



Darwin Pricing

Services de Data Science

Conseil, développement et formation en **science des données,**
pronostic de vente et
pricing dynamique





Votre Consultant Data Science

Sébastien Fauvel

Formation académique:

École normale supérieure de Paris (Physique/Chimie/Informatique 2003-2008)

Professeur certifié de Mathématiques (Université de Léna, CAPES 2007)

Expérience professionnelle:

Développement de la solution de prévision des ventes du **groupe H&M** à Stockholm (2019-20)

Développement de la plateforme de pricing dynamique de **Hachmeister+Partner** (2018-19)

Développement de la solution de pricing dynamique du **groupe OTTO** à Hambourg (2017-18)

Président fondateur de **Darwin Pricing** à Bâle, développement de solutions de pricing dynamique, conférencier et consultant data science (depuis 2013)





Projets récents

- ★ Développement de la solution de prévision des ventes et d'optimisation des stocks du **groupe H&M** à Stockholm (deuxième enseigne de vêtements mondiale, 22 milliards d'euros de chiffre d'affaire)
- ★ Développement de la solution de nouvelle génération pour la prévision des ventes et le pricing dynamique du **groupe OTTO** à Hambourg (vente en ligne et par catalogue, 13 milliards d'euros de chiffre d'affaire)
- ★ Développement d'une solution de prévision des ventes et de pricing dynamique dans le domaine du sport et de la mode pour les grands magasins **Hagemeyer** et **L&T** à Minden et à Osnabrück
- ★ Développement d'une solution de géo-pricing dynamique pour **Worldwide Cyclery** aux États-Unis (équipement de cyclisme professionnel), utilisée sur plus de 700 sites de vente en ligne



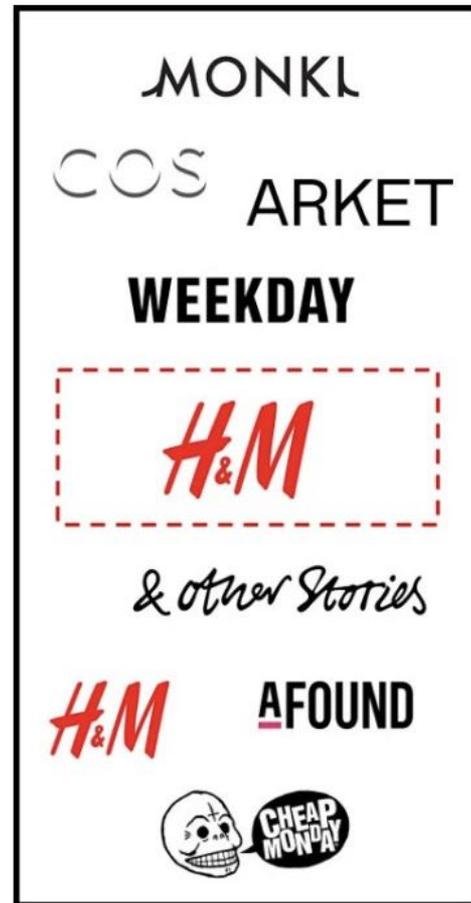


Groupe H&M

Prévision des ventes et optimisation des stocks

Avec un chiffre d'affaires de plus de 22 milliards d'euros, le groupe H&M est la deuxième enseigne de vêtements mondiale. Après son partenariat avec le Boston Consulting Group pour créer de premiers prototypes, H&M a lancé l'initiative H&MxAI pour devenir le leader mondial en intelligence artificielle dans le domaine de la mode, et utiliser l'apprentissage machine tout au long de la chaîne logistique.

Darwin Pricing a été choisi comme partenaire stratégique pour développer en interne le premier projet H&MxAI à ne pas avoir été incubé par BCG. Avec une équipe de 10 spécialistes en data science, développement logiciel et analyse opérationnelle, nous avons développé la solution de prévision des ventes utilisée pour optimiser les quantités produites pour la saison à venir, en travaillant selon une méthodologie agile (SCRUM).





Groupe OTTO

Pricing dynamique et formation en data science

Avec un chiffre d'affaire de plus de 13 milliards d'euros, le groupe OTTO est l'un des acteurs majeurs de la vente en ligne et du multichannel retail en Allemagne. Préparant la cession stratégique de son entreprise de pricing dynamique Blue Yonder, le groupe OTTO cherchait à acquérir en interne les compétences en science des données, pronostic de vente et pricing dynamique nécessaires au contrôle de cette compétence essentielle à son cœur d'activité.

Darwin Pricing a été choisi comme partenaire pour développer en interne une solution de nouvelle génération de pronostic de vente et de pricing dynamique, définir un cahier des charges avec les équipes métier selon une démarche agile (SCRUM) et former une nouvelle équipe de huit data scientists et data engineers sur les thématiques du pricing dynamique.

otto group

ABOUT YOU **baumarkt** **BAUR** **bon prix**
it's me!

Crate&Barrel **DBR** **FRANKONIA** **fg**
Die Stadt nach dem Eckher

heine **INTO-e** **KÜCHE & CO** **LASCANA**
IT'S A WOMAN'S WORLD

limango **MANUFACTUM** **MYTOYS GROUP** **OTTO**

otto group russia **OSP** **Otto Japan** **Project A**
Otto Group Solution Provider A member of the otto group

QUELLE **Schwab** **shopping24** **smatch.com**
www.quelle.de internet group

SportScheck **UNITO** **Witt-Gruppe** **WOHNKLAM**
A member of the otto group



Résultats obtenus

1

Grâce à notre approche agile, les équipes métier Mode et Sport sont pleinement satisfaites des résultats obtenus en termes de chiffre d'affaire, de marge de profit et d'écoulement des stocks

2

Une équipe de huit data scientists et data engineers, ainsi que deux product owners et qu'un SCRUM coach, a été formée sur les thématiques techniques et métier dans le domaine du pricing dynamique: Big data, data science, multichannel retail, pronostic de vente et optimisation des prix

3

Les équipes métier Électrodomestique, Électronique Grand Public et Linge de Maison ont pu amorcer leur transition vers le nouveau système de pricing dynamique en pleine confiance

4

L'entreprise de pricing dynamique Blue Yonder a pu être cédée à JDA Software sans engager de risques stratégiques pour le groupe OTTO, et la satisfaction des équipes métier s'en est trouvée accrue en termes de résultats, de coûts, de réactivité et de sécurité des données



Impact

Un test A/B a été mené à bien sur plus de 20 000 produits pendant 12 semaines. Les prix de deux groupes de produits ont été fixés en alternance manuellement par les équipes métier, et automatiquement par la solution de pricing dynamique. Les résultats obtenus, très stables, ont rapidement dépassé toutes les attentes:

Volume de vente

+52%

de produits commandés

Chiffre d'affaires

+31%

de revenus générés

Profits

+20%

de profits réalisés





Magasins Hagemeyer et L&T

Pricing dynamique en magasin

Hachmeister+Partner, principal cabinet de conseil et benchmarking dans les domaines Sport, Mode et Tendances en Allemagne, collecte et analyse les données des systèmes de caisse des plus grandes chaînes de magasins allemandes depuis plus de 60 ans.

Pour deux de ses clients, les grands magasins Hagemeyer et L&T à Minden et à Osnabrück, Hachmeister+Partner a choisi Darwin Pricing pour développer un système de pronostic de vente et de pricing dynamique utilisé en magasin de manière à réduire les excédents de stock en fin de saison tout en maximisant les profits réalisés.

Cette solution de pricing dynamique en magasin, qui prend en compte la performance des marques de mode et de sport sur tout le territoire, les prix pratiqués par la concurrence ainsi que les conditions météorologiques, est élargie progressivement à l'ensemble des clients de Hachmeister+Partner dans le cadre d'une coopération à long terme.



hachmeister+partner



Hagemeyer





Impact

Un total de 600 000 prix ont été optimisés quotidiennement sur l'ensemble des 6 filiales de Hagemeyer et L&T. La solution de pricing dynamique, basée dans la cloud, intègre les données de vente et les prévisions météorologiques ainsi que les prix des concurrents en ligne. Les résultats obtenus parlent d'eux-mêmes:

Chiffre d'affaires

+5%

de revenus générés

Marge commerciale

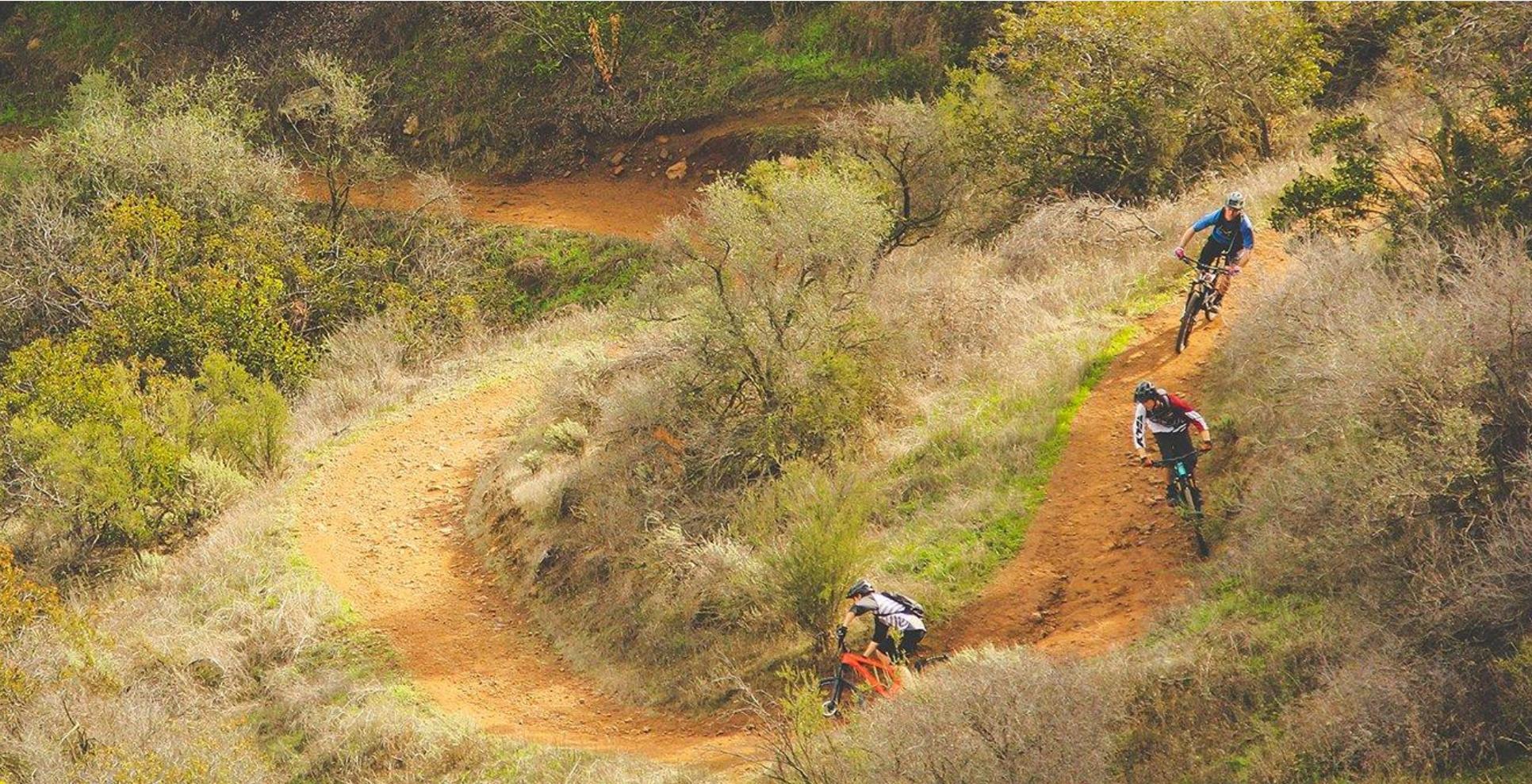
+10%

de taux de marge global

Profits

+15%

de profits réalisés





Worldwide Cyclery

Géo-pricing dynamique en ligne



Worldwide Cyclery est une enseigne de vente de matériel de cyclisme professionnel B2B et B2C reconnue internationalement, basée à Newbury Park (CA) et à Lancaster (PA).

Dans le cadre de l'expansion commerciale de son activité de vente en ligne aux États-Unis et à l'international, et sur un marché très compétitif à faibles marges de profit, elle cherchait à optimiser sa stratégie promotionnelle par pays, par région et par ville.

Darwin Pricing a été choisi comme partenaire pour développer une solution de géolocalisation, de ciblage promotionnel de leurs clients et d'optimisation des prix sur leur site internet. La solution met en œuvre des techniques de géolocalisation par adresse IP, d'intelligence artificielle pour mesurer l'élasticité de la demande en fonction des niveaux d'offres promotionnelles par région, et de géo-pricing dynamique pour ajuster leurs promotions en ligne aux conditions du marché locales et augmenter les profits réalisés.



Impact

Un test A/B a été mené à bien sur deux groupes de visiteurs du site internet choisis au hasard pendant 4 mois. Le premier groupe a reçu uniformément une remise exceptionnelle de 10% sur son premier achat (optimal global), tandis que le second a reçu une remise dont le montant, optimisé automatiquement, dépendait de leur géolocalisation. Les résultats obtenus, très satisfaisants, ont été probants sur l'ensemble du territoire:

Taux de conversion

+7%

de nouveaux clients par mois

Chiffre d'affaires

+38%

de revenus générés

Profits

+35%

de profits réalisés



Contactez-nous pour une montée en puissance de vos équipes pricing & data science!



Sébastien Fauvel
DG & Consultant Data Science
Darwin Pricing Sàrl
sebastien.fauvel@darwinpricing.com
+49 176 98 36 57 82
41 Bahnhofstrasse, 5000 Aarau, Suisse