



Heineken France et la qualité des données d'adresses

Heineken
France S.A.

Une passion : la qualité des données

Banque de données Oracle® avec près de 150 000 adresses / Les progiciels d'Uniserv garantissent mise à jour, exactitude et absence de doublons

La culture d'entreprise de Heineken repose notamment sur les valeurs suivantes : la collaboration dans le respect, la volonté inconditionnelle de réussir et la passion de la qualité. Depuis sa création en 1863, Heineken est devenu - sur la base de ces valeurs - le numéro quatre mondial des brasseurs. Des marques célèbres assurent ce fort positionnement sur le marché des consommateurs. Il en va de même en France, où Heineken se place également en tête grâce aux ventes combinées de la marque premium Heineken et des marques fortes localement. Les adresses des quelque 150 000 points de vente en France sont enregistrées dans une banque de données BtoB. Pour garantir la qualité de ces adresses, Heineken France fait confiance aux progiciels Uniserv, spécialiste allemand de solutions pour la qualité des données, en particulier dans l'analyse et la structure des adresses avec *convert*, la validation postale avec *post* pour la France ainsi que la vérification des doublons avec *mail*. Ces trois produits sont intégrés comme solution globale dans l'application OPALÉ avec laquelle Heineken gère en France son activité avec les hôtels, bars, cafés et autres points de vente en utilisant les technologies de l'information.

Divers facteurs ont été décisifs pour la réalisation du projet OPALÉ et en particulier le choix de progiciels adaptés visant à garantir la qualité des données d'adresses. Le système de gestion de la banque de données mis en place jusqu'alors n'était ni flexible ni modulaire et conduisait souvent à des erreurs et des imprécisions dans le suivi des données. En outre, les possibilités d'interconnexion à partir des adresses des points de vente faisaient par exemple défaut pour la comptabilité et les contrats. Ces facteurs avaient en somme des impacts négatifs sur le travail des représentants. Pour ne rien arranger, ces derniers fournissaient fréquemment des adresses incomplètes, ce qui se répercutait par exemple sur les facturations et les livraisons. L'entreprise Heineken France, ►

► consciente de toutes ces difficultés, savait très exactement ce qu'elle attendait de la future application, comme le résume José Benzadon, chef de projet OPALE: «Nous avons imaginé une application modulaire sur la base d'une banque de données de référence très disponible avec les adresses de nos points de vente validées pour toute la France. Nous souhaitons optimiser le travail de notre force de vente et lui fournir une base de travail solide. De plus, nous voulions avoir la possibilité de joindre aux adresses des informations statistiques.»

Heineken France a donc commencé par demander à trois agences de présenter leurs offres pour l'élaboration d'une application complète devant inclure l'implémentation de progiciels de Data Quality. Deux d'entre elles ont opté pour l'intégration des produits Uniserv. Une agence s'étant retirée dès la phase de préparation, l'offre de GFI a finalement été retenue du fait de son meilleur rapport qualité/prix. L'application OPALE aujourd'hui utilisée sur la base d'une banque de données Oracle® en est le résultat.



José Benzadon, chef de projet OPALE : «Avec les outils Uniserv, notre banque de données devient un précieux instrument pour le traitement des adresses de nos points de vente!»

OPALEissimo

L'application OPALE est utilisée par Heineken France depuis 2001 et se distingue par le fait qu'elle répond vraiment à toutes les exigences initiales, soit : l'aspect modulaire, la grande disponibilité et surtout la connexion avec la gestion des contrats, le service financier et comptable. La banque de données de référence souhaitée a pu être créée avec les points de vente et ces adresses, validées avec Uniserv, constituent le lien central de tous les processus associés. L'ensemble des 150 000 adresses ainsi que les outils Uniserv sont pour ce faire hébergés sur un serveur. L'architecture globale est par ailleurs conçue de telle sorte que les produits Uniserv, pour chacun desquels une licence est attribuée, puissent être utilisés de façon pluridimensionnelle et donc aussi bien en transactionnel qu'en batch.

Une répartition des tâches claire

Les adresses de localités où la bière Heineken est concrètement vendue au consommateur ainsi que le travail de la force de vente figurent au cœur du travail d'OPALE. L'application permet à la force de vente de surveiller la répartition des zones et des objectifs de vente et de contrôler le niveau de rentabilité par exemple. José Benzadon explique: «Notre exigence première est donc qu'une adresse soit complète et correcte, ce que nous garantissons grâce aux progiciels d'Uniserv.»

Les adresses sont généralement intégrées dans OPALE par la force de vente. Celles qui sont automatiquement reconnues par Uniserv comme étant complètes, exactes et unique reçoivent immédiatement un numéro client. Elles sont ensuite classées dans la banque de données et redonnées aux représentants qui continuent à les utiliser. Tout se déroule en batch. En revanche, si Uniserv détecte un problème sur une adresse et propose un choix multiple de rues et/ou de localités, l'adresse concernée est déposée dans l'application avec un statut interactif. Un collaborateur regarde alors l'information postale, apure l'adresse manuellement avec les progiciels Uniserv de RNVP (Restructuration, Normalisation, Validation Postale), puis effectue un contrôle de préexistence. Alors seulement l'adresse peut être utilisée pour la suite des tâches et activités.



La parfaite maîtrise des doublons

Dans la préparation à l'utilisation d'OPALE, l'équipe dirigée par José Benzadon a renoncé à l'apurement de base – en toute connaissance de cause toutefois, comme le souligne J. Benzadon: «Nous avons ainsi gagné énormément de temps et d'argent. Nous disposons de plus des solutions Uniserv qui nous permettent d'effectuer l'apurement des doublons quasiment sur le champ pendant nos affaires courantes.» Chaque nuit, un traitement en *batch* d'une heure au plus est effectué depuis OPALÉ avec les solutions Uniserv. Les doublons alors identifiés sont vérifiés manuellement avec le plus grand soin. « Si nous constatons qu'il s'agit bel et bien du même point de vente, nous gardons alors l'entrée d'adresse la plus récente et complétons les informations des jeux de données doubles. Nous atteignons ainsi progressivement une qualité des données inégalée», déclare José Benzadon.

En résumé

Le bilan que dresse le chef de projet OPALÉ José Benzadon après maintenant plus de deux ans est entièrement positif: «Nous avons pu réduire les interventions manuelles dans le traitement des adresses. Notre ancien système générait de très nombreuses erreurs. Les traitements en *batch* devaient souvent être relancés, ce qui s'avérait très coûteux. Grâce à la nouvelle application OPALÉ avec Uniserv, cela appartient au passé!» Les adresses qui reviennent encore de l'apurement comme étant erronées sont maintenant détectées à coup sûr et peuvent ensuite être clarifiées de façon interactive, de sorte que plus rien n'est perdu. Tout se déroule avec performance et précision. «Les temps de réponse sont corrects, l'ensemble du système fonctionne pratiquement sans erreur, bref, les utilisateurs sont satisfaits!»

A propos de Heineken

Le groupe Heineken est le quatrième brasseur au monde avec des marques de bière célèbres. Le siège se situe à Amsterdam aux Pays-Bas. Le groupe est désormais présent dans plus de 170 pays parmi lesquels la France. Fin 2003, Heineken possédait plus de 115 brasseries. Environ 61 500 collaborateurs travaillent pour et chez Heineken. Le groupe a réalisé en 2003 un chiffre d'affaires consolidé de 9,25 milliards d'euros et les ventes du groupe ont atteint 99 millions d'hectolitres.

Les origines de l'actuel empire se trouvent à Amsterdam. Le 16 décembre 1863, le fondateur de l'entreprise, Gerard Adriaan Heineken, âgé de 22 ans, achète sa première brasserie et commence le commerce de cette bière recherchée. Au fil des décennies et sous la direction de trois générations de Heineken, le groupe brasseur actuel s'est peu à peu développé à partir de ces modestes débuts et est devenu une «success story» sans égale, grâce notamment à une expansion mesurée, un développement conséquent des marques ainsi qu'un engagement personnel pour une qualité optimale.

En tête de Heineken se trouve Heineken Holding N.V., qui détient 50,005 pour cent de la société Heineken N.V., qui de son côté dirige les activités opérationnelles avec les diverses filiales. Le holding en lui-même a surtout la responsabilité de la stratégie du groupe. Cette stratégie est orientée sur la défense et le renforcement de la position de leader mondial du groupe sur le marché, dans la mesure où, par exemple, outre des structures de coûts efficaces, de solides positionnements locaux, des marques sont avant tout créées. Pour plus d'informations, consulter l'adresse suivante : <http://www.heineken.com>.

La Poste évalue les systèmes de validation des adresses par un processus de certification exigeant. Après vérification complète de la qualité, elle accorde une autorisation ensuite confirmée dans un document officiel. Uniserv est la première entreprise de solutions logicielles étrangère à être parvenue à passer au travers de ce processus de certification et à obtenir le certificat pour ses systèmes TI. La certification englobe divers dispositifs d'essai, aspects de la qualité, analyses, diagnostics et évaluations des résultats. D'autres composantes sont également prises en compte, parmi lesquelles l'organisation des éléments sur les nom et adresse d'après la norme AFNOR, le respect d'une normalisation appropriée en matière de lignes, le



traitement adéquat d'adresses de distribution selon qu'il s'agisse de particuliers, d'entreprises ou encore de boîtes postales. Par cette initiative de certification, La Poste veut garantir des standards élevés de qualité

en matière de logiciel de validation des adresses et veiller à la conformité des produits avec le système français d'adressage.

Uniserv, Pforzheim



- Entreprise fondée en 1969
- Leader dans l'offre de progiciels de gestion d'adresses
- Portfolio de produits : international, supportant le web, indépendamment de la plate-forme, et ce quel que soit le secteur d'activité
- Domaines d'intervention privilégiés des progiciels : CRM, eCommerce, marketing one-to-one, projets ERP, activités de centre d'appels, micro marketing, géocodage
- Avantages : démarchage client optimal sur la base des informations d'adresses validées

Pour toute information supplémentaire contactez:

Uniserv GmbH • Rastatter Str. 13 • 75179 Pforzheim/GERMANY
 N° de téléphone : +49 (0) 7231/936-0 • Téléfax +49 (0) 7231/936-30 02 • e-mail : info@uniserv.com • www.uniserv.com

