG, Quander

données du genre automatiquement et gratuitement » note Gavin Williams. « Avec une base de données relationnelle classique, il faudrait faire beaucoup de développement pour arriver à la même chose. »

Les résultats

En passant de la technologie de base de données relationnelle traditionnelle à Neo4j, Quander a transformé sa capacité à procurer à ses clients des informations décisionnelles de valeur sur leur clientèle, notamment grâce à la visualisation très intuitive.

« Nous pouvons nous en servir pour conseiller les clients sur les expériences et les fonctionnalités à conserver, ou à supprimer, ou si une expérience donnée fonctionne mieux, sans avoir à les inonder de données à compulsurer eux-mêmes » explique Gavin Williams. « Nous pouvons aider à décider de la meilleure combinaison d'expériences en fonction de la période de l'année, de la démographie ou d'autres facteurs ».

Il poursuit : « Mieux encore : Neo4j nous aide à démontrer dès le départ combien détenir des données a de la valeur. Cela nous aide à décrocher des affaires, à créer de la confiance et à amener les gens à réfléchir à de nouvelles possibilités. C'est fascinant. »

Quander y trouve un intérêt financier et gagne en efficacité. « Avec notre SGBDR, nous aurions dû extraire toutes les données, écrire le code et exécuter ces algorithmes sur un serveur distant » indique Gavin Williams. « Neo4j nous donne automatiquement ces informations, en temps réel. Et comme cette capacité fait partie de la base de données, elle nous fait beaucoup économiser : nous n'avons pas à payer pour analyser les données dans le cloud, mais disposons d'un accès immédiat et gratuit. C'est formidable, car ainsi les développeurs peuvent se consacrer au développement de fonctionnalités, aux améliorations du produit, plutôt que d'être rivés sur la manière d'analyser telle ou telle information. »

L'avenir

Les ambitions de Quander pour Neo4j grandissent de jour en jour. « En visualisant les données directement depuis nos API, nous pouvons aider nos clients à définir leurs priorités et à planifier du contenu en temps réel. Ce sera un vrai point d'attention l'année prochaine. » explique Gavin Williams.

La possibilité d'utiliser l'intelligence artificielle pour distiller des informations plus nuancées aux clients l'intéresse tout particulièrement, par exemple en termes de détection d'anomalies. « Si le nombre d'interactions avec les clients baisse d'une semaine à l'autre, on peut recevoir une alerte et des recommandations. Pour nous, ce sera capital à l'avenir. Ce sera la garantie de ne jamais construire une piètre expérience de marque. »

L'équipe de Quander ne manque pas d'idées pour de nouvelles expériences. « Nous venons de faire une démonstration pour un client qui utilise une webcam et la reconnaissance faciale pour que sa plateforme reconnaisse les gens et leur offre une coque de portable gratuite, adaptée à leur marque de téléphone, et dans leur couleur préférée identifiée. C'est cette convergence de la technologie des graphes et d'autres technologies de pointe qui va nous permettre d'innover avec des expériences plus engageantes.

« À mon avis, les graphes et Neo4j en particulier vont être les technos à suivre - il suffit de voir le tutoriel vidéo pour comprendre les avantages. Il n'y a pas de raison de s'inquiéter du déploiement ou de l'évolutivité : plein de marketplaces cloud et de solutions d'hébergement sont à disposition. Les graphes sont géniaux et le langage Cypher de Neo4j est bien plus puissant et facile à comprendre que ce qui existe ailleurs. Tous ceux à qui j'en parle, ici et parmi nos clients, adorent Neo4j. »

Neo4j est le leader de la technologie des bases de données de graphes. Avec le plus grand nombre de déploiements au monde, Neo4j aide des entreprises mondiales - comme Airbus, [Michelin](#), [NASA](#), [Crédit Agricole](#) et [Volvo Cars](#) - à prédire et identifier la façon dont les personnes, les processus, les lieux et les systèmes sont interconnectés. Grâce à cette approche par les relations, les [applications](#) mises au point en utilisant Neo4j relèvent les défis associés aux données connectées, tels que l'[analytique et l'intelligence artificielle](#), la [détection de fraude](#), les [recommandations](#) en temps réel et les [graphes de connaissance](#). Pour en savoir plus, merci de consulter [Neo4j.com](#) et [@Neo4jFr](#).

Des questions sur Neo4j ?

Contactez-nous :
info@neo4j.com
neo4j.com/contact-us