



Visiter le siège social de The Coca-Cola Company au centre-ville d'Atlanta, c'est un peu comme remonter dans le temps, tout en jetant un coup d'œil sur l'avenir.



La longue histoire de Coca-Cola remonte à l'année 1886, lorsque le Dr John S. Pemberton, pharmacien imaginaire, apporta sa dernière invention à sa pharmacie locale, un sirop concentré, qui devait être servi dans une fontaine à soda, accessoire moderne à l'époque. Pendant la première année, M. Pemberton ne vendait pas plus de neuf verres de Coca-Cola par jour. **Aujourd'hui, ce sont plus de 1,9 milliard de boissons Coca-Cola qui sont consommées quotidiennement dans le monde.**



Comment Coca-Cola est-elle passée d'un modeste breuvage local à l'une des boissons et marques emblématiques les plus appréciées au monde ? La réponse à cette question est aussi mystérieuse que la recette top secrète de la boisson. Mais une chose est certaine. **Au fil des années, Coca-Cola a réussi à concilier son engagement envers sa riche histoire et sa soif inaltérable de l'innovation autour d'un objectif simple : rendre les gens heureux.**

« J'ai travaillé chez Coca-Cola pendant 18 ans », déclare Jay Caplan, Senior Business Analytics Manager chez Coca Cola. « Beaucoup de choses ont changé - les campagnes, les tendances, la technologie - mais notre vision est restée la même.

COCA-COLA EST ENCORE SYNONYME DE PAUSE PLAISIR. ”

« Mon travail dans cette optique s'effectue en coulisse. Imaginez tous les endroits où vous pourriez acheter du Coca-Cola dans un rayon d'1,5 km autour de chez vous. **Reprenez maintenant cette idée à une plus échelle plus importante - tous les endroits où vous pourriez vous procurer du Coca-Cola à travers le monde. Voilà le volume de données que nous traitons tous les jours** », explique Jay.

« Mon rôle est explicitement analytique. Mais de nos jours, chaque groupe est dépendant de ses données, que ce soit pour les questions financières et relatives à la vérification à celles qui concernent la production et la livraison. Nous devons connaître chaque étape du parcours de nos clients pour continuer à tenir notre promesse d'instant plaisir.

ALTERYX FAIT PARTIE DES PLATEFORMES QUE NOUS UTILISONS POUR DONNER UN SENS À TOUTES CES INFORMATIONS ESSENTIELLES. ”

Elle nous sert à fusionner, préparer et analyser des données provenant de sources multiples et diverses ainsi qu'à rendre nos connaissances accessibles à travers toute l'organisation. Il s'agit là de processus essentiels à la valorisation de nos données.



« J'ai utilisé pour la première fois Alteryx il y a environ trois ans. J'étais alors le premier à m'en servir au bureau. Je cherchais à exploiter nos données de mise en bouteille. Les ensembles de données volumineux que j'extrayais de notre référentiel de données ne cessaient de submerger Access et Excel. J'ai alors téléchargé une version d'évaluation d'Alteryx et en trois heures, j'ai pu créer la base de données dont j'avais besoin, sans n'avoir jamais utilisé cet outil auparavant. Le fait d'avoir pu traiter plus de 4,5 millions de lignes de données à partir d'ensembles de données distincts sans écrire une seule ligne de code était tout simplement incroyable. C'est à ce moment-là que je suis devenu accro. »

Une longue ligne de ruban adhésif double face s'étend sur toute la longueur de la fenêtre de Jay. Celle-ci est recouverte d'autocollants des outils de flux de travail Alteryx préférés de l'intéressé, chacun représentant visuellement une fonctionnalité analytique, telle qu'une fonction d'association par correspondance partielle et un classifieur naïf bayésien. « La boîte à outils du 21e siècle », plaisante Jay.

« Depuis ce premier cas d'utilisation, je n'ai cessé d'apprécier Alteryx. D'ailleurs, l'autre jour, lorsque j'ai présenté à l'un de nos analystes internes un flux de travail récemment terminé, son équipe a été tellement impressionnée qu'elle a décidé d'acquiescer des licences Alteryx pour ses membres. Alteryx est contagieux, il n'y a pas de doute. La solution est largement utilisée au sein de Coca-Cola. Nous comptons plusieurs centaines d'utilisateurs dans toute l'organisation, de l'équipe de chaîne d'approvisionnement au service de science des données. Alteryx leur permet de tirer des informations à partir des données Coca-Cola. Mon collègue et moi dirigeons conjointement un groupe interne d'utilisateurs Alteryx qui rassemble des utilisateurs locaux et virtuels issus de l'ensemble de ces groupes afin de partager des idées et des pratiques exemplaires au sein de la société Coca-Cola.

« En toute honnêteté, j'utilise Alteryx pour d'innombrables projets de nature diverse et variée : renseignement géospatial, prévisions en séries temporelles ou encore modélisation prédictive. La machine Coca-Cola Freestyle est l'un de mes plus grands accomplissements récents. Il s'agit d'une fontaine à soda équipée d'un écran tactile qui permet aux utilisateurs de créer leur mélange de saveurs préféré. Les gens l'adorent, puisqu'elle leur donne la liberté de personnaliser leur boisson en choisissant ce qu'ils aiment le plus. Elle nous séduit aussi, puisque grâce à elle, nous atteignons un niveau de perception encore inégalé de l'expérience Coca-Cola. En coulisse, nous utilisons Alteryx pour anticiper, par exemple, les composants qui exigeront des services de maintenance dans un avenir proche et les saveurs qui permettront d'obtenir le meilleur assortiment de produits dans différentes régions du pays.

« Nous avons récemment décidé de chercher à étendre la portée de notre portée vers l'extérieur et d'utiliser les données machine Freestyle pour aider les restaurateurs à prendre des décisions d'affaires davantage axées sur les données.

« JE SUIS CHARGÉ DE L'UN DE NOS PLUS GROS COMPTES INTERNATIONAUX QUI RECENSE DES MILLIERS DE FRANCHISÉS VENDANT PRÈS D'1 MILLIARD DE BOISSONS PAR AN »

Je peux extraire des quantités de données à partir de machines Freestyle déployées dans tout le pays.

Grâce à Alteryx, Jay a pu à la fois rassembler et faire la synthèse de données historiques, mais aussi générer et envoyer de manière automatique

600 rapports personnalisés aux restaurateurs.

Les analyses de Jay permettent à ces derniers de connaître et d'optimiser le niveau de leurs stocks, de limiter les ruptures et d'augmenter leurs marges bénéficiaires.

« Je me souviens avoir construit un prototype pour dix magasins. Il a fonctionné en moins d'une minute. Je me tenais debout devant mon bureau, sautant de joie et m'exclamant : « C'est pas possible ! » Mes voisins de bureau me demandaient si j'allais bien. J'ai célébré cette victoire en me déhanchant et en criant : « Ça a marché ! » Je ne peux même pas imaginer combien de temps il m'aurait fallu pour mettre au point et exécuter ce genre d'analyse. »

« Je ne peux tout simplement pas imaginer une journée de travail sans Alteryx », insiste Jay. « Et en aucun cas je ne voudrais m'en passer ! », ajoute-t-il en souriant.



• SAVOURE L'INSTANT™



600
rapports
personnalisés

RECENSE DES
MILLIERS DE
FRANCHISÉS
VENDANT PRÈS
D'1 MILLIARD DE
BOISSONS PAR AN