

Audi – Un avantage grâce à la technologie d'intégration de données



«Il nous fallait des processus plus rapide et plus performant tout en évitant des ruptures pour nous permettre de diminuer le temps du cycle de vente. D'un point de vue technique il était clair que les requis pour ce changement était d'avoir des données fiables et accessibles qui permettent d'avoir une vue intégrale des activités.»

Mathias Stach, Directeur du département Architecture et Sécurité IT

«Vorsprung durch technik» : l'histoire et la philosophie Audi tiennent dans cette signature, inscrite aux côtés de ses quatre anneaux entrelacés. Un sceau, colonne vertébrale de la marque, à la fois ADN et moteur. Un élan, insufflé par l'ingénieur allemand Horch, son créateur, à la veille du XXe siècle, qui l'a conduit à ouvrir la voie sur de nombreux terrains automobiles.

A l'écoute de son temps – «audi» signifie «écoute» en latin, traduction de «horch» – pour mieux le devancer, Audi est un défricheur. Pionnier du diesel à injection directe, inventeur de la structure en aluminium, du premier moteur tout aluminium, de la carrosserie acier 100 % galvanisée en grande série, de la familiale à transmission intégrale permanente quattro.

Contexte

Pour faire face à une demande plus en plus diverses des particuliers, la gamme de produits s'est agrandie. De nouveaux produits comme les

SUVs, Roadster et Mini-Vans sont de plus en plus demandés et les cycles de vie des produits sont plus courts. Pour des vendeurs de premier plan comme Audi il est important de connaître les nouvelles attentes en équipement et design de ses clients et concessionnaires. Pour cela, il est nécessaire de posséder des données depuis la conception du véhicule jusqu'aux données du Centre de Relation Clients, de les consolider et de les analyser. Pour atteindre ce but Audi a fait appel à l'intégration de données d'Informatica.

Atteindre des buts ambitieux grâce à la standardisation

La direction a fixé quelques points importants à atteindre : l'augmentation du chiffre d'affaires en Europe, Asie et Amérique du nord grâce à l'augmentation de la production et la diminution des coûts en parallèle. De plus, un système de reporting fiable a



Audi

Avantages

- Réalisation plus rapide de projet d'intégration de données (économies de 50% du temps investi normalement)
- Meilleure intégration grâce à la méthode ICC
- Augmentation de la qualité et donc de la validité des données

Défis

- L'IT doit assister le groupe dans l'atteinte de ses objectifs (Doublé les ventes en Amérique du Nord, réduction des coûts d'achats de 1,5%)
- Rendre plus rapide et plus performant les processus tout en évitant des ruptures
- Des données fiables et accessibles en temps réel
- Standardisation intégrale de l'IT

Solution

- Informatica PowerCenter
- Integration Competency Center (ICC)

été mis en place pour faciliter la prise de décision des responsables.

La standardisation est un point important pour le responsable de l'Architecture et la clé pour une stratégie IT réussie. Sa stratégie consiste à mettre à disposition des modules en fonction des projets et de la demande dans un environnement dynamique. Durant les développements des modules différents sont mis à disposition selon des niveaux d'utilisation induisant ainsi la baisse des coûts. Une plateforme uniforme pour des projets multiples est plus avantageuse, ainsi on favorise une implémentation standardisée. Le slogan de l'entreprise «Vorsprung durch Technik» fait allusion à l'ensemble de l'entreprise et l'IT fait partie de son socle. Des modules sont créés pour l'ensemble du groupe Audi et sont utilisés obligatoirement par tous les départements.

Evaluation des besoins

Audi, la marque aux quatre anneaux, est un des constructeurs les plus anciens et traditionnels d'Allemagne. La première voiture de la série «Horch» avait été entièrement faite sur une planche à dessin. Actuellement, les modèles ont atteint un niveau de complexité tellement élevé qu'ils doivent être construits à l'aide d'ordinateurs puissants. La fabrication devient de plus en plus complexe, et les producteurs sont poussés à minimiser les coûts tout en répondant à la qualité demandée. Pour faire face à une demande de plus en plus diverses des particuliers, la gamme de produits c'est agrandie. De nouveaux produits comme les SUVs, Roadster et Mini-

Vans sont de plus en plus demandés et les cycles de vie des produits sont plus courts. Pour des vendeurs de premier plan comme Audi il est important de connaître les nouvelles attentes en équipement et design de ses clients et concessionnaires. Pour cela, il est nécessaire de posséder des données depuis la conception du véhicule jusqu'aux données du Centre de Relation Clients, de les consolider et de les analyser.

Des données centralisées

Les avantages pour Audi sont multiples. Avant tout, cela permet de gagner du temps et d'économiser de l'argent en évitant une double-configuration tout en créant une infrastructure IT homogène.

La prise en mains de nouveaux projets devient plus facile et moins chère grâce à une architecture mieux cadrée.

Une standardisation prend place au niveau des technologies web, de l'Enterprise Content Management, de la Business Intelligence et du Data Warehousing. Tout module fonctionne semblable pour Audi à Ingolstadt et VW à Wolfsburg. L'intégration de données chez Audi est faite par Informatica depuis 2002. Après quelques tests, il était clair qu'Informatica PowerCenter était la solution à conserver.

PowerCenter s'était avéré puissant, réduisait les risques et permettait de réduire les coûts.

Les données pour le Data Warehouse sont issue de bases de données Oracle et IBM, de Mainframe et de fichiers plats.

Les données sont ensuite transformées et transférées dans un Data Warehouse avec l'aide d'Informatica PowerCenter

pour être ensuite analysées grâce à Business Objects Frontend. La répartition chez Audi reste classique et est divisée en trois domaines Test, Développement et Production. Une base de données IBM-DB2 sur un server AIX en est la base. «Nous collectons nos données de l'environnement IT dispersées et les centralisons pour les rendre accessible à la direction et aux rapports du système CRM.» selon Stach.

Plus performant grâce au concept ICC

En plus de la solution logiciel, Audi choisit d'intégrer un Centre de Compétence d'Intégration (ICC), un concept stratégique développée à l'origine par Gartner, Inc. En fonction de l'entreprise et des processus d'adaptation pour une intégration de données rapide et efficace sont mis en place. En bref un ICC est une équipe dans une entreprise qui s'occupe de l'intégration de données. Il y a différentes raisons pour lesquelles on crée des ICC : optimisation des processus, best practices, standardisation de technologies..., qu'importe la tâche choisie, tous les autres projets futurs profitent du gain de savoir-faire et des structures réalisées. Une fois effectuée les solutions s'appliquent facilement aux autres départements et entités. Informatica a pu reconnaître le potentiel du concept Gartner et met à disposition les outils nécessaires pour mettre en œuvre son propre ICC.

Une équipe composée des directeurs IT de Audi et VW, de la banque VW et des achats, collecte tous les requis des départements et créa une matrice. Le point poussant à opter pour Informatica

selon Stach était son approche holiste. Informatica PowerCenter pouvait s'adapter aux technologies les plus rapides et performantes et se montrait très stable. La plateforme standardisée pour les productions Audi et VW avec la solution Informatica était la plus avantageuse. Actuellement la version 6.2 est utilisée. Mais en fonction des bons résultats obtenus une actualisation et son extension est prévue pour l'année prochaine.

En résumé

«Pour conclure, nous avons choisi Informatica pour sa notoriété» résuma Stach. «Avec Informatica nous tirons le maximum de nos investissements. Ce qui nous a le plus marqué était l'importance du focus sur les processus de ventes et moins sur

l'aspect technique pure.» Les rapports deviennent de mieux en mieux grâce à l'augmentation de la qualité de données. Les domaines couverts sont les tendances de consommation (tendances de la clientèle), modèle de consommation (comportement achat), logistique, gestion des pièces, management de la production et la gestion des ventes. Avec l'installation des ICC Audi va faire de grandes économies. Des projets d'intégration de données ne prennent plus que la moitié du temps et sont de meilleures qualités. Ces changements profitent à l'organisation tout entière. Sans le Centre de Compétence d'Intégration qui fournit des données fiables à l'ensemble de l'entreprise la création d'un service décisionnel totalement utilisé n'aurait pas vu le jour.



Worldwide Headquarters, 100 Cardinal Way, Redwood City, CA 94063, USA Phone: 650.385.5000 Fax: 650.385.5500
Toll-free in the US: 1.800.653.3871 informatica.com [linkedin.com/company/informatica](https://www.linkedin.com/company/informatica) twitter.com/InformaticaCorp

© 2013 Informatica Corporation. All rights reserved. Informatica® and Put potential to work™ are trademarks or registered trademarks of Informatica Corporation in the United States and in jurisdictions throughout the world. All other company and product names may be trade names or trademarks.