



All you need. **With love.**



Intelligence Artificielle Collaborative

## **Manutan optimise ses réponses aux appels d'offre B2B et ses ventes en ligne grâce à la solution d'Intelligence Artificielle ouverte de Target2Sell**

**Manutan, leader européen du e-commerce B2B, a mis en place des algorithmes métiers basés sur la connaissance approfondie de son business et de ses clients avec deux objectifs distincts : permettre une optimisation des réponses aux appels d'offres et un accroissement de ses ventes cross-selling en ligne. En collaboration avec les équipes Merchandising et Data de Manutan, Target2Sell a développé et déployé ces algorithmes métiers spécifiques sur sa plateforme ouverte.**

### **Un partenariat fort et pérenne**

Afin de proposer la bonne offre et les bons produits à chacun de ses clients, Manutan a sélectionné en janvier 2016 Target2Sell pour l'accompagner dans la personnalisation de son offre.

Manutan a progressivement déployé, sur ses 25 filiales implantées dans 17 pays européens, les modules de recommandations de produit et le tri personnalisé des pages catégories de l'IA de personnalisation de Target2Sell. L'étroite collaboration avec les équipes Merchandising de Manutan a permis **d'augmenter le taux de conversion des commandes en ligne de 20 % et le panier moyen de 10 %.**

### **Quand l'expertise métier permet d'utiliser l'IA pour renforcer ses résultats**

Fort de ses expériences et de la montée en compétences de ses équipes sur la plateforme IA de merchandising personnalisée de Target2Sell et grâce à des formations et des points d'accompagnements réguliers, Manutan a identifié deux besoins distincts :

- Contribuer à l'augmentation de son chiffre d'affaires en ligne
- Acquérir de nouvelles entreprises clientes

### **IA Collaborative : IA Ouverte et *Data Scientists* au service de Manutan**

En coopération avec la responsable technique du compte et les *Data Scientists* de Target2Sell, Manutan a spécifié ses besoins.

*« Au travers de l'IA, Target2Sell nous a ouvert la possibilité de pouvoir calculer et déployer de nouveaux algorithmes de personnalisation basés sur nos besoins métiers. Que ce soit au niveau de la plateforme technique, de l'accompagnement métiers ou des compétences Data Scientists, cette approche collaborative est une réelle valeur ajoutée forte pour un groupe spécialisé comme Manutan »* explique Lionel Garcia, responsable e-merchandising chez Manutan.

*« Notre plateforme ouverte permet de déployer des algorithmes spécifiques métiers – en plus de nos 1 000 algorithmes natifs – adaptés en fonction des besoins de nos clients.*

*Pour aider nos clients dans cette démarche, nous proposons des compétences mathématiques internes pour les développer si nécessaire.*

*Datant de 2017, les premiers déploiements d'algorithmes spécifiques, co-crésés avec nos clients, nous ont permis d'acquérir une expérience forte dans ce domaine depuis plus de 2 ans ! »* ajoute Arnaud Chevalier, CMO de Target2Sell.

### **Premier cas : l'automatisation des réponses aux appels d'offres B2B**

*« Deux projets ont été lancés en parallèle : le premier consistait à optimiser au maximum les réponses aux appels d'offres reçus par nos commerciaux »* explique Grégoire Dorsemaine, Responsable marketing de l'offre chez Manutan.

En effet, les équipes commerciales de Manutan reçoivent très régulièrement des appels d'offres incluant des cahiers des charges très complets sur les équipements d'entreprises : ces listes de besoins sont à chaque fois spécifiques avec des terminologies généralistes du type « fauteuil ergonomique de bureau ». Répondre à ces demandes représente un travail chronophage afin d'identifier le bon produit, la bonne référence, tout en privilégiant au mieux les produits en marque propre.

Manutan et Target2Sell ont donc imaginé un algorithme sur base d'analyse de texte (« *text mining* ») permettant d'identifier automatiquement des produits adaptés et de substitution de la marque Manutan, grâce à la connaissance produits acquise par la plateforme. Les réponses sont automatiquement pré-remplies à plus de 85%. **Un gain de temps, d'efficacité et de pertinence qui permet à Manutan de décupler sa puissance commerciale et d'être plus précis sur les recommandations de produits pour les devis !**

### **Second cas : les produits complémentaires issus de catégories complémentaires**

*« Dans ce second projet, il s'agissait de définir de façon plus précise les accessoires complémentaires présentés sur chaque fiche produit. En effet, avec nos centaines de milliers de références, il ne suffisait pas d'analyser les paniers, mais aussi d'identifier les catégories complémentaires à celle du produit ajouté au panier »* commente Lionel Garcia.

Cet algorithme a permis à Manutan de proposer, sur les fiches produits, des accessoires complémentaires plus pertinents. Par exemple, des casques de protection, de l'outillage à main et des chaussures de sécurité sont proposés en complément sur la fiche produit d'un escabeau.

Conçus conjointement par les équipes métiers de Manutan et de Target2Sell, cet algorithme spécifique a ensuite été industrialisé et déployé sur la plateforme et mis en œuvre sur le site Manutan, sur la fiche produit ainsi qu'au moment de l'ajout au panier.

*« Les clients ont beaucoup apprécié la pertinence de ces conseils supplémentaires afin de construire un panier plus complet et cohérent dès la première prise de commande. Depuis son lancement il y a 4 mois, cela représente déjà plus de 5% de ventes complémentaires sur le site »* complète Lionel.

### **IA Collaborative : la combinaison gagnante de deux champions métiers et techniques**

En combinant l'expertise métiers de Manutan, l'accompagnement technique et la Data Science de Target2Sell, et en s'appuyant sur les API ouvertes de la plateforme, Manutan a pu tester son idée et booster ses revenus et ses conversions, en fournissant un conseil adapté à des acheteurs exigeants sur les caractéristiques techniques des produits.

*« C'est ce que l'on appelle l'approche « Collaborative AI » : un mix d'expertises métiers, de développements algorithmiques et d'une plateforme d'Intelligence Artificielle avec une puissance de calcul exceptionnelle et de capacité de déploiement industriel des besoins spécifiques de nos clients ! » conclut Arnaud Chevalier.*

**A propos de Manutan**

Groupe familial créé en 1966, Manutan est le leader européen du e-commerce BtoB, spécialisé dans la distribution multicanale d'équipements pour les entreprises et les collectivités. Son offre de produits et de services de qualité est l'une des plus larges d'Europe, et lui permet de couvrir l'ensemble des besoins de ses clients et de les accompagner dans l'optimisation de leurs achats indirects. Avec 25 filiales implantées dans 17 pays d'Europe, le Groupe compte plus de 2 200 collaborateurs et réalise un chiffre d'affaires de 741 millions d'euros en 2017/18. Manutan France et Belgique ont été labellisées Best Workplaces 2018.

**A propos de Target2Sell**

Fondée en 2012, Target2Sell est la première plateforme ouverte & temps-réel d'Intelligence Artificielle dédiée à l'hyper-personnalisation de l'expérience client, sur tous les canaux digitaux et sur toutes les solutions de commerce des marchands. Déjà plus de 450 sites de retailers (Sephora, Galeries Lafayette, But, Micromania, Auchan, Monoprix, Etam, Camaieu, Yves Rocher, Manutan ...) l'ont adopté et décuplent leurs ventes : rejoignez-les dans la révolution du Commerce 1to1 !