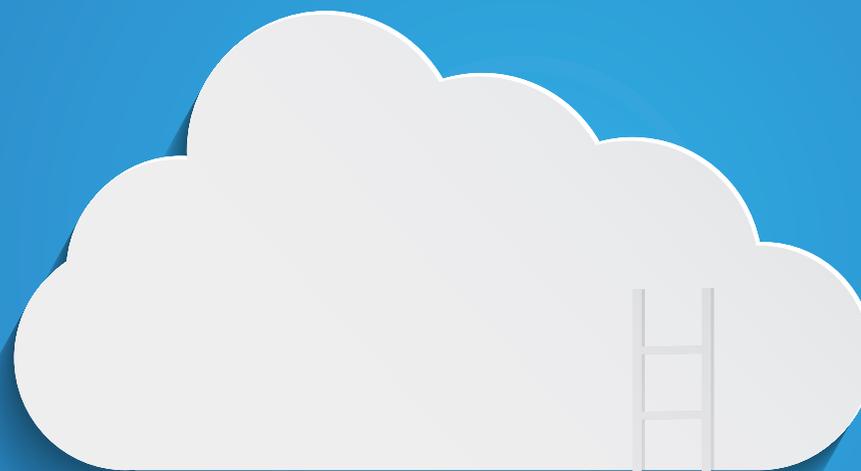


HelloGeoWorld **52**



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

Conception : Chron'Alle Paris - Crédits photo : © ar911 - LDPProd - 97 - fotoedu / stockphoto - © icommonstr - Impression : BBOcéa



LE NOUVEAU GEOCONCEPT WEB 5.0



Geoconcept Web 5.0, mis à disposition en février, remplace les solutions Geoconcept Internet Server (GCIS) et Geoconcept LBS Platform.

Au sein de « The Geoptimization System », la brique Geoconcept Web est la solution de diffusion d'informations géographiques en ligne à la fois pour du web « classique » mais également pour des terminaux mobiles. En plus de permettre la diffusion des cartes construites avec le SIG Geoconcept en quelques clics, Geoconcept Web autorise, d'une part la création et la personnalisation de manière très intuitive de portails et d'autre part l'intégration de web services géographiques dans des applications.

« personnaliser des portails et intégrer des webservices géographiques dans des applications »

Cette nouvelle version est particulièrement riche en nouveautés :

- un installateur qui configure l'ensemble des composants, sans éditer un seul fichier de paramétrage ;
- de nombreux widgets pour utiliser et modifier les données vectorielles stockées dans des bases de données externes (requête, liste d'objets, création d'objets, import KML...), pour faciliter le travail collaboratif (annotation, notes, captures d'écran ...), pour naviguer dans le portail et se connecter aisément à d'autres sites cartographiques (portail Web, accueil, historique, échelle textuelle, déconnexion, aide...).

Certaines fonctionnalités ont été étendues : ajout de projections, sauvegarde des positions et visibilité ;

- la publication de portail adapté aux smartphones ;
- mais également, un éditeur de style avancé afin de personnaliser les représentations des couches vectorielles, l'ajout de la gestion des droits géographiques, l'intégration de code pour le suivi des statistiques de connexion.

Par ailleurs, cette nouvelle version offre davantage de Web Services accessibles à la fois en SOAP et en REST. Aux Web Services existants (géocodage, auto-complétion, calcul d'itinéraire et search around) ont été ajoutés :

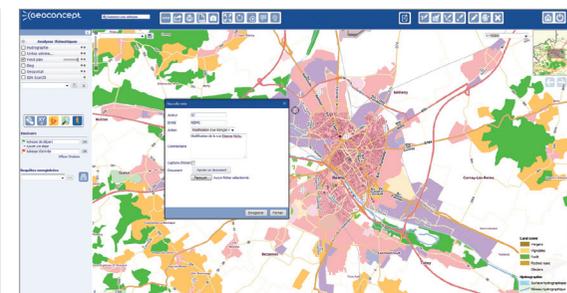
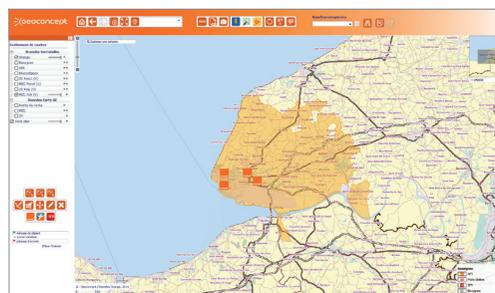
- le géocodage inverse qui renvoie, à partir d'une ou plusieurs coordonnées, les adresses postales les plus proches ;
- le calcul de matrice qui calcule une matrice d'itinéraires pour un ensemble de points et renvoie un distancier ;

- la génération d'isochrone/Isodistance qui calcule une isochrone/isodistance et renvoie la géométrie de la zone calculée ;

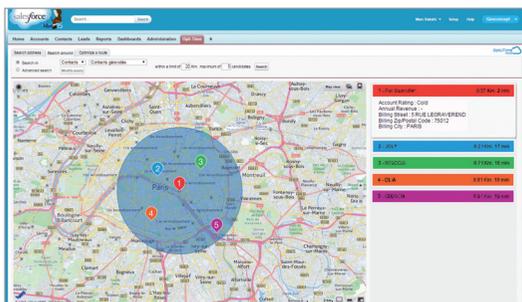
- la recherche d'objet qui permet, à partir d'une coordonnée, de récupérer les informations contenues dans les champs des objets d'une carte Geoconcept.

« une version Geoconcept Web gratuite »

Une richesse fonctionnelle caractérise ce Geoconcept Web 5.0 qui est décliné en trois versions : la version complète Geoconcept Enterprise qui inclut les Web Services et tous les outils collaboratifs, la version intermédiaire Geoconcept Standard et enfin Geoconcept Starter idéale pour débuter, cette dernière étant offerte aux utilisateurs des solutions bureautique Enterprise de Geoconcept.



OPTI-TIME CLOUD, LE FRUIT D'UN PARTENARIAT AVEC SALESFORCE



D'après le dernier rapport de CloudIndex.fr (<http://www.cloudindex.fr/content/tous-les-resultats>), l'utilisation du cloud par les entreprises (françaises) se développe de manière significative ; entre juin et décembre 2014, le taux d'entreprises déclarant utiliser le cloud est passé de 29 % à 55 %. Parmi les organisations interrogées, 80 % indiquent qu'au moins une de leurs applications SaaS est stratégique pour leur activité. La plupart des indicateurs montrent que cette tendance va se poursuivre dans les prochaines années. Le cloud computing présente en effet de multiples avantages pour les entreprises :

- il est facile à déployer, puisqu'il n'y a pas d'efforts d'infrastructure à supporter ;
- il est facile à utiliser, l'accent étant mis par tous les fournisseurs sur la simplicité de prise en main ;
- il est scalable : on peut facilement upgrader les versions, les offres ;
- il est mobile : accessible via une connexion internet, un utilisateur peut se connecter de n'importe où.

Désireux de mettre l'intelligence géographique au service de tous les acteurs du monde de l'entreprise, GEOCONCEPT a mis en place, au début de l'année 2014, un partenariat avec Salesforce, l'un des acteurs phares du cloud computing, l'objectif de ce partenariat étant de résoudre l'équation suivante : comment mettre à disposition des utilisateurs la richesse des outils de géoptimisation tout en maintenant ce qui fait la force du cloud computing : la simplicité d'utilisation ?

De ce défi est née Opti-Time Cloud, une application 100 % intégrée et 100 % cloud, développée avec la plateforme Force.com®, et mise à disposition sur l'AppExchange, la plateforme de diffusion des applications de l'environnement Salesforce.

« Dans Opti-Time Cloud, c'est simple et efficace »

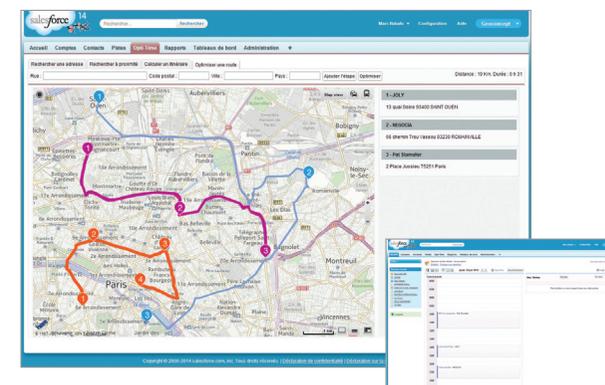
Avec Opti-Time Cloud, après une installation de moins de 5 minutes, l'utilisateur bénéficie d'un environnement cloud lui permettant de :

- créer et lister des points d'intérêt qui lui sont propres (des clients, des installations, des sites, etc.) ;
- géocoder ces points et les voir sur une carte interactive dont la couverture est globale (données Here® : 196 pays couverts) ;
- faire des recherches de proximité, pour explorer de manière géographique et attributaires ces données ;
- construire et optimiser des itinéraires à partir des données disponibles.

L'optimisation de l'ordre des étapes permet de diminuer de 5 à 10 % les coûts des déplacements dans les organisations dont les intervenants sont mobiles. Dans Opti-Time Cloud, c'est simple et efficace : l'utilisateur a le choix des étapes qu'il veut ajouter, il peut également récupérer le contenu de son agenda pour le retravailler et il peut définir des contraintes de points de départ et/ou d'arrivée et fixer des fenêtres horaires imposées.

Opti-Time Cloud est disponible en deux versions : **GEO**, qui offre des fonctionnalités géographiques de base, et **TOUR**, qui ajoute les fonctionnalités d'optimisation. Courant 2015, GEOCONCEPT proposera une troisième déclinaison, **OPTIM**, qui permettra de planifier des agendas de plusieurs intervenants, sur des périodes au-delà de la journée.

En attendant, que vous soyez ou non utilisateur de Salesforce, nous vous donnons rendez-vous sur l'AppExchange (<https://appexchange.salesforce.com>) pour télécharger Opti-Time Cloud dès maintenant !



UN DÉPARTEMENT GEOCONCEPT AU SERVICE DES CLIENTS

Au printemps 2014, GEOCONCEPT, l'éditeur de solutions de géoptimisation a créé le département Services et Conseil. Pourquoi ? Pour qui ? Comment ? A quelles fins ? Voici les réponses aux quelques questions posées qui résument l'existence de cette entité.

Que motive la création du département Services et Conseil chez GEOCONCEPT ?

Aujourd'hui nos clients attendent un niveau d'excellence non seulement sur les fonctionnalités ou les performances de nos progiciels mais également sur les prestations associées. Il est désormais essentiel de pouvoir adapter le plus finement et le plus rapidement possible nos solutions de géoptimisation aux contextes organisationnels et techniques de nos clients.

Une croissance forte des demandes de prestations de service depuis quelques années a ainsi incité la direction de GEOCONCEPT à créer un département dédié et pleinement responsabilisé sur leur réalisation.

Quelle est sa vocation ?

La vocation du département Services et Conseil est d'accompagner nos clients sur tout le cycle de vie d'un projet : lors des phases d'audit, d'études ou de conseil amont mais aussi en avant-vente, lors de la réalisation d'une expérimentation jusqu'à la mise en production. Cela passe également par l'animation de comités de pilotage impliquant toutes les parties prenantes du projet.

Enfin les consultants interviennent également sur des prestations d'études et après la mise en production : en complément du support dans le cadre d'une Tierce Maintenance Applicative ou bien lors des phases accompagnant les migrations sur nos nouvelles versions majeures.

Quelle sont les principales missions demandées par les clients de GEOCONCEPT ?

Côté géomarketing, nous allons retrouver des besoins autour de l'optimisation de la sectorisation commerciale, la modélisation du chiffre d'affaires d'un réseau de points de vente, la mise en place d'un modèle de géo-reporting...

Cette démarche est aujourd'hui mise en œuvre systématiquement sur les nouveaux projets avec des retours très positifs de nos clients.

Quels sont les projets réalisés et en cours ?

Autour de notre gamme Opti-Time, on peut citer par exemple le projet FNAC dans le cadre de la coupe du monde de football (évolution de la solution pour permettre la livraison des postes de télévision à J+0 ou J+1) ou bien encore le lancement de Coca-Cola Life en janvier 2015 lors duquel nos solutions ont permis à la force de vente de Coca-Cola Entreprise de visiter un maximum de distributeurs/revendeurs dans un délai très court.

De nombreux projets sont également réalisés autour de la mise en œuvre de nos Web Services : géocodage, calculs de distance, géocodage inverse, auto-complétion...

Enfin, de nombreux projets de déploiement à l'international sont en cours, en Europe ou dans nos filiales en Asie.



« accompagner nos clients sur tout le cycle de vie d'un projet »

Du côté de nos gammes TourSolver et Opti-Time, nous avons construit une méthodologie d'accompagnement en 3 étapes : de l'étude d'opportunité jusqu'au déploiement en passant par la phase d'expérimentation terrain indispensable.

GÉOMARKETING : CONNECTÉ ET LOCALISÉ

Jusqu'à il y a peu, le point de vente était resté le principal voire unique lieu d'échange entre distributeurs et consommateurs. Information, décision, achat, livraison, service après-vente : la plupart des opérations se réalisaient dans le magasin. Le canal web – et plus largement les nouvelles technologies de communication et possibilités logistiques – a considérablement affaibli ce rôle central. De nombreuses opérations sont désormais possibles hors du point de vente, et même dedans, le consommateur peut se connecter au dehors, qu'il s'agisse d'obtenir des informations sur les produits, de consulter des avis de consommateurs en ligne ou de comparer avec les offres concurrentes.

Hyperconnecté, le consommateur n'en est pas moins localisé. Via nos mobiles et objets connectés, la localisation est même en passe de devenir la première donnée que nous échangeons. Cette « hyper connexion localisée » a deux conséquences très opérationnelles pour la distribution...



Mettre le « où » au centre de la relation client

Qu'elle provienne de site web (geoIP), d'application, de beacon ou de tout autre moyen, la localisation n'est pas une information neutre. Elle contient en elle-même de précieux renseignements opérationnels. Selon qu'il soit dans le point de vente ou le centre commercial, chez un concurrent, dans les transports, à son domicile ou sur son lieu de travail, le consommateur ne va pas rechercher la même chose. Navigation, messages et offres proposés peuvent et doivent donc s'adapter à chaque situation.

Travailler les zones de chalandise digitales

Peu à peu, toutes les informations échangées avec le consommateur s'enrichissent de données de localisation. De même que la zone de chalandise d'un point de vente dessinait le territoire d'influence d'un point de vente, la zone de chalandise digitale – issue de toutes les données de géolocalisation – va permettre de représenter et d'analyser la couverture de marché d'une enseigne et de ses canaux. Mieux, elle va

permettre d'accéder à bien plus d'informations qu'une simple localisation d'achat et de résidence, puisque toutes les interactions seront localisées et, souvent, leur motif identifié.

In fine, la géolocalisation va introduire la proximité au sein de toutes les interactions entre clients et distributeurs, tous les points de contacts devenant localisés et contextualisés. Elle doit aussi permettre de mieux interpréter les parcours clients et donc de faciliter l'élaboration d'une stratégie cross-canal coordonnée.

Didier Robert,
Directeur Général Adjoint, GEOCONCEPT

CHALLENGE GEOWORLD 2015

Des étudiants au service de votre métier

Vous utilisez un ou plusieurs outils de la gamme Geoconcept et vous êtes confrontés régulièrement à une ou plusieurs problématiques pour lesquelles vous n'avez pas de solution, ou que vous n'avez pas le temps de résoudre. GEOCONCEPT vous rapproche d'étudiants d'écoles supérieures (de bac +2 à bac+5) aguerris aux outils de la gamme Geoconcept, aux sciences géographiques, mathématiques et statistiques qui vont prendre à leur compte une de vos problématiques clairement exprimée et la traiter avec le soutien de leurs enseignants.

Réfléchissez d'ores et déjà à un thème qui vous tient à cœur et que vous pouvez confier à un groupe d'étudiants. Rédigez une expression de besoins synthétique et séduisante que vous m'enverrez avant le 30 avril 2015 par mél à christine.daniaud@geoconcept.com pour faire acte de candidature.



Pour toute information complémentaire, vous pouvez me joindre au 01 72 74 76 24.

La restitution des travaux aura lieu lors d'une soutenance tenue pendant l'évènement annuel des utilisateurs, le GeoWorld, qui aura lieu en novembre 2015.

Perdez du temps pour en gagner ensuite !

SALONS & DATES À RETENIR

RETROUVEZ-NOUS :

Salon SITL - **31 mars/2 avril**

Parc des Expo Porte de Versailles/Stand P64.

GEOCONCEPT présentera son offre dédiée aux métiers du transport et de la logistique et annoncera le lancement de TourSolver Cloud, nouvelle solution d'optimisation de tournées en ligne.

SALON SANTÉ AUTONOMIE/HEALTH IT

19/21 mai

Parc des Expo Porte de Versailles/Stand A42.

Fort de sa collaboration avec plusieurs acteurs du secteur pour améliorer leurs prestations à domicile (respect des horaires de soins, livraisons de matériel...), Geoconcept vous invite à visiter son stand et participer à la conférence co-présentée avec SOS Oxygène le jeudi 21 mai de 10h15 à 11h.

SAVE THE DATE : 11 JUIN 2015

12^e édition des Assises du géomarketing à Paris

Comment toucher tous vos clients, leur adresser un message pertinent, mieux analyser votre territoire et prendre les bonnes décisions... : à l'heure du géofencing et de la géoBI, venez faire le point sur votre couverture marché avec les experts du marché.

SAGERE OPTIMISE SES TOURNÉES DE LIVRAISON DE PLATEAUX-REPAS AVEC GEOCONCEPT



Filiale du groupe Sodexo dédiée à la restauration collective, SAGERE a choisi de s'équiper du logiciel d'optimisation de tournées **TourSolver for Geoconcept**, pour organiser les livraisons en liaisons froides (3°C) de plateaux repas à ses clients, depuis sa cuisine centrale basée à Bresles dans l'Oise.

SAGERE a pour mission de préparer puis de livrer jusqu'à 27 000 repas par jour pour ses clients (entreprises, établissements publics, cantines scolaires...), sur 800 points de livraison répartis sur 12 départements.

Face à l'accroissement de ses activités, impliquant une réorganisation permanente des plannings et une gestion optimisée des tournées en temps réel, SAGERE a recherché une solution qui allie amélioration de la productivité des ressources mobiles durant leurs déplacements et implication de la planification des livraisons. L'objectif était de respecter les contraintes horaires des clients ainsi que celles liées aux véhicules (disponibilité des camions, capacité...).

à l'exercice précédent, sachant que la charge de travail a augmenté en volume », explique Pascal Bernard.

La solution GEOCONCEPT est aujourd'hui pleinement opérationnelle et à terme, devrait s'appliquer à l'organisation des tournées au quotidien, une fois la commande transmise aux équipes mobiles de SAGERE.

«Une économie de carburant d'environ 3%.»

«TourSolver for Geoconcept permet d'établir des plans de tournées cohérents, s'adaptant aux évolutions de commandes et respectant au plus près les contraintes horaires des clients.»

La solution offre la possibilité de réduire les coûts des trajets, le temps passé sur la route, mais également de simplifier la gestion de la logistique pour une meilleure maîtrise des approvisionnements.

« **TourSolver for Geoconcept** nous permet de réaliser une diminution du nombre de kilomètres de l'ordre de 500 km par jour et donc une économie de carburant d'environ 3 % par rapport

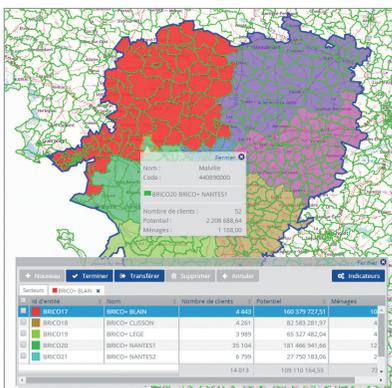


LES AUTRES NOUVEAUTÉS PRODUITS...

Geoconcept Sales & Marketing Portal 2.5

Afin de mieux répondre aux différents besoins d'analyse géomarketing voire GeoBI au sein de l'entreprise, Geoconcept Sales & Marketing Portal 2.5 propose désormais 5 modules métier : Analyse, Implantation, Ciblage, Rapport, et le tout dernier venu : Sectorisation. Une offre modulaire accompagne cette nouvelle version.

Cette solution web permet de réaliser des cartographies thématiques sur différents territoires, elle guide l'utilisateur dans la simulation d'une implantation potentielle et le calcul de sa zone de chalandise, elle permet de définir simplement les critères prioritaires de ciblage des territoires lors des campagnes marketing. Elle facilite maintenant le rééquilibrage de secteurs existants pour les adapter aux évolutions du marché, ajuster leur potentiel, grâce à des outils interactifs permettant d'évaluer l'impact de chaque modification tout en conservant un historique des scénarios.



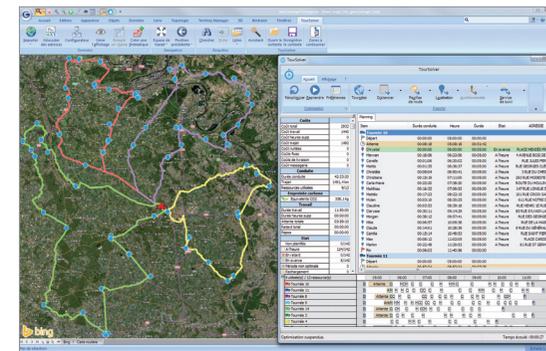
Reports 2.0 for Geoconcept

Créez vos rapports ou vos atlas bien plus vite et plus simplement avec Reports 2.0. Gagnez en productivité avec des modèles plus nombreux, de nouveaux assistants de création de tableaux et de filtres qui facilitent grandement la tâche. Vous pouvez désormais intégrer des données externes (bases de données) à vos rapports.

Et toujours, publiez vos rapports vers Geoconcept web en quelques clics dans le menu **Liens/Publier**.

Retrouvez ces nouveautés du composant de reporting directement dans Geoconcept Enterprise, Geoconcept Sales & Marketing et Geoconcept Défense.

Seule la production en masse de plus de 50 rapports en simultané et l'accès à certains formats de documents (HTML, Excel...) sont réservés au module Reports for Geoconcept. Et à venir prochainement, la génération automatique et planifiée de rapports...



TourSolver 6.1 for Geoconcept

Vous le savez, TourSolver, c'est la solution simple pour optimiser des tournées sous Windows.

Microsoft MapPoint est mort. Vive Geoconcept ! En effet, TourSolver s'intègre pleinement à Geoconcept avec une interface la plus allégée possible pour se concentrer sur l'essentiel : importer vos clients et vos ressources, les géocoder, avant de déclarer vos contraintes et d'optimiser votre plan de tournées dans TourSolver. Ainsi, l'outil répond au plus grand nombre et s'adapte à chaque métier.

Au programme de cette version 6.1 : une meilleure intégration à Geoconcept, des exports Excel améliorés et enrichis, des améliorations d'ergonomie et la compatibilité Unicode pour les versions diffusées en Asie. Pour les utilisateurs de MapInfo, la compatibilité avec la version 12.5 est assurée.

Une version Cloud est également en cours de développement.

Plus d'infos sur www.toursolver.com !

