

Témoignage client

Telefónica

Défi

Face à l'explosion du big data, qui continue de transformer l'économie, les marketeurs doivent faire preuve de créativité pour tirer parti de ces données afin de monétiser l'information et d'offrir de la valeur au consommateur.

Des séances d'« improvisation » démocratise la réflexion orientée données

Telefónica obtient des innovations majeures et de meilleurs résultats grâce à une culture de prise de décision créative

« Les musiciens de jazz sont passés maîtres dans l'art de la communication, car le moindre aspect de leur musique dépend d'une collaboration en temps réel », explique Alfredo López Navarro, Knowledge Manager au centre de commande numérique allemand de Telefónica. C'est sur cette métaphore que repose le concept inventé par Alfredo López Navarro, baptisé JAM Sessions Methodology, autrement dit, une méthodologie de séances d'improvisation. Cette méthodologie invite à traiter les données de manière fluide pour favoriser la créativité, et faire le lien entre les données disponibles et les connaissances organisationnelles.

Alfredo López Navarro rappelle que Telefónica, l'un des premiers opérateurs de télécommunications mondiaux, a été récemment distingué par le magazine Fortune pour ses innovations, et que la méthodologie JAM illustre parfaitement cet état d'esprit. « JAM est le fruit de ces efforts, capable de réunir différents niveaux de compétence et des profils très variés dans une culture décisionnelle orientée données », déclare-t-il.

Telefónica a déployé la méthode JAM dans de nombreux départements de l'entreprise – développement de produits, recherche et développement, études de marché, marketing, etc. Alfredo López Navarro, son principal artisan et son adepte le plus fervent, a pour mission d'explorer les données – et d'aider les autres à en faire autant. « J'ai beaucoup de chance », se réjouit-il. « Je suis là pour jouer avec les données, explorer différentes sources et parcourir toutes les données entrantes dans le but d'en tirer des enseignements et de les transformer en avantages concurrentiels, afin d'améliorer les décisions de l'entreprise et de s'outenir son efficacité opérationnelle et financière. »

Les données, facteur de croissance et de communication

Ces 20 dernières années, Telefónica est passé du statut d'opérateur téléphonique traditionnel, proposant des abonnements de téléphonie fixe et mobile, à celui de géant de l'Internet à part entière, dont des millions de personnes à travers le monde utilisent les services pour conjuguer quotidien et modernité. Alors que l'entreprise se prépare à lancer des réseaux mobiles 5G, ses activités n'ont jamais pris autant d'ampleur. Et les défis à relever sont à la hauteur.

Aujourd'hui, le rôle d'un opérateur de télécommunications ne se résume pas à fournir l'infrastructure physique et les appareils de navigation Internet. Il englobe la navigation proprement dite, les voitures sans chauffeur et le développement de villes intelligentes, entre autres. Notre quotidien repose de plus en plus sur la « technologie intelligente », et des sociétés comme Telefónica, dont les abonnés ont accès à cette technologie, sont à l'avant-garde de cette nouvelle révolution des données. Les efforts d'Alfredo López Navarro aident Telefónica à tirer profit de ces bouleversements.

« Les communications vont exploser, car tout sera interconnecté », assure-t-il. « Dans certains cas, nous nous heurtons à des difficultés techniques, notamment en termes de fiabilité et de latence des communications, qui permettront à des secteurs d'activité et services totalement inédits de voir le jour. Parfois, comme dans les applications d'Internet des objets, la barrière est culturelle. Pour que les villes ou les réseaux électriques intelligents trouvent toute leur place dans nos vies, la société doit évoluer. Le changement des mentalités est d'ailleurs l'un des principaux défis de l'industrie 4.0, et la méthodologie JAM y attache beaucoup d'importance. »

Les « JAM Sessions » donnent des orientations structurelles pour sortir des sentiers battus

Pour Alfredo López Navarro et son équipe, les « JAM Sessions » consistent à faire des tests sur les données afin d'en tirer des informations sur ces nouvelles opportunités de croissance. « Aujourd'hui, mais aussi dans l'esprit des experts et des professionnels, les connaissances se présentent sous forme de données », analyse-t-il. La méthodologie des JAM Sessions est un processus mis au point par Alfredo López Navarro pour stimuler la collaboration entre professionnels, dans le but avoué de « sortir des sentiers battus » afin d'obtenir des informations marketing et commerciales stratégiques. À l'image des « jam bands » qu'il admire, il s'agit d'improviser avec différents instruments pour



« Toucher » les données relève de la magie. La visualisation peut parfois suffire, mais il est indispensable de faire parler les données. Le Constructeur de graphiques JMP excelle dans ce domaine.

Alfredo López Navarro, Knowledge Manager,
Centre de commande numérique



trouver des solutions efficaces, et d'adopter une approche créative et collaborative pour favoriser la réussite commerciale.

Pour réussir son pari, Alfredo López Navarro a dû trouver un moyen de démocratiser la science des données afin que des personnes de tous horizons puissent apprêter correctement la méthodologie. « Les données sont considérées comme le 'nouveau pétrole' de l'ère actuelle », affirme-t-il. « Mais je pense que nous vivons une période de transition, où les anciens modes de pensée font encore obstacle à de nouvelles possibilités. »

Même si Excel n'avait plus aucun secret pour la plupart des collaborateurs de Telefónica, Alfredo López Navarro a réalisé que pour opérer un véritable changement culturel au sein de l'entreprise, ils avaient besoin d'un nouvel outil, en l'occurrence un progiciel doté de fonctions analytiques plus sophistiquées qu'Excel, Tableau ou SPSS, mais aussi d'une interface interactive plus conviviale, à la portée des utilisateurs novices en statistiques. « Je suis toujours en mode recherche », poursuit Alfredo López Navarro. « Je suis curieux de nature et je cherche constamment à tester de nouveaux outils pour voir comment ils fonctionnent. » Il se souvient de sa première réaction, immédiate, vis-à-vis de JMP. « JMP peut faire la même chose que SPSS, tout en offrant beaucoup d'autres possibilités. Il est totalement interactif et visuel. » JMP est à présent indispensable pour fournir les informations propices au changement de comportement – et à l'amélioration des résultats de Telefónica.

« Même les data scientists les plus attachés à l'open source peuvent adorer JMP. »

Alfredo López Navarro et son équipe travaillent actuellement sur les tarifs, en examinant les données du marché et des chiffres externes – notamment des jeux de données météorologiques et macro-économiques – pour produire des informations sur l'utilisation et le coût d'Internet. Pour Alfredo López Navarro, la visualisation des données est la partie la plus importante du processus. « "Toucher" les données relève de la magie. La visualisation peut parfois suffire, mais il est indispensable de faire parler les données. Le Constructeur de graphiques JMP excelle dans ce domaine. Nous réalisons beaucoup

d'analyses de modélisation multivariées, et la nouvelle fonction de projet de JMP 14 permet de documenter très facilement les processus complexes... Ce qui change vraiment la donne... Les gens sont ravis. Nous pouvons désormais utiliser JMP comme une présentation PowerPoint. »

« Même les data scientists les plus expérimentés de Telefónica sont conscients des énormes avantages de JMP », ajoute-t-il. Si les statisticiens et les développeurs de la société écrivent régulièrement des scripts ou enrichissent une bibliothèque open source de plus en plus vaste, ils n'en tirent pas moins considérablement parti de l'interactivité graphique de JMP. Le Constructeur de graphiques JMP est l'un des piliers de l'exploration des données, même si les data scientists peuvent choisir d'exécuter leurs propres scripts en langage R ou Python avec le résultat obtenu. « Il arrive que nos données proviennent d'un processus créé en langage R ou Python, mais dans ce cas, nous les transférons dans JMP... nous connectons un jeu de données au Générateur de requêtes, puis nous procédons à l'exploration pour dégager des informations », détaille Alfredo López Navarro. « Même les data scientists les plus attachés à l'open source peuvent adorer JMP. »

JMP® fait le lien entre expérimentation créative et application utile

Le travail d'Alfredo López Navarro et sa méthodologie JAM Sessions reposent entièrement sur l'adoption d'une approche collaborative et créative de l'analyse statistique. Il cherche à tout prix à démystifier le monde des données, au sein de Telefónica comme en dehors.

« En ce qui concerne le centre de commande numérique de Telefónica en Allemagne, l'organisation des JAM Sessions est un exercice libre de génération d'informations, où les connaissances de l'entreprise et les statistiques se recoupent dans des interfaces visuelles qui facilitent le travail en équipe entre non-statisticiens et data scientists », conclut-il. « Les idées affluent spontanément et de manière inattendue. Néanmoins, de la même façon qu'un concert improvisé n'est possible qu'après des années de pratique et d'étude, une méthodologie systématique est nécessaire pour arriver à cet heureux hasard de manière utile : les informations et les théories doivent être fondées. »

Solution

Utiliser JMP pour extraire des connaissances pratiques d'un jeu de données – externe ou interne – et faire le lien entre les données et les décisions prises dans l'entreprise.

Résultats

Telefónica a adopté la méthodologie JAM Sessions, un système basé sur JMP qui permet aux professionnels de tous horizons de collaborer pour générer des informations.

Pour contacter votre représentant JMP local, consultez le site Web : jmp.com/offices



SAS et tous les autres noms de service ou de produit de SAS Institute Inc. sont des marques ou des marques déposées de SAS Institute Inc. aux États-Unis et dans d'autres pays. ® désigne une marque déposée aux États-Unis. Les autres marques et noms de produit sont la propriété de leurs sociétés respectives. Copyright © 2018, SAS Institute Inc. Tous droits réservés. 110049_G91598.1118

Les résultats exposés dans le présent document se rapportent aux situations, aux modèles métier, aux données et aux environnements informatiques y étant décrits. L'expérience de chaque client SAS étant unique et reposant sur des variables métier et techniques, il convient de considérer les présentes déclarations comme singulières. Les économies, résultats et performances réels dépendent des configurations et conditions côté client. SAS ne peut garantir des résultats similaires à chaque client. Les seules garanties relatives aux services et produits SAS sont celles exposées dans le contrat écrit associé. Aucune mention figurant dans le présent document ne peut être considérée comme une garantie supplémentaire. Les témoignages des clients s'inscrivent dans le cadre d'un accord contractuel ou d'une série de projets ayant abouti suite à l'implémentation réussie des logiciels SAS.