

Akeneo veut redonner le contrôle de leurs données produits aux entreprises

MADDYSTORY - Pour chaque produit proposé, en ligne comme en magasin, les entreprises doivent fournir une fiche composée de nombreuses données et des canaux de distribution qui ont chacun leur propre code. Afin de leur faire gagner du temps et fiabiliser ces fiches produits, Akeneo propose une solution globale dopée à l'IA.

Temps de lecture : minute

9 janvier 2024

C'est en travaillant sur des projets e-commerce de grande envergure chez Smile, que Frédéric de Gombert s'est rendu compte de la difficulté de produire des fiches produits complètes et de qualité. Afin de faciliter et de fiabiliser le process de création, il décide de fonder en 2023 Akeneo, avec Benoit Jacquemont et Nicolas Dupont. L'entreprise propose une suite logicielle (Akeneo Product Cloud) permettant aux sociétés de reprendre le contrôle des données produits et ainsi s'assurer de fournir une expérience produit parfaite sur l'ensemble de leurs canaux.

« La mission d'Akeneo, c'est de permettre à n'importe quel acheteur ou consommateur de pouvoir choisir et acheter un produit sans mauvaises surprises à la fin », précise Frédéric de Gombert, cofondateur d'Akeneo. « Peu importe soit l'endroit où l'on achète, l'information qui nous est donnée sur le produit [doit être] complète, exhaustive et de qualité. Ce qui paraît être une évidence est en réalité un immense défi pour les marques et les distributeurs qui jonglent constamment avec une quantité de données et de canaux de distribution qui ont leurs propres codes et

manières de présenter ces produits ».

Akeneo réalise 80% de son chiffre d'affaires à l'international

Dès son lancement, Akeneo se distingue des autres solutions Product Information Management (PIM) existantes, qui fournissent des outils techniques peu adaptés pour les équipes métiers. La startup propose une solution de gestion de l'expérience produit dans l'e-commerce. En effet, la suite logicielle Akeneo Product Cloud entend se démarquer par une approche centrée sur les utilisateurs métiers et les clients, plutôt que sur les aspects purement techniques. Elle permet une gestion simplifiée et centralisée des données produit, essentielle pour assurer la cohérence des informations sur différents canaux de vente.

Par ailleurs, donner accès au code du logiciel en open source a permis à Akeneo de fédérer une communauté unique d'experts qui contribuent à l'évolution de l'outil, et à le positionner comme un standard dans la gestion de l'expérience produit avec plus de 100 000 téléchargements. « *Notre conviction a toujours été que l'expérience produit est une composante indispensable de l'expérience client. Et qu'en conséquence, la donnée produit devait prendre la même place que la donnée client au sein de n'importe quelle organisation* », affirme le cofondateur d'Akeneo. « *La donnée produit est un trésor encore sous-exploité par beaucoup de marques et de distributeurs. C'était la même chose il y a 15 ans pour la donnée client. Akeneo est le CRM de la donnée produit. Nous sommes l'outil permettant aux marques et distributeurs du monde entier de transformer leurs données en expériences produits et de pouvoir s'adapter plus vite aux besoins de leurs propres clients, en fournissant les informations dont ils ont besoin à l'endroit où ils se trouvent.* »

Actuellement, Akeneo dispose de 450 collaborateurs répartis dans le monde, représentant 20 nationalités différentes, et réalisant 80% de son

chiffre d'affaires à l'international, dont 25% aux États-Unis. La société compte plus de 850 clients, dont 25% appartiennent aux entreprises du CAC 40.

L'acquisition récente de la startup française Unifai pour accélérer sur l'IA

Pour intégrer l'intelligence artificielle dans l'amélioration de l'expérience produit, l'entreprise propose de plus de 20 applications d'IA dans son App Store, et propose ainsi des solutions pour la collecte et le nettoyage des données produits, grâce à des outils de deep learning facilitant la classification, le nettoyage et la complétion des données. A ce titre, pour se développer, l'entreprise a récemment fait l'acquisition de la startup française Unifai, plateforme d'intelligence artificielle dédiée à la fiabilisation des données produits. En effet, cette jeune pousse est spécialisée dans la collecte, le nettoyage, la catégorisation et l'enrichissement des données.

En ce qui concerne l'enrichissement des informations produits, Akeneo propose désormais de l'IA générative pour aider à créer des textes originaux et des descriptions structurées pour les produits, augmentant ainsi la qualité et la pertinence des informations disponibles. Il en est de même en ce qui concerne la traduction du contenu des produits, ainsi qu'en matière de collecte et de nettoyage des données produits, Unifai apportant ainsi toute son expertise. Cette capacité à nettoyer, normaliser et enrichir les données contribue à augmenter la productivité, à accélérer le time-to-market et à réduire les erreurs.

Enfin, suite à cette acquisition, Akeneo a décidé de mettre en place un centre d'excellence sur l'utilisation de l'IA dédié à l'expérience produit. L'objectif de cette initiative est de partager avec les professionnels du secteur les meilleures pratiques pour intégrer de l'IA dans leur stratégie d'Expérience Produit.

« L'intégration de l'IA dans l'offre Akeneo permet aux marques et distributeurs/revendeurs d'accélérer et simplifier leurs processus de gestion des données pour offrir une expérience produit optimale avec comme gains : un meilleur time-to-market, une meilleure satisfaction client, et davantage de ventes quels que soient les pays et canaux de ventes », conclut Frédéric de Gombert. « Nous souhaitons donc continuer à développer et déployer notre expertise dans ce domaine, incontournable pour les années à venir. Plus de 130 produits sont ajoutés chaque seconde dans notre plateforme : il y a fort à parier que dans les dernières 48 heures, vous avez déjà été exposé à une expérience produit issue d'Akeneo ! »



À lire aussi

Akeneo annonce l'acquisition d'Unifai et espère devenir un leader mondial de l'expérience produit



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Guillaume Cossu