

# B@nque

## Avec MicroStrategy, Cetelem muscle son "business intelligence management"

*Dans la banque en général et l'industrie du crédit à la consommation en particulier, la mise en place d'outils décisionnels et analytique tend à se généraliser. Crise ou pas, le pilotage de la performance et la gestion des clients deviennent des pivots de la stratégie des entreprises. Une approche sur laquelle se concentre le Cetelem avec le déploiement de solutions éditées par le spécialiste de la business intelligence, MicroStrategy. Retour d'expérience.*

Une entreprise comme Cetelem dont l'activité commerciale repose essentiellement sur le traitement de fortes volumétries de données clients, doit optimiser sans cesse ses processus, pour tenir compte de l'évolution des technologies bien sûr, mais aussi de l'adaptation permanente de ses stratégies marketing aux nouvelles attentes de la demande.

Un exercice pas facile à l'heure où les interrogations du public se multiplient sur le pouvoir d'achat, l'emploi ou le financement des retraites. Comprendre, anticiper, déterminer les besoins et attentes des clients, tout est là.

*« Pour rester en phase avec le marché, c'est-à-dire avec l'évolution des consommateurs de crédit, nous devons revoir régulièrement nos modèles statistiques et produire des données compréhensibles et exploitables que*

*nous mettons à disposition des services marketing », confie à Point Banque Aline Wilthien, responsable*



Aline Wilthien et Christine DaSilva, Cetelem

du Département outils décisionnels chez Cetelem. A quoi, Christine DaSilva, Responsable du pôle pilotage portefeuille clients, ajoute immédiatement: « Nous améliorons sans cesse les processus nous aidant à mieux comprendre le comportement

*client, le type de relation qu'il entretient vis-à-vis du crédit, l'analyse par CSP, les niveaux de revenus, les modes de vie, l'ancienneté et d'autres paramètres encore». Autant de raisons qui ont poussé l'organisme financier à construire un véritable pilotage décisionnel client. Au travers de cette exigence, c'est l'amélioration de la performance commerciale de l'établissement, dans son ensemble, qui est bien sûr visée. La partie recouvrement et contentieux, fonction qui suppose également l'intégration de nombreuses données clients est néanmoins gérée par des entités métiers spécifiques disposant de leurs propres outils. Explication : les contraintes commerciales et réglementaires se recoupent, mais en partie seulement. Difficile donc, de créer un système entièrement unifié de traitement des informations et des données clients. Dans cette approche, Cetelem se fait accompagner par les techniciens de MicroStrategy. « Nous nous appuyons notamment sur les solutions MicroStrategy, mais aussi sur leur expertise métier afin de développer nos projets décisionnels, ajoute A. Wilthien. Ainsi, nous avons fait appel à eux dès le deuxième trimestre 2007 pour le travail de modélisation des bases de données, aspect très important dans des chantiers de ce type. »*

### Le rôle des outils de reporting

Et la responsable du Cetelem n'a pas tort dans son appréciation : avant de procéder au déploiement de modules applicatifs, par exemple des outils de reporting (opérationnel, de gestion...) pour superviser, en particulier, les actions commerciales et les mettre à disposition des services concernés, il convient d'abord d'organiser les systèmes de bases de données destinés à intégrer et traiter les données s'avère crucial. Depuis cette année, différentes matrices de tableaux de reporting ont d'ailleurs été mises en production. « Nous avons fait en sorte que ces nouveaux outils aient un côté convivial, ▶



► **Avec MicroStrategy, Cetelem muscle son "business intelligence management"**

voire ludique, faute de quoi les utilisateurs ne se les approprient pas», confirme Christine DaSilva. Aujourd'hui, une vingtaine de personnes travaillent avec des outils informatiques dédiés fonctionnant à l'aide d'un environnement logiciel MicroStrategy, d'autres évolutions étant d'ores et déjà à l'étude au cours de la période qui s'ouvre .

« Dans nos interventions nous faisons bénéficier nos clients de notre méthodologie TAS (ndlr, voir encadré) dont la finalité est de concevoir et gérer dans la cohérence les projets de business intelligence. Les banques sont très réceptives aux bonnes pratiques inhérentes aux missions menées chez nos clients de par le monde, pour garantir la réussite de leurs projets, dans le respect

des budgets et des délais », remarque de son côté Nicolas Hirsch, Directeur commercial de MicroStrategy.

**Datamining et décisionnel au menu de 2009**

En effet, bien qu'aucune date précise ne soit pour l'instant arrêtée, en 2009, un projet mené au niveau d'UCB Cetelem devrait voir le jour. Parmi les buts poursuivis : optimiser l'exploitation des plates-formes de BI (business intelligence) et procéder au déploiement de datawarehouses.

« Dans le cadre de l'opération de rap-

prochement entre les établissements UCB et Cetelem, ndlr, voir encadré) nous envisageons de mettre en cohérence le portefeuille client d'UCB avec le nôtre et de concevoir des indicateurs adaptés pour parvenir à une vue unifiée du client , conclut pour sa part Aline Wilthien.

D'une façon générale, le projet s'inscrit, pour une large part, dans la logique du datamining. Une technique exploitée de plus en plus activement dans l'industrie financière et l'univers du crédit à la consommation. On le sait, la connaissance du client est un enjeu stratégique pour les entreprises. ■

Gilles PROD'HOMME

**MicroStrategy s'est positionné sur le marché de la business intelligence avec la méthodologie TAS**

Fondée en 1989, la société MicroStrategy est un des principaux acteurs de l'informatique décisionnelle et des solutions de business intelligence (BI) au travers du développement de logiciels intégrés de reporting, d'analyse et de pilotage de l'activité de l'entreprise. La plate-forme BI MicroStrategy 8 qui couvre les 5 grands styles de décisionnel (Analyses Prédictives et Reporting ad hoc, Reporting d'Entreprise, Analyses Multidimensionnelles (OLAP), Scorecards et Tableaux de Bord, Alertes et Notification Proactive) constitue la principale offre technologique mise à disposition par l'éditeur américain, qui, par ailleurs, a conçu le Technical Advisory Services, TAS: une méthodologie fournissant aux clients un accompagnement en conseil et stratégie et des services d'audit; TAS offre une base de connaissance pour les adhérents au travers d'un programme ad hoc.

Avec plus de 3.000 clients et plus de 15 années d'expertise dans toutes les industries, le programme TAS donne la possibilité d'être au contact des meilleures pratiques sur plusieurs aspects essentiels :

- Evaluation de la performance des processus métiers.
- Planification et conception des architectures de business intelligence.
- Stratégies de développement et de déploiements.
- Audits projets.
- Réglage et correction des problèmes techniques.

**Le rapprochement entre UCB et Cetelem va doper les projets autour de la business intelligence**

En 2007, les sociétés Cetelem et UCB ont engagé leur rapprochement pour créer le métier BNP Paribas Personal Finance au sein du pôle Retail Banking de BNP Paribas.

De fait, le 1er juillet 2008, la fusion de Cetelem et d'UCB a effectivement donné naissance à BNP Paribas Personal Finance (29.000 collaborateurs, 100 Md€ d'encours gérés à fin 2007).