

Yzr, l'algorithmique qui aide les entreprises à prendre des décisions

Sébastien Garcin, cofondateur et directeur général d'Yzr, nous présente sa plateforme SaaS destinée aux data scientists qui travaillent dans les équipes BI (Business Intelligence), marketing ou finance des entreprises.

Temps de lecture : minute

11 avril 2019

Qui sont les fondateurs ?

Je suis designer, self-made digital et data expert. J'ai accompagné de grands groupes internationaux dans leur transformation digitale et data (Nestlé, McDonald's, Axa...) avant de rejoindre L'Oréal en tant que directeur marketing et des données en 2017. Mon associé, Jean-Philippe Poisson, est diplômé de Sciences Po Aix et de HEC. Il a cofondé - et revendu en 2016 - Elia Consulting, l'un des leaders français du conseil en transformation digitale.

Nous avons eu l'occasion de collaborer en tant que client-fournisseur sur des projets data et nous nous sommes rendus compte que nous partageons les mêmes constats sur le manque de rationalité des décisions business au sein des comités de direction, et ce alors que les technologies n'ont jamais été aussi accessibles.

D'où vient l'idée ? Quel a été le constat de départ ?

Depuis vingt ans que je travaille à la transformation digitale et data de grandes entreprises, je suis encore surpris de l'absence d'éléments rationnels qui entrent en compte dans les processus de prises de décision. On m'a toujours rétorqué qu'on manquait de données pour être en mesure de véritablement expliquer le business de ces entreprises et qu'il n'existait pas de méthodes de calcul pour le faire.

Or, les données sont là et cette méthode existe, ça s'appelle la modélisation statistique. J'ai appliqué cette méthodologie à la modélisation des facteurs de croissance de grandes marques et... ça marche ! Ça marche, mais c'est compliqué à mettre en œuvre à cause des gros volumes de données déstructurées qu'il faut intégrer dans ces modèles. Mais ça marche tellement bien que j'ai quitté mon poste chez L'Oréal pour créer Yzr avec mes associés.

Avec Yzr, nous développons les algorithmes qui automatisent la modélisation statistique des facteurs de croissance des marques et, en particulier, la publicité (on et offline), la promotion et la distribution. Chez Yzr, nous avons l'ambition de devenir la technologie ultime pour prendre des décisions business plus intelligentes.

Pouvez-vous nous présenter votre outil ?

Yzr est composé de deux applications. La première est une plateforme SaaS destinée aux data scientists qui travaillent dans les équipes BI, marketing ou finance des entreprises. Grâce à cette plateforme, les data scientists pourront standardiser et fiabiliser de gros volumes de données marketing faiblement structurées.

La seconde est un algorithme de modélisation. Sur la base des données restructurées, notre algorithme réalise trois tâches : il explique la contribution de chaque levier à la croissance des ventes, il propose la ventilation optimale des budgets marketing, promotionnels et commerciaux et il prédit les ventes incrémentales générées par ce nouveau mix.

Qui sont vos principaux concurrents actuellement sur votre marché ?

Nous avons trois catégories de concurrents. Les panellistes, les agences média qui modélisent essentiellement les données média et certains cabinets de conseil en stratégie ou spécialisés.

Quel est votre business model ?

Nous sommes un " algorithm as a service ". Notre outil est utilisable sur abonnement. Nous sommes en train de développer une offre freemium pour donner accès gratuitement à certaines de nos briques fonctionnelles à la communauté des data scientists. D'ailleurs, nous recherchons des bêta-testeurs !

Une actualité financière ?

Nous sommes en train de boucler une levée de fonds d'amorçage de 350 000 euros auprès de business angels et de corporates pour *plateformiser* le cœur algorithmique (qui est déjà fonctionnel et a fait ses preuves chez de premiers annonceurs). Nous préparons déjà notre levée de fonds série A pour le dernier trimestre, que nous estimons à environ 2 millions d'euros.

Quels sont les autres outils que vous utilisez

au quotidien ?

Nous sommes des fans de la suite bureautique Google, qui permet de gagner un temps significatif en collaborant à distance. Nous utilisons beaucoup Slack pour rester en contact, même si nous avons du mal à nous discipliner pour répondre dans les fils !

Article écrit par Antoine Garbay