

ÉTUDE DE CAS



Hästens

La base de données Neo4j aide Hästens, à élaborer une vue à 360 degrés de ses clients et à dynamiser l'e-commerce dans le monde entier

SECTEUR

Fabrication

CAS D'USAGE

Gestion des données de référence / recherches & recommandations basée sur les graphes

OBJECTIF

Élaborer une vue à 360 degrés de chaque client pour un e-commerce complet

DÉFI

Intégrer puis utiliser des données détenues dans différents silos

SOLUTION

Neo4j collecte, connecte et met à disposition immédiate les données clients et opérationnelles au plan mondial

RESULTATS

- Lancement de l'activité e-commerce mondiale
- Amélioration spectaculaire du temps de réponse des services

Le fabricant de meubles suédois Hästens utilise Neo4j pour intégrer et comprendre les données de ses clients dans un maillage complexe d'opérations mondiales. Hästens a ainsi pu lancer rapidement de nouvelles initiatives d'e-commerce et optimiser ses services marketing et clients.

L'entreprise

Fondé en 1852 à Köping en Suède, Hästens est l'un des plus anciens fabricants de lits au monde. Sa spécialité réside dans la fabrication à la main de lits et de matelas avec des matériaux naturels tels que le lin, le crin de cheval, le coton et le pin suédois. Hästens est une entreprise familiale depuis six générations et fournisseur officiel de la cour royale de Suède. Sa marque est emblématique dans le monde entier : ses produits sont vendus dans près de 275 points de vente dans 40 pays, dont des magasins de renommée internationale tels que Macy's et Harrods. Hästens compte plus de 200 employés et produit 12 000 lits par an.

Le défi

La culture artisanale sans compromis d'Hästens vieille de plusieurs décennies s'est insufflée dans son activité moderne d'e-commerce. En 2015, Hästens a décidé d'intégrer ses différents systèmes informatiques dans le monde et de dynamiser ses ventes en s'appuyant sur une vue à 360 degrés de l'ensemble de ses données, opérations, clients et partenaires.

Kent Lovestjärna, Responsable des médias digitaux d'Hästens, explique : "Nous avons un objectif bien défini : canaliser partout le trafic vers nos magasins. Pour y parvenir, il nous fallait une technologie capable d'évoluer et de se dimensionner rapidement."

Pour gérer ce projet mondial, Hästens a fait appel à NetConsult, spécialiste suédois du e-commerce.

Anders Ekström, P-DG de NetConsult, indique : "Le but d'Hästens est de fournir une activité e-commerce dans le monde entier. Notre principal objectif consistait à leur procurer une vue à 360 degrés de chaque client."

Ce projet nécessitait l'intégration de données issues de la structure organisationnelle mondiale et complexe d'Hästens. Celle-ci inclut 275 points de vente - dont ceux tenus par Hästens et ceux tenus par ses partenaires - qui proposent aux clients plus de 200 000 combinaisons différentes d'éléments et de couleurs de lits.

Hästens utilisait de plus des systèmes informatiques distincts parmi lesquels SAP pour la planification de la production et la manutention des matériaux, Salesforce pour la vente et le marketing et d'autres silos d'informations autonomes. Selon Anders Ekström : "Notre tâche consistait à modéliser cette structure de données et à l'absorber entièrement pour tout intégrer."

La solution

NetConsult a opté pour une collecte de toutes les données critiques d'Hästens dans une base de données unique et centrale en suivant une approche de gestion des données de référence. Cette masse de données interconnectées - qu'Anders Ekström qualifie d'informations à 'relations intenses' - nécessitait un type particulier d'entrepôt de données. Neo4j, une base de données de graphes conçue spécifiquement pour saisir les relations complexes entre différents éléments de données, a apporté la solution.

Installée fin 2015, Neo4j permet aujourd'hui aux utilisateurs d'Hästens d'extraire et de requêter des informations clients issues de nombreuses sources de données quasiment en temps réel.

Anders Ekström explique le choix de Neo4j plutôt que d'une base de données traditionnelle : "Cela tient à la façon dont les données sont structurées dans Neo4j qui nous permet de former des requêtes et d'extraire des données rapidement. Nous n'y parvenions pas avec une base de données SQL conventionnelle dont l'échelle n'augmentait pas. En utilisant Neo4j nous pouvons produire du code et de nouvelles fonc-

ÉTUDE DE CAS



“Nous sommes très contents de Neo4j. Ce que nous accomplissons avec cet unique produit est colossal car nous n’avons aucune contrainte. Nous pouvons faire tout ce que nous voulons. Avec Neo4j, il n’y a aucune de limite.”

– Kent Lovestjärna
Responsable des médias digitaux,
Hästens



“En utilisant Neo4j nous pouvons produire du code et de nouvelles fonctionnalités bien plus vite et avec plus d’agilité que jamais. Neo4j est d’une grande importance pour nous.”

– Anders Ekström
P-DG, NetConsult

tionnalités bien plus vite et avec plus d’agilité que jamais. Neo4j est d’une grande importance pour nous.” La première étape cruciale pour Hästens a été l’utilisation de Neo4j pour automatiser et optimiser la gestion des requêtes dans son catalogue de produits avec une réduction spectaculaire du délai entre la commande et la livraison.

Kent Lovestjärna explique : “Le catalogue est ce qu’il y a de plus important. Nous savons que les gens qui le commandent ont toutes les chances de passer en magasin et d’acheter nos produits - ils génèrent un fort ROI. Mais selon l’endroit où se trouve le client et le nombre de partenaires entre lui et Hästens, la livraison d’un catalogue commandé pouvait prendre quatre semaines. Nous avons ramené ce délai à 2 à 3 jours partout dans le monde.”

Il ajoute : “Le catalogue est maintenant un outil pour les managers d’Hästens qui leur permet de voir si les magasins font bien le suivi des leads, d’appeler les clients, d’organiser des rendez-vous, etc. Ces rapports nous informent sur ceux qui ont la meilleure performance - ce que nous ne pouvions pas faire auparavant.”

Hästens et les magasins individuels utilisent également ces nouvelles connaissances pour optimiser leur marketing et mener des campagnes avec un filtrage bien plus fin et un ciblage des zones où les ventes s’effectuent réellement.

Kent Lovestjärna précise : “À présent, nous pouvons voir à quel endroit dans le monde et dans quel genre de magasin nous vendons des lits en collectant les données de SAP, de Salesforce et de solutions tierces. Ainsi, plutôt que de tout promouvoir dans un pays donné par notre équipe marketing, nous pouvons cibler des zones spécifiques. Auparavant, nous ne pouvions rien mesurer. À présent Neo4j collecte tout pour nous, ce qui ouvre pleinement notre marketing sur tous les canaux. C’est ce qui compte le plus pour nous.” Kent Lovestjärna ajoute que Neo4j permet à Hästens de lancer des initiatives e-commerce et marketing quasiment à la demande. “Beaucoup de gens demandent de nouvelles données ou applications et en quelques jours, ils les obtiennent. Ça ne pose aucun problème avec Neo4j, il nous suffit simplement de le configurer.”

Les résultats

Entre autres innovations, Hästens a mis au point un moteur de prix basé sur Neo4j qui intègre tous les prix de ses lits et composants dans des dizaines de devises et de langues. La solution peut bloquer des prix pour les produits ou définir des prix spécifiques par pays ou clients que l’entreprise veut cibler. “Neo4j gère tout ça pour nous,” indique Kent Lovestjärna.

En utilisant Neo4j, les clients peuvent aussi spécifier exactement le lit qu’ils veulent en utilisant le ‘configurateur de lit’. Cet outil est intégré à SAP pour automatiser les commandes de production auparavant effectuées à la main.

Deux projets encore plus importants sont en cours. Hästens permet à chaque magasin partenaire dans le monde de piloter son propre site Web entièrement intégré à celui de Hästens avec Neo4j. Les magasins peuvent faire la promotion de leurs propres services locaux tandis qu’Hästens leur fournit des modules Web standards pour gérer l’image de sa marque et garantir des données en ligne à jour.

Hästens élabore également une boutique e-commerce cruciale pour l’activité. Elle va intégrer les ventes en ligne sur l’ensemble de son réseau de magasins et de partenaires. Les magasins pourront présenter à leurs clients des pages sur mesure selon leurs goûts et les produits qu’ils ont déjà achetés et ce, grâce à la capacité de Neo4j d’extraire rapidement ces données connectées. Pour Kent Lovestjärna “C’est important pour nous et nous savons que Neo4j peut le faire. Quand un client se connectera, nous saurons quel lit il possède pour lui montrer exactement les produits dont il aura besoin”.

Kent Lovestjärna conclut : “Nous intégrons Neo4j dans l’entreprise pour trouver des solutions à des défis auxquels nous travaillons depuis des années. Nous sommes très contents de Neo4j. Ce que nous accomplissons avec cet unique produit est colossal car nous n’avons aucune contrainte. Nous pouvons faire tout ce que nous voulons et l’intégration s’est faite vraiment facilement. Ça fonctionne, tout simplement. Avec Neo4j, il n’y a aucune de limite.”

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](https://twitter.com/Neo4jFr).

Royaume-Uni uk@neotechnology.com

France ventes@neotechnology.com

Pays scandinaves
nordics@neotechnology.com

Allemagne vertrieb@neotechnology.com

Europe du sud
southern-europe@neotechnology.com