

“LES RELATIONS SIEGE/TERRAIN”

L’offre de la « business intelligence » pour créer d’étonnantes collaborations Siège/Terrain.

IFM

24 septembre 2009

Philippe VOISIN
Jean Bastien VOISIN

This report is solely for the use of client personnel. No part of it may be circulated, quoted, or reproduced for distribution outside the client organisation without prior approval from VRintelligence. This material was used by VRintelligence during an oral presentation; it is not a complete record of the discussion that took place.

LES RELATIONS SIEGE/TERRAIN

PASSER D'UN MODE DE DECISION EMPIRIQUE A UN MODE DE DECISION BASE SUR LA SIMULATION ET LA COLLABORATION

- 1. Introduction**
- 2. Que font les autres secteurs industriels en matière de simulation?**
- 3. Pour un changement radical pouvant réduire le 'time-to-market' à un tiers des temps actuels**
- 4. L'offre "Business Intelligence" génère des collaborations étonnantes Siège/Terrain**

Pour décider à un certain moment,
Il faut réunir préalablement un
maximum de bonnes informations.

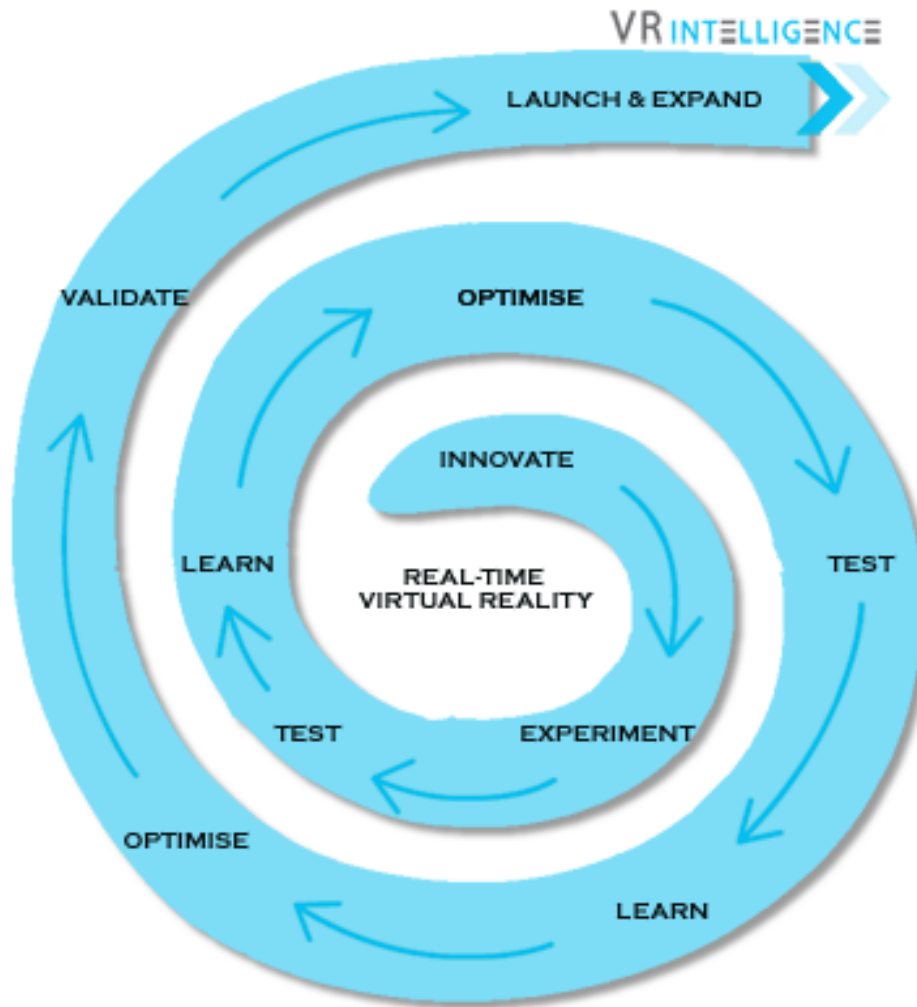


L'absence de standards affecte la performance de la chaîne de valeurs



L'usage de standards facilite la communication interne et externe





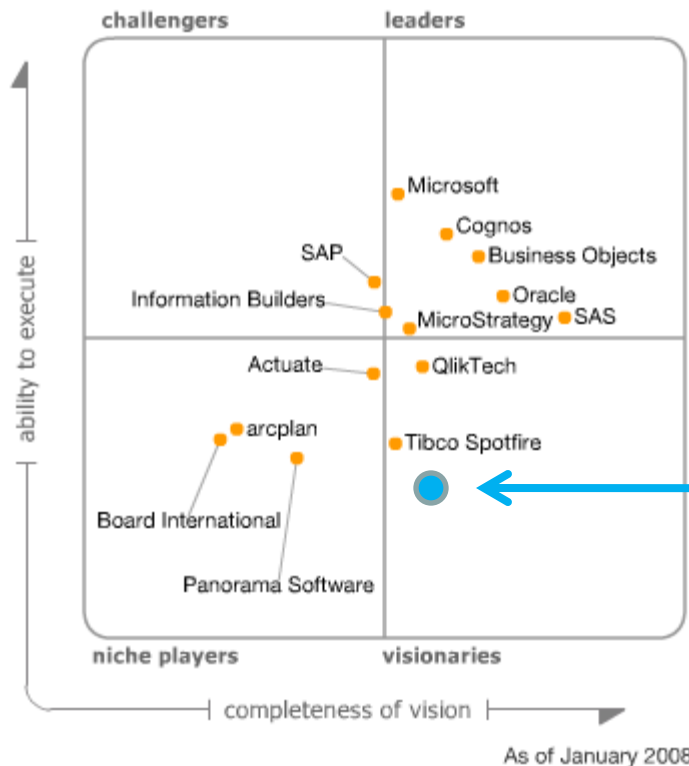
Méthodologie de décision

1. Simulation
2. Interaction
3. Décision

La capacité de mesurer est déterminante pour décider.

La Business intelligence est née de la capacité informatique à traiter des masses de données jamais traitées auparavant.

VRintelligence contribue à cette nouvelle offre en proposant au secteur FMCG la capacité de traiter les données en immersion visuelle en temps-réel.



Source: Gartner (January 2008)

Que font les autres secteurs industriels en matière de simulation?

Ludo-éducatif:

Musées virtuels 3D,
Événements interactifs 3D (futuroscope)



DE PINXI / BRUXELLES 1990

Recherche pétrolière:

Avant simulation: 85% d'inconnues
Avec simulation: 15% d'inconnues



- MALAYSIA

Recherche spatiale:

La simulation vérifie l'interaction entre opérateurs de plusieurs pays et de culture technologique différente.



E.S.A.



IKEA: Sims2 : 22 langues 60 pays



PSA: 6.000 crash-tests/an



L'Oréal équipe avec succès IFM les écoles de coiffure avec 2nd life

CRÉER!

DEVELOPPER & QUALIFIER!!

DECIDER!!!



✓ Prototyping collaboratif

✓ Décision sur un packaging 3D plutôt que sur une image 2D

✓ Merchandising du point de vente

✓ Marketing du point de vente

✓ Test en magasin



Concept produit

Pack 3D Habillage 2D



Développement packaging



Impact sur le point de vente



Expérience du magasin virtuel



Etude de comportement de l'acheteur

VRintelligence tools®: suite de solutions transversales pour simuler, anticiper, innover, collaborer et décider.

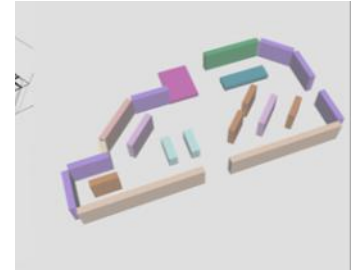
Stop rayon



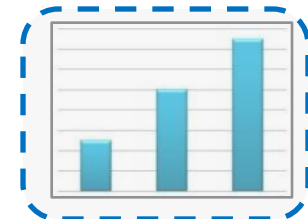
PLV - ILV



Packaging

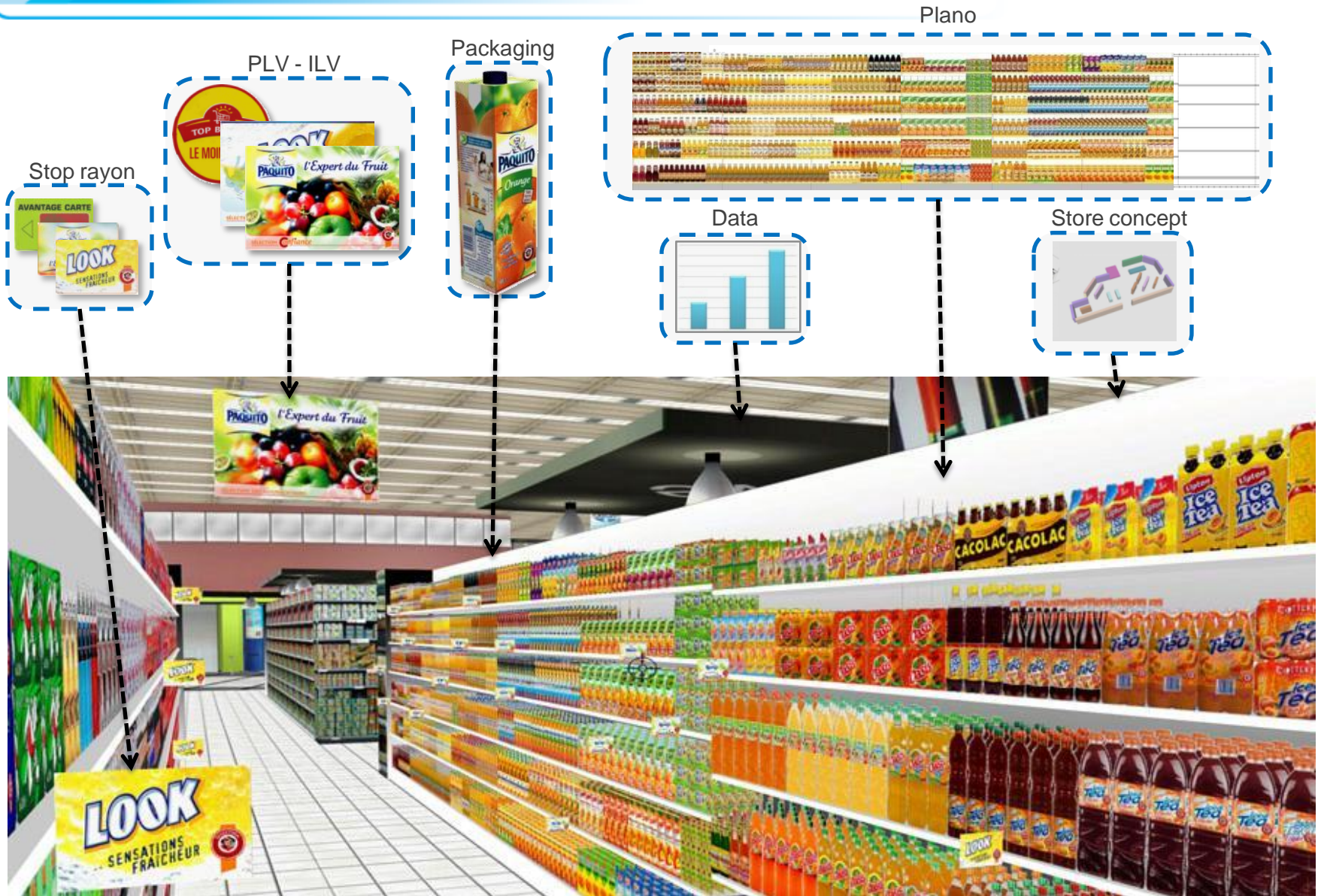


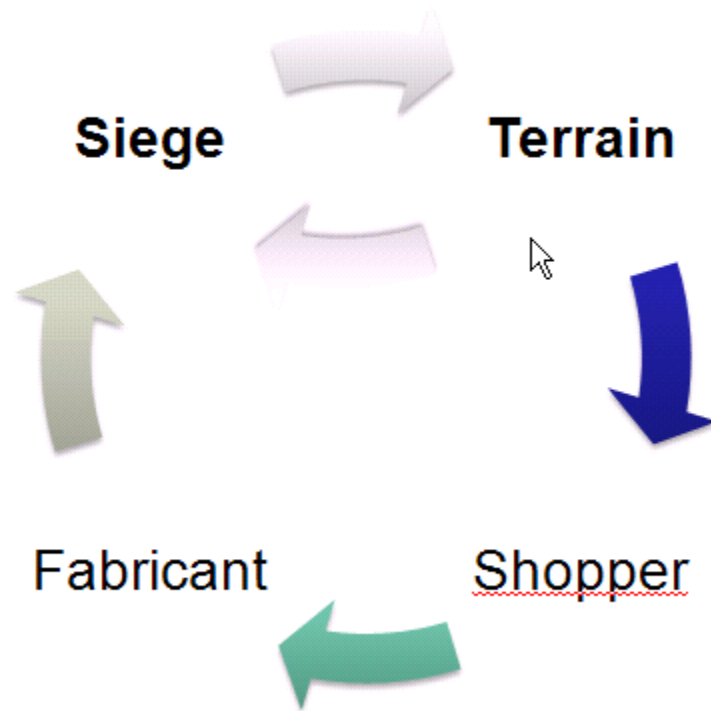
Data



Plano







- **Shopperlab VRI©**
 - **Vision et méthodologie basées sur la simulation**
 - **Concept d'innovation**
 - **Centre de décision collaboratif**
 - Immersion dans vos points de vente en grandeur réelle
 - Portabilité: web
 - **Communication B2B**
 - Crédible
 - Pro-active
 - Relations Siège/Terrain permanentes, faciles, performantes
 - **Dans le contexte de crise, plutôt qu'uniquement réduire les dépenses, VRintelligence propose une méthodologie basée sur la simulation pour réduire le « time-to-market » à un tiers des temps actuels et disposer d'outils d'aide à la décision intégrant la visualisation de vos projets.**
 - Le shopperlab© est proposé en service sur site.

3D Product hit visualisation: **Short route** / **Complex route**



Les points bleus et rouges représentent les points d'impact du regard des « shoppers » dans l'espace du point de vente.





MARCHES

- 3D store
- hyper
- super
- convenient
- petrol station
- fast food
- bar
- cine
- outdoor
- vending machine
- city

Nos applications dans le monde: <http://www.vrintelligence.be/casestudies.html>

POUR PLUS D'INFORMATION, CONTACTER

Philippe VOISIN & Jean Bastien VOISIN

www.vrintelligence.com

Tel: +32 (0)2 654 00 63