

Comment le MDM transformé les données clients Sanofi

Sanofi est une entreprise mondiale innovante dans le domaine de la santé, engagée à transformer la médecine par l'innovation scientifique afin de contribuer à une vie meilleure.

Avec plus de 100 000 collaborateurs dans 170 pays, 70 sites de production, 20 sites de R&D et un chiffre d'affaires annuel de 35 milliards de dollars, Sanofi vise à rendre possible ce qui ne l'était pas auparavant.

Confrontée à une multitude de systèmes disparates, l'entreprise souhaitait soutenir sa transformation numérique grâce à des données clients précises et pertinentes. L'objectif était d'optimiser ses capacités MDM globales pour répondre aux besoins de marchés aux niveaux de maturité très variés, chacun soumis à des réglementations spécifiques.

Objectif principal

- Rendre visibles toutes les interactions
- Garantir l'exactitude des coordonnées
- Assurer des communications ciblées et pertinentes
- Identifier les acteurs clés et les leaders d'opinion digitaux

Déploiement par étapes

Sanofi a adopté une approche progressive, en séparant les aspects métier et techniques, avec une standardisation des processus métier pour assurer une mise en œuvre fluide.

- **2018** : mise en œuvre du MDM client dans 5 pays
- **2019** : expansion vers 5 nouveaux pays
- **2020** : élargissement aux données produit et autres initiatives de l'entreprise, avec plus de 100 clients indirects utilisant la solution

La solution MDM agile leur permet d'évoluer au rythme des exigences du marché et de maintenir leur position de leader mondial dans le secteur pharmaceutique.

“Nous avons une immense opportunité de créer de la valeur à l'échelle de l'entreprise et de réduire considérablement les coûts, tout en consolidant la gestion Master Data.”

— Danny Aranha

Responsable MDM Client chez Sanofi

100+ pays

Exploitation d'une solution unifiée Customer 360° pour améliorer l'engagement à l'échelle mondiale

Réduction du TCO

Grâce à l'élimination des redondances et à la rationalisation de la gestion des données dans les différentes unités de l'entreprise

Amélioration du ROI et de la connaissance client (KYC)

Favorise les opportunités de ventes croisées et de montée en gamme grâce à une meilleure compréhension des clients

Les défis

Données disparates et redondantes: Données client dispersées dans de nombreux systèmes issus d'acquisitions, anciens outils et fichiers Excel.

Cohérence des données : Des règles métier différentes entraînent une incohérence des données ; la centralisation d'un « golden record » était nécessaire.

Gouvernance : La gestion efficace des données était difficile en raison de la multiplication des sources et des volumes élevés générés par la numérisation

Intégration: Besoin d'une plateforme robuste pour connecter et consolider près de 30 sources de données.

Accessibilité: Avec leur infrastructure cloud sur AWS, Sanofi avaient besoin de flexibilité pour exploiter des services web et des API afin de connecter près de 30 sources et d'intégrer les données en temps réel.

Enjeux métiers

- Comprendre et exploiter les données pour mieux servir les entités internes et externes
- Améliorer l'expérience client au sein de toutes les unités opérationnelles ainsi qu'avec les partenaires externes, fournisseurs et intégrateurs systèmes.
- Assurer la conformité avec le RGPD et les réglementations locales
- Réduire les coûts liés à l'acquisition de données : optimiser le processus en éliminant les redondances dans les intégrations, les plateformes et la gestion des données.
- Réduire les risques grâce à des données fiables et partagées : améliorer l'efficacité et l'accès aux processus métiers, rapports, ventes, objectifs financiers, et autres données analytiques clés.
- Accélérer la transformation numérique en remplaçant les systèmes CRM et de reporting obsolètes par une solution MDM

La solution : Semarchy Data Platform

Sanofi a choisi Semarchy pour mettre en place une solution MDM centralisée et évolutive de gestion des données clients, produits et de référence. En remplaçant toutes les sources personnalisées par un flux unique issu de Semarchy, Sanofi a réduit le coût global de gestion des données. Le résultat ? Un modèle extensible de données de référence, avec une meilleure qualité, plus rapide et plus flexible.

Les bénéfices

- **Amélioration du ROI et de la connaissance client (KYC)** Grâce à une vue unifiée des clients, Sanofi a renforcé ses capacités de segmentation, de ventes croisées et d'engagement mondial.
- **Simplification de la gouvernance et de la gestion des données** Une seule plateforme intégrée couvrant les données client, fournisseur, employé, produit, financières, de localisation et de référence.
- **Réduction du TCO et gains de productivité** Élimination des redondances et automatisation des processus grâce à une architecture agile et unifiée.
- **Mise en œuvre rapide** Un retour sur investissement accéléré grâce à une architecture ouverte et interopérable avec leurs technologies existantes.
- **Conformité et réduction des risques** Transparence des données assurant la conformité réglementaire.
- **Opérations rationalisées** Plateforme agile permettant de répondre rapidement aux nouveaux besoins métiers, de l'acquisition à la consommation des données.