

MAJIKAN S'ASSOCIE À GEOCONCEPT POUR OPTIMISER LES DÉPLACEMENTS DES TECHNICIENS

Grâce à la technologie développée par GEOCONCEPT, Majikan, filiale de Novaveolia, propose un service complet de planification permettant d'optimiser et suivre les tournées d'intervention des techniciens.

Le partenariat a été annoncé lors de la rencontre annuelle GeoWorld du 3 février dernier à Paris : Majikan, filiale de Novaveolia spécialiste de la gestion des interventions multimétiers de terrain, s'associe à GEOCONCEPT, leader de solutions d'optimisation cartographique pour les professionnels.

plateforme de Field Service Management*, Majikan va proposer un service «clés en main» de planification et de suivi des interventions techniques, reposant non seulement sur les outils digitaux de planification et de mobilité les plus avancés, mais aussi sur une équipe de 150 ordonnanceurs multimétiers, experts dans leur domaine.

Avec onze millions d'interventions par an et 6000 agents à planifier sur le terrain, l'activité Eau de Veolia en France est le premier bénéficiaire du service proposé par Majikan. Mais la filiale de Novaveolia compte bien proposer ses services à l'externe, et notamment aux acteurs ayant un périmètre d'intervention étendu :

* Solutions pour optimiser l'efficacité des équipes terrain

« Outre le secteur de l'eau, le service fourni par Majikan est multimétiers et s'adresse à des clients et marchés aussi variés que les collectivités territoriales, les bailleurs sociaux, les secteurs de l'énergie, des télécoms, du HVAC, et plus généralement tout propriétaire ou gestionnaire d'infrastructures et de réseaux » souligne Taisei Miura, président directeur général de Majikan.



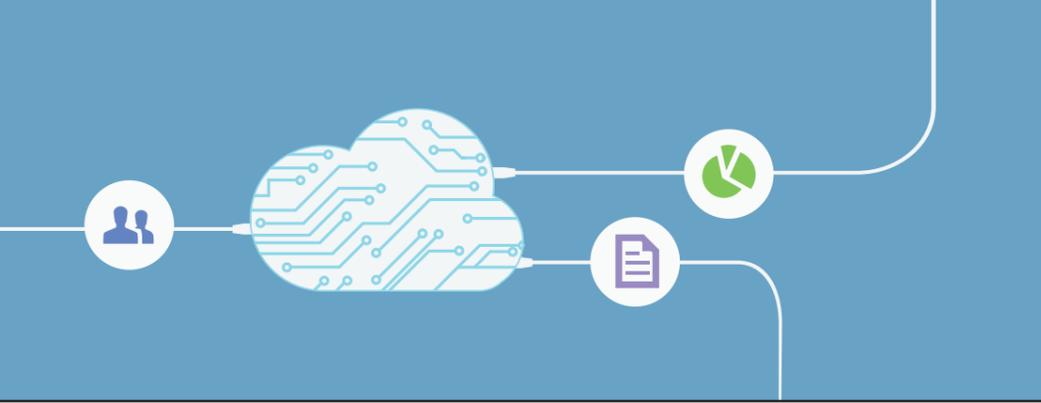
GEOCONCEPT / Hello GeoWorld / avril 2016 / n°55



HelloGeoWorld **55**



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



POUR SODIS, GEOCONCEPT C'EST GONFLÉ !

Acteur majeur du marketing terrain depuis 1984, Sodis fait intervenir dans plus de 4000 magasins hypermarchés et supermarchés en France des équipes dédiées à l'optimisation des meubles à marques Ducros et Vahiné.

Notre mission est de permettre aux clients des points de vente de toujours trouver les épices, les poivres, les produits d'aide au dessert qu'ils sont venus acheter et de les inspirer en mettant en valeur les nombreuses innovations produits.

Le territoire français est divisé en 120 secteurs distincts et les équipes Sodis réalisent plus de 120000 visites magasins par an et... 5 millions de kilomètres.

Jusqu'alors, les plannings étaient travaillés par les équipes elles-mêmes, sans soutien et outils adaptés à cette tâche, de façon artisanale et basés sur l'expérience terrain.

Optimisation

L'entreprise a initié il y a 2 ans un partenariat avec GEOCONCEPT pour fournir à l'équipe siège des outils modernes qui permettent d'évaluer les tournées terrain et de proposer des pistes d'optimisation. Le projet était d'impliquer les équipes terrain en région pour les faire réfléchir à leur organisation, les convaincre de renseigner dans les outils CRM les informations clés et leur fournir à partir des logiciels Territory Manager

et TourSolver, des propositions de plannings répondant aux contraintes clients en minimisant le temps passé en voiture. Dans un premier temps, seul l'outil TourSolver était utilisé pour un projet principalement axé sur l'optimisation kilométrique des tournées. Nous avons rapidement complété le process avec le module Territory Manager adossé à la solution Geoconcept Sales & Marketing qui apportent une analyse plus complète et qui permettent de travailler sur une organisation des tournées à une échelle plus large. Les études thématiques réalisées sur Geoconcept Sales & Marketing permettent de définir et réorganiser les secteurs d'interventions des hommes terrain.

Les premiers résultats sont probants : dans certaines régions, les outils ont permis des gains de productivité de l'ordre de 25% sur le temps de route.

L'entreprise espère un gain moyen de 7 à 10 % et des tournées plus équilibrées.

Au-delà des résultats statistiques tangibles, les équipes terrain se sentent davantage soutenues et peuvent mieux intégrer les nouvelles contraintes chez leurs clients.

C'est un changement culturel qui nécessite du temps, de l'accompagnement. Une cellule géomarketing a d'ailleurs été créée au siège de SODIS avec une personne dédiée dont la mission est de réaliser les études et de fournir des territoires d'action au plus près des exigences clients et des possibilités des collaborateurs.

Et demain ?

Une meilleure intégration des outils géomarketing dans nos process permettra d'accélérer les délais de réponses aux demandes terrain, de mieux définir les lieux où nos futurs salariés seront recrutés. Nous envisageons aussi de travailler des tournées terrain pour le remplacement des salariés pendant leurs congés.

Le conseil à nos clients sera aussi fortement amélioré : les outils géomarketing nous permettront de recommander l'organisation terrain adéquate pour atteindre les objectifs quantitatifs et qualitatifs souhaités par nos clients.



EN BREF

QUELQUES AFFAIRES GAGNÉES À L'INTERNATIONAL

Différents pays, différentes cultures, différents cycles de décision... Une composante dont il faut tenir compte et qui met parfois notre patience à rude épreuve !

Mais cela n'arrête pas pour autant le développement de GEOCONCEPT à travers le monde, soutenu par un réseau de partenaires locaux et par nos filiales en Suisse, en Espagne, en Chine et en Inde.

Au Portugal, la société CIN, important fabricant de peintures et de vernis, présent dans plusieurs pays en Europe, en Afrique et au Mexique, a fait l'acquisition de Sales & Marketing pour analyser comprendre et dynamiser son réseau d'implantations.

En Algérie, le Laboratoire Central des Travaux Publics utilise Geoconcept Enterprise pour la réalisation d'un SIG sur les glissements de terrain et les zones instables menaçant le réseau routier de plusieurs wilayas.

En Inde, TVS Credit Services Limited, société de crédit à la consommation, principalement pour l'achat des 2 et 3 roues, de voitures d'occasion et de tracteurs, se dote d'une solution hybride (desktop, web et mobile) pour géo-optimiser les tournées commerciales et faire le suivi des équipes sur le terrain.

PRODUITS

TOURSOLVER SERVER, WEB SERVICE DE PLANIFICATION ET D'OPTIMISATION DE TOURNÉES

Avec TourSolver for Windows, TourSolver Cloud et désormais TourSolver Server, GEOCONCEPT propose une gamme de solutions d'optimisation de tournées complète, pour répondre à l'ensemble des problématiques de planification des organisations.

Cette nouvelle offre permet de décliner désormais le moteur d'optimisation de tournées TourSolver en trois versions, pour trois contextes d'utilisation différents :

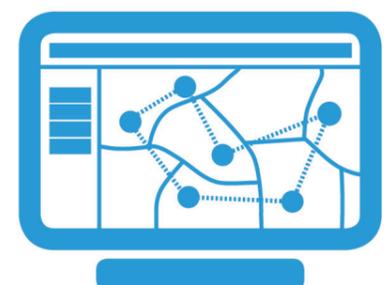
Le Web Service est accessible depuis n'importe quelle plateforme technique

- **TourSolver Server** répond à la demande croissante des organisations de développement en propre d'une solution d'optimisation de tournées, entièrement personnalisée, à partir d'un moteur et de composants d'optimisation. Développeurs et intégrateurs peuvent ainsi élaborer une interface sur mesure, en fonction des problématiques métiers concernées, pour une intégration avancée (TMS, ERP..).

- **TourSolver Cloud** donne aux utilisateurs la possibilité de bénéficier d'une solution SaaS 100% Cloud facile à implémenter et à utiliser, qui répond aux besoins de déploiement rapide, sans engagement de capacités informatiques et sans investissement. Cette solution s'adresse

particulièrement aux petites et moyennes entreprises qui souhaitent adopter un outil simple et rapidement rentabilisé.

- **TourSolver for Windows**, la version poste de travail de la solution, s'appuie sur le SIG Geoconcept. Elle s'adresse à toutes les organisations qui souhaitent bénéficier d'une véritable solution clé en main, accessible à tous les utilisateurs directement depuis leur poste de travail. S'appuyant sur le même moteur, ces trois versions de TourSolver bénéficient des mêmes performances d'optimisation. Ces trois versions prennent en compte un éventail complet de contraintes liées aux clients (disponibilité, fréquence de visite...), aux ressources (jours de travail, lieux de départ, gestion multi-dépôts...) ainsi qu'au réseau routier et aux véhicules (zones de circulation, types de véhicule...), pour s'adapter à toutes les problématiques métiers.



GEO WORLD 2016 : 25 ANS AU SERVICE DES CLIENTS

Quelques 450 participants, utilisateurs et partenaires, se sont rencontrés, côtoyés le 3 février dernier pour cette édition du GeoWorld, initialement prévue en novembre 2015, pour fêter les 25 ans de GEOCONCEPT.

La conférence plénière, volontairement courte, a permis de marquer les esprits avec un effet d'annonce : la finalisation d'un partenariat avec Majikan Veolia, start-up visant l'innovation et l'efficacité opérationnelle du field service (Cf. article du présent numéro).

Ensuite, les deux conférences GEO-business model et GEO-technologies ont donné une place importante à la découverte des 4 gammes de solutions significatives de la «marque de fabrique» GEOCONCEPT et sa **proposition de valeur GEO + OPTIM...** Quelle que soit la gamme, l'orientation est résolument à la mise à disposition de solutions légères, dans une architecture web, en mode SaaS y compris pour une utilisation sur des terminaux mobiles.

«Les conférences plénières présentées par l'équipe GEOCONCEPT étaient dynamiques et m'ont permis de découvrir l'ensemble des nouveautés technologiques des produits, tandis que les conférences métiers m'ont apporté un éclairage intéressant et des points de vue sur les différentes utilisations des solutions Geoconcept.»

En tant qu'utilisateur suisse, je suis venu, pour ma première participation, avec l'idée de découvrir de quelle manière les utilisateurs de France travaillent avec Geoconcept. J'ai découvert Geoconcept sous un autre angle que celui que je connais habituellement et qui est lié à une administration communale et j'en suis reparti avec plus d'informations et d'idées que je ne m'y attendais», se confie Cyril Besson, responsable Urbanisme et mobilité au sein de la commune suisse d'Ecublens, grand témoin dans la conférence GEO-technologies venu présenter l'évolution du guichet cartographique de sa commune. L'après-midi s'adressait à un public averti, technique produit et/ou problématique métier. Différents ateliers se sont enchaînés pour faire l'éclairage qui sur un produit ou un ensemble de fonctionnalités, qui sur une méthode de travail.

**Cyril Besson a été séduit :
« L'évolution du module d'édition de rapport m'a particulièrement marqué pour synthétiser facilement des informations statistiques et cartographiques en fonction de différentes sectorisations »**



Tous se sont appliqués à déjouer les arcanes des produits couverts dans une mise en situation métier, aidés par des clients déjà aguerris aux outils :

- **Reports** dans le cadre d'utilisation de la **Banque Populaire de l'Ouest** ou du **SDIS 57**. Deux métiers différents, deux problématiques différentes pour une même approche méthodologique ont permis à l'auditoire de mémoriser une nouvelle façon de faire. **Territory Manager**, outil d'aide à la sectorisation de territoire, adossé à **Reports** ou **TourSolver** propose des fonctions avancées de découpage de territoire pour ancrer l'analyse du «géographique» dans tout questionnement métier, que ce soit dans un maillage réseau de magasins par exemple ou encore dans l'affectation de tournées à un staff de commerciaux. **Glass Solutions** a largement illustré un atelier en s'appliquant à expliquer l'utilisation conjointe des modules pour découper le territoire (**Territory Manager**), l'équilibrer pour définir des zones



- ➔ de livraison, constituer des groupes de clients pour mieux lisser les livraisons et créer des tournées pour assurer la livraison sur le terrain (**TourSolver**) ;
- Couverture de marché : analyse et stratégie. L'utilisation du géomarketing chez **Cheminées Brisach** a servi de cadre à la mise en place d'une méthodologie de travail pour calculer des scores d'activité, identifier des zones à fort potentiel commercial, cibles d'implantation et a *contrario* des zones saturées.
- Autre exemple d'applications métier : les GEO-challenges qui s'affirment et s'affinent dans le temps pour cette troisième édition. Cette année, 14 sujets ont été posés dans des domaines variés et par des enseignes plus ou moins connues :

Lyovel, Quick, Espace Emeraude, ACEPP74, Arval, BSPP, BRED, Cheminées Brisach. Des étudiants de six écoles supérieures (**ENSG, IEA Gustave Eiffel, Université Paris 8, Université Panthéon-Assas, Université de Haute-Alsace et Université Lyon III**) ont accepté de jouer le jeu et ont travaillé de concert avec les soumissionnaires pour proposer une réponse pertinente à la problématique choisie. Le sujet du lancement des cheminées à Ethanol posé par la marque Brisach a vu le candidat doublement récompensé puisque le fruit de son travail de plusieurs mois a été mis en application chez Brisach avec l'optimisation de la distribution de prospectus sur Nice, première ville de lancement du produit.

« Grande qualité des démos, rencontre utile et interactive, retours d'expérience riches en enseignement, événement instructif et ambitieux, use case pertinents »

Les appréciations positives ne manquaient pas pour saluer ce GeoWorld anniversaire qui marquait le retour à un format traditionnel d'une journée d'échanges entre clients, collaborateurs GEOCONCEPT et partenaires, cette année encore au rendez-vous avec notamment IGN, Leica, Kelnomap, Webfleet, Logic Instrument, Diginext et Here.



Retour à chaud d'un utilisateur, contributeur de la manifestation

J'ai participé (et contribué modestement) à l'événement GeoWorld organisé par GEOCONCEPT. Rencontrés individuellement, les collaborateurs de GEOCONCEPT sont dynamiques, motivés et soucieux des besoins clients. Ce ressenti se confirme collectivement. Placée sous le signe de la bonne humeur et du professionnalisme, cette journée GeoWorld m'a conforté dans mon envie d'avancer avec GEOCONCEPT. Mais une bonne équipe ne sert à rien si les produits livrés ne sont pas au rendez-vous. Ce n'est pas le cas : ils sont toujours de bonne qualité et évoluent très vite en fonction des remontées des utilisateurs. À tel point que nous n'arrivons pas, chez nous, à suivre le rythme des mises à jour !

Aussi, lorsque GEOCONCEPT m'a demandé de présenter notre utilisation des rapports automatisés, j'ai accepté avec un grand plaisir. Récemment, GEOCONCEPT a enrichi sa gamme de produits d'une version web gratuite. Je souhaite pouvoir en profiter pour diffuser des cartes simplifiées à certains collaborateurs du réseau. J'attendais donc de cette journée une présentation des possibilités offertes par Geoconcept Web Starter. La conférence plénière a donné l'image d'une entreprise attachée à son histoire mais résolument tournée vers l'avenir : hier géolocalisation avec Radiocom 2000, demain internationalisation de l'entreprise, nouvelle direction Consulting, filiale en Chine et produits développés sur le cloud Microsoft Azure. Cette ambivalence rassure aussi bien les anciens clients que les nouveaux. Les ateliers GEO-technologies : un

découpage territorial au service de rapports automatisés et le web SIG en 3 étapes étaient très orientés «pratico pratique». Ils fournissent une petite piqûre de rappel aux utilisateurs en rappelant les bonnes pratiques mais surtout présentent aux non-utilisateurs la facilité d'utilisation des produits. Je suis maintenant convaincu par la solution Geoconcept Web Starter et vais la déployer pour diffuser de manière plus ludique les rapports géomarketing de chaque agence. Bilan : j'ai passé une excellente journée en compagnie des équipes GEOCONCEPT et de ses clients. Un conseil : ne changez rien pour l'année prochaine !

Sébastien Yvetot
responsable marketing de la
Banque Populaire de l'Ouest. Intervenant
de l'atelier «Un découpage territorial au
service de rapports complets»

GEOCONCEPT GEO-TECHNOLOGIES

La géomatique est en pleine mutation et différentes tendances se dégagent, que GEOCONCEPT doit saisir et s'approprier pour offrir des produits toujours à jour. La gamme GEO-technologies est au cœur de toutes nos solutions avec le socle Geoconcept et sa prolongation légère Geoconcept Web capable de fournir des composants réutilisables comme celui de l'affichage cartographique, du calcul d'itinéraire et du géocodage.

Le monde dans notre main ! Révolution digitale !

Le lieu est désormais banalisé, avec des GEO-data abondantes, faciles à trouver et des cartes qui envahissent les entreprises pour soutenir leur activité et la magnifier. Pour manipuler ces données toutes plus riches les unes que les autres et qui interagissent entre elles, l'outil SIG doit être capable de traiter des volumes de données toujours plus gros et proposer des outils d'analyse et de traitement encore plus performants.

Geoconcept 8, dont la campagne de bêta test commence en avril, alliera robustesse, performance, simplicité toujours et ouverture pour un travail sur des espaces mondiaux. De nouvelles

apparences, un rendu d'affichage amélioré (actualisation automatique, lissage, de l'unicodage partout pour rendre la carte « internationale »), de nouveaux modes d'analyse thématiques avec les cartes de chaleur et les diagrammes en hémicycles, la gestion PDF multi-couches, voilà un échantillon des nouveautés du nouveau Geoconcept, édition 2016.

Citoyen et SIG au cœur d'un territoire intelligent

La nécessité de disposer d'informations de notre environnement toujours à jour impose la mise à disposition d'un outil participatif, collaboratif particulièrement intuitif pour que tout un chacun puisse consulter, analyser voire même enrichir son écosystème pour le maîtriser.

L'outil cartographique ou Système d'Information Territorial doit faciliter le travail de collecte, de diffusion et de consultation pratique de l'information. Il doit de façon naturelle, servir la communauté.

Pour appliquer ces nouvelles pratiques, le responsive design est maîtrisé dans la suite logicielle impactée Geoconcept Web 5.2, du poste lourd à l'environnement léger. Les différents widgets sont pensés et conçus « Mobile first»

(Coordonnées, Imprimer PDF, QR Code..., Géo-localisation, Navigation, Gestionnaire de couches, Géocodage, Calcul d'itinéraires multi-profil). De nouvelles fonctionnalités apparaissent : agrégation, texte dynamique, menu contextuel, calcul dans les tableaux, intégration d'un formulaire externe et aussi enrichissement des requêtes, filtre sur les couches vecteurs, utilisation des images de Geoconcept et multi-géocodage.

Geoconcept As A Service ?

Dans la jungle des acronymes IaaS, PaaS, SaaS, GEOCONCEPT n'a qu'un mot d'ordre : répondre aux attentes du plus grand nombre **partout et tout le temps**. D'où la fourniture de GEO-APIs facilement maîtrisées qui présentent un double avantage technique et économique : pas de déploiement, haute disponibilité, mise à jour fréquente et transparente, sécurité garantie mais également assurance d'un coût maîtrisé (abonnement), pas de dépense de mise en place et mutualisation des solutions fournies.

Que ce soit pour la vente à distance, la gestion de réseaux, les assurances, les taxis, l'urgence ou la maîtrise de l'énergie, nos APIs ont déjà séduit bon nombre d'enseignes de renom.



Ère de la GEO-intelligence

La cartographie va loin. Elle devient prédictive pour rationaliser son territoire, optimiser, maximiser ses performances, accroître sa productivité dans tous les domaines.

GEOCONCEPT fournit une riche gamme de modules additionnels au socle pour répondre aux nouvelles exigences de la business intelligence.

Territory Manager dans sa version 3.1 enrichit les algorithmes de découpage optimisé de territoire pour respecter les contraintes imposées par les différents métiers concernés (équilibrage de pôles, méthode de Voronoï...). **TourSolver 7.0** intègre de nouvelles contraintes pour planifier des tournées encore plus pertinentes (priorité sur les dépôts, produits disponibles, quantité minimale à livrer,

rechargement interdit...). **Reports 2.0** comme outil de construction de modèles de rapports automatisés facilite la construction de tableaux de données ou de synthèse, la connexion aux bases de données externes et la gestion de sous-rapports intégrables aisément.

La gamme GEO-technologies est conçue pour répondre au flux ininterrompu de tâches métier disparates et complémentaires en combinant modules métiers, architectures multiples dans un écosystème de plus en plus souple et agile.



AGENDA



RESTEZ CONNECTÉ AVEC GEOCONCEPT

Plusieurs webinars sont organisés sur cette première moitié de l'année. Rapides, efficaces, ils ont vocation à faire l'éclairage sur des produits de la gamme Geoconcept dans des environnements et métiers multiples :

- 13 avril 2016 : organiser son territoire pour les métiers de la presse et la logistique ;
- 14 avril 2016 : sectoriser l'espace pour un maillage réseau commercial optimal ;
- 26 mai 2016 : construire et déployer un portail web pour faciliter le pilotage de l'activité commerciale ;
- 2 juin 2016 : sectoriser pour optimiser les actions d'une flotte de commerciaux sur le terrain ;
- 21 juin 2016 : optimiser des tournées logistiques ;
- 5 juillet 2016 : planifier et organiser des tournées avec TourSolver Cloud.

Ces jalons durent une demi-heure, tous sont programmés entre 13h30 et 14h30.

Ayez le réflexe www.geoconcept.com pour vous inscrire à l'un d'eux et retrouvez notre équipe de chefs de produits qui vous fera découvrir les produits couverts dans un environnement métier choisi.

A vos agendas !