

Evènement « Intelligence Artificielle et Automobile » lors de la Cloud Week Paris 2017. Au-delà de la voiture autonome, une transformation profonde du secteur automobile est identifiée par Blue DME et ses partenaires avec l'arrivée des technologies d'Intelligence Artificielle : vente, connaissance client et sécurité.

Neuilly-sur-Seine, le 1 août 2017 -

Dans le cadre de la Cloud Week, Blue DME a réalisé son premier évènement le 6 juillet 2017 au sein de l'espace co-working La Compagnie de Paris, réunissant ses partenaires AAAData et Ellis Car, ainsi que les acteurs de l'Intelligence Artificielle et de l'automobile. **De multiples opportunités** se développent pour **l'intégration de l'IA dans le secteur automobile** au-delà de la voiture autonome : « **le parc automobile français se renouvelle et l'impact de l'intelligence artificielle sur le produit automobile est grandissant** ». La synergie est déjà croissante entre tous les acteurs de l'écosystème automobile : constructeurs, banque, assurance, leasers, distributeurs, SAV Maintenance, revendeurs particuliers, gestionnaires de flotte, auto-partage, etc. Ces évolutions sont propices à une réinvention de l'expérience client dans le choix de la mobilité : un client qui achète une voiture peut la louer à d'autres particuliers, a un historique de conduite, et a une capacité de financement qui lui est propre, etc. **Les distributeurs, constructeurs et assureurs ont chacun une partie de l'ensemble des données, et doivent co-innover comme les startups commencent à le faire.**

Le succès des pop-up stores dans les centres commerciaux pour créer de nouvelles expériences d'achats et générer de nouveaux types de données a été démontré au travers du retour d'expérience d'un constructeur automobile français déployant ce type d'approche en Inde. **Adrian Pellegrini, manager data science chez Blue DME** précise que « si les clients ne viennent plus voir les concessionnaires, **les concessionnaires, distributeurs et partenaires doivent venir à la rencontre de leurs clients et proposer une nouvelle expérience d'achat** au-delà des magasins flagships créés uniquement pour améliorer l'image de marque mais pas du tout pour convertir des ventes ».

La vente de véhicule est un exemple parfait pour l'implémentation d'une intelligence artificielle :

- Le produit est complexe car multi-caractéristiques : modèles, véhicule neuf, occasion, etc. ;
- L'achat est souvent déclenché par un moment de vie (données externes) ;
- Le cycle de vente peut être long et implique des allers-retours entre un commercial et un acheteur : qualifications, relances, propositions commerciales, négociation, etc.

Grâce aux **modèles prédictifs développés par Blue DME**, chaque étape du processus de vente peut être optimisée : score d'appétence, moteur de recommandations, cross-sell, pricing dynamique, etc. Les intelligences artificielles obtenues s'appuient sur toutes les **données générées au cours de l'expérience client** : données web, CRM, open data, partenaires, point de vente physique, IoT, etc., en respectant le règlement général européen en matière de protection des données personnelles (RGPD).

Le prochain défi est de lier toutes ces intelligences pour permettre de poser de nouvelles questions essentielles pour tous les acteurs :

- Comment mieux intégrer l'**usure des véhicules** dans le **prix des véhicules d'occasion** ?
- Quel **prix** de vente permet d'optimiser la marge commerciale ?
- Mon client a-t-il un réel **besoin non exprimé** ? (prêt, leasing, prêt entre particuliers)
- Quels services lui proposer selon ses financements et son type de conduite ?
- **A quel moment** est-il le plus réceptif pour un closing ou une relance (moments de vie) ?
- Comment gérer au mieux la **rotation commerciale** dans les ventes ?

Les innovations des partenaires de Blue DME permettent d'enrichir cette vision d'une interconnexion entre les intelligences et ainsi être plus opérationnel.

Pour **Emmanuel Leprat, Chief Data & Analytics Officer chez AAADATA**, l'approche historique de la vente fondée sur le produit a progressivement évolué vers les enjeux d'optimisation de la **connaissance des clients automobilistes**, de **prédiction de la vente d'un véhicule et le score d'achat d'un véhicule additionnel** et, à présent, de la connaissance du **meilleur message** à adresser à un client, sur quel support et à quel moment grâce l'utilisation de la **prescriptive analytics** (proposer des choix d'actions opérationnelles à un client).

Patrick Bibas d'Ellis Car soutient l'intégration de l'intelligence artificielle dans les questions de **sécurité automobile**, amenant à repenser **le rôle des assureurs autour de la prévention et la réelle possibilité pour les automobilistes d'apprendre à « mieux » conduire**. Les données de comportement d'un conducteur au volant vont permettre de créer des nouveaux services autour de la sécurité et de la connaissance client dans le cadre d'une approche vertueuse pour le conducteur.

A propos de Blue DME :

Blue DME est une startup française fondée en 2015 travaillant dans l'intelligence artificielle et la valorisation des données internes et externes. **Les Collaborative Bots de Blue DME ont pour but de fournir des recommandations opérationnelles aux commerciaux, sous forme d'insights** (scores de chaleur, périodes de joignabilité...) permettant la vente des bons produits et services au bon moment aux clients les plus intéressés. Blue DME apporte une **réelle valeur ajoutée** aux entreprises des secteurs **assurance, banque, automobile et industrie**.

Les partenaires de Blue DME :

- **Ellis Car** : propose une solution d'analyse des comportements des conducteurs pour réduire le risque d'accidents. www.ellis-car.fr

- **AAA DATA** : née en 1959 pour compter les véhicules et produire les chiffres du marché automobile Français, AAA DATA prend le virage technologique BIG DATA en 2009, et se positionne sur la valorisation de la donnée statistiques, marketing et la connaissance clients. <http://www.aaa-data.fr/>

Contacts presse BLUE DME :

contact@bluedme.com

www.bluedme.com

@Blue_DME

Cédric MORA

Product Manager

cmora@bluedme.com

06 10 99 02 92

@cedricmora

Aude RAKOTONANDRIANINA

Assistante marketing et communication

ara@bluedme.com

06 80 46 32 46

@aude_rakoto

Invitation événement : <https://www.eventbrite.fr/e/billets-ia-et-automobile-opportunités-pour-constructeurs-assureurs-banquiers-35200239865#>