

Groupe Intelligence-Action

BROCHURE DE PRESENTATION BUSINESS



« Entre une pratique sans tête et une théorie sans jambes, il n'y aura jamais à choisir. »



SAC International



Performance LogiX



Editions Savoir Pratique



Karaté-CAMAF





Message du Fondateur



Bienvenue dans l'univers du **Groupe Intelligence-Action**, une alliance dynamique de quatre entreprises et un acteur-clé engagé dans la transformation des défis en opportunités pour les individus et les organisations en Afrique. Fort de notre ADN unique, qui marie une démarche scientifique à une approche pragmatique, nous nous engageons à apporter des solutions pertinentes et efficaces, ancrées dans la réalité du continent.

Tout a véritablement débuté il y a près de dix ans avec la création de **SAC International**, notre cabinet-conseil pionnier, reconnu pour son accompagnement stratégique des entreprises en Afrique subsaharienne, ses analyses pointues et ses missions d'assistance à la transformation. SAC a su bâtir une réputation solide et développer des solutions adaptées aux réalités africaines; ce qui lui a permis de nouer des partenariats stratégiques avec des entreprises internationales.

C'est fort de ces expériences réussies et des besoins identifiés en Afrique que nous avons élargi notre horizon pour inclure **Performance LogiX (PLX)**, une startup dynamique qui offre des solutions et des conseils dans les domaines de la data science, de l'intelligence artificielle et du numérique. PLX incarne notre volonté d'innover et d'intégrer des technologies de pointe pour améliorer la performance et la compétitivité de nos clients.

Les deux autres entités du Groupe, **Editions du Savoir Pratique (ESP)** et **Club Karaté-CAMAF (CKC)**, bien que plus modestes et ne s'adressant pas véritablement aux entreprises, et n'étant donc pas présentées dans cette « brochure-corporate », ajoutent une dimension précieuse à notre groupe. ESP se spécialise dans les services média et d'édition, tandis que CKC contribue à la promotion de la santé et du bien-être à travers les arts martiaux et la remise en forme.

Nos valeurs fondamentales (**l'excellence, l'innovation, l'agilité et l'intégrité**) guident chacune de nos actions. Elles reflètent notre engagement envers nos clients, ainsi que notre détermination à mener des initiatives qui ont un impact durable.

Aujourd'hui, le **Groupe Intelligence-Action** est prêt à relever les défis des années à venir. Avec une équipe pluridisciplinaire et une expertise diversifiée, nous sommes impatients de collaborer avec vous pour bâtir un avenir meilleur et plus prospère en Afrique. **Ensemble, faisons la différence!**





Qui sommes-nous?

➔ Le groupe Intelligence-Action intervient dans 4 métiers...



Conseil aux entreprises



Solutions technologiques



Edition et multimédia



Sport et santé



Matrice de portefeuille du groupe Intelligence-Action

- SAC International et Performance-LogiX représentent près de 80% des revenus du Groupe.
- SAC International est la « vache à lait », tandis que PLX fait office de « star ».



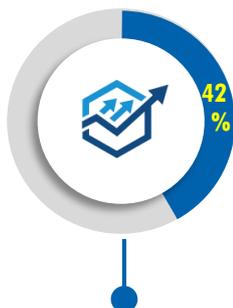


Qui sommes-nous?

... et le groupe Intelligence-Action possède 2 entités locomotives...

SAC International

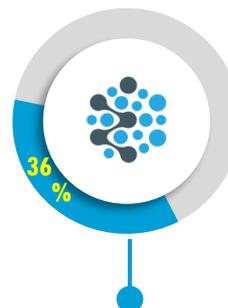
Strategy & Analytics Consulting



SAC International est un cabinet de conseils en management dont la mission est d'aider les entreprises africaines en matière d'**Analyses**, de **Stratégie** et de **Transformation** afin qu'elles puissent mieux appréhender leur business et améliorer leurs performances de manière durable.

PLX

Performance-LogiX



PLX (Performance LogiX) est une startup qui met à la disposition des organisations des **solutions analytiques**, digitales et d'intelligence artificielle pour l'aide à la décision, qui **accompagne les entreprises** dans les domaines de la business intelligence, de la transformation digitale et de la formation-coaching, et enfin qui dispose d'un **laboratoire de recherche** de solutions innovantes.





Notre mission, notre vision, nos valeurs, nos slogans

NOTRE MISSION

Notre mission est d'aider tant **les entreprises que les populations africaines** à relever leurs challenges, et cela en alliant une démarche scientifique à une approche pragmatique et réaliste découlant de compétences plurielles et d'expériences tirées des réalités du continent africain.



NOS VALEURS

Nous avons sélectionné **4 valeurs** qui doivent guider nos comportements au sein du Groupe Intelligence-Action.

-  **Excellence.** L'atteinte de résultats exceptionnels.
-  **Innovation.** Le développement de solutions innovantes.
-  **Agilité.** L'anticipation et l'adaptation au changement.
-  **Intégrité.** L'intégrité et la loyauté dans les relations professionnelles.

NOTRE VISION

Ce qui nous motive, c'est le désir de devenir **le Groupe qui comprend le mieux les besoins variés et connexes des entreprises et des populations africaines**, et qui trouve les solutions les plus adaptées à ces besoins.

NOS SLOGANS

Slogan du Groupe:

"Entre une pratique sans tête et une théorie sans jambes, il n'y aura jamais à choisir."

-  SAC – "No excuses; just results!"
-  PLX – "Rendre votre vie agréable et aisée"
-  ESP – "Se cultiver pour être performant"
-  CKC – "Gagner en confiance et en maîtrise de soi"





Quelle est notre culture d'entreprise?

➡ Dans le cadre de notre politique de ressources humaines, et dans chacune de nos unités, nous essayons de combiner la flexibilité et le lifestyle d'une startup avec les procédures d'une grande entreprise.

PHILOSOPHIE CULTURELLE

- Mission et vision clairement définies
- 4 Valeurs (Excellence, Innovation, Agilité, Intégrité)
- 3 Comportements Vitaux (Collaboration active, Orientation performance, Action concrète)
- Dress-code (« casual Friday », « manager's stars »)
- Recrutement orienté IKIGAI

ORGANISATION DU TRAVAIL

- Performance meeting & Cycle Plan
- Constitution d'équipes-projet multidisciplinaires
- Synergie de groupe (matrice des prestations réciproques entre les 4 entités du Groupe)
- Digitalisation des procédés et outils de travail
- Team Building annuel hors-site

RECOMPENSES

- Challenge « Employé du mois » (basé sur les comportements vitaux)
- Weekly Pitch-Challenge (technique)
- Bonus pour les nouveaux projets (ticket-cadeau ou développement personnel)
- Fête de fin d'année: Awards et « Corbeille de Fin d'Année »

SUPPORTS DIVERS

- Intégration (formation business management & technologie, plan de carrière)
- Friday's Talk (partage d'expériences managériales du Fondateur avec tout le staff)
- Librairie Multimédia de la filiale ESP
- Initiative « Sport Pour Tous » le samedi matin





Groupe Intelligence-Action



SAC International

Strategy & Analytics Consulting



« No excuses; just results! »



Qui sommes-nous?

★ **Strategy & Analytics Consulting (SAC International)** est un **cabinet de conseils en management** dont la mission est d'aider les entreprises africaines en matière d'**Analyses**, de **Stratégie** et de **Transformation** afin qu'elles puissent mieux appréhender leur business et améliorer leurs performances de manière durable.



« Identifier et comprendre les problèmes des entreprises africaines afin de les aider à améliorer leurs performances de manière durable. »

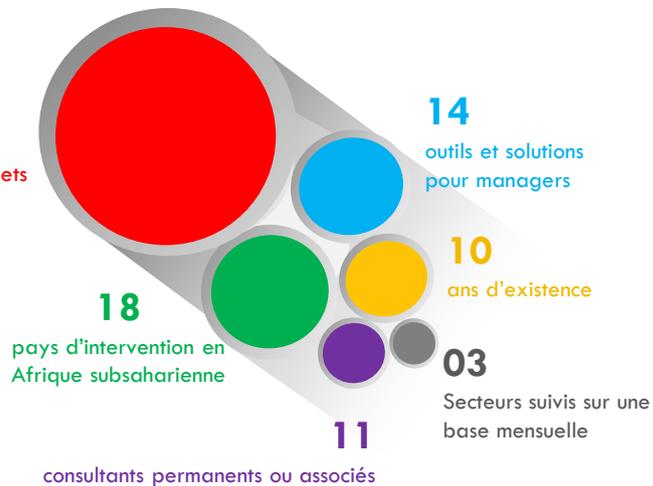




SAC International en quelques chiffres



+140
études et projets menés





Comment sommes-nous organisés?

➔ Les services que nous fournissons aux entreprises sont gérés à travers 4 départements.

SAC Consult



Département en charge du conseil aux entreprises en matière de business performance, business intelligence, business optimization, business transformation.

The true measure of the value of any business leader and manager is performance.

Brian Tracy

SAC Intelligence



Département en charge des études de marché, des analyses sectorielles et économiques, ainsi que de l'analyse concurrentielle.

THE SECRET OF BUSINESS IS TO KNOW SOMETHING THAT NOBODY ELSE KNOWS.

-ARISTOTLE BUSINESS



SAC Innovation



Département en charge de la conception et de l'élaboration d'outils de management destinés à aider les managers dans l'analyse et la prise de décision.

Innovation is the only way to win.

Steve Jobs

SAC Academy



Département en charge de la formation et de l'information des professionnels afin d'améliorer leurs compétences et de faciliter le transfert de connaissances.

**FIRST LEARN
THEN REMOVE "L"**





Comment sommes-nous organisés?

➔ Nous pouvons vous rendre service dans plus d'une quarantaine de domaines.

SAC Consult



- Evaluation, pilotage de la performance
- Audit commercial et marketing
- Business intelligence et analytics
- Data mining et analyse prédictive
- Segmentation (micro-, nano-)
- Customer Value Management (CLVM)
- Evaluation de l'expérience client
- Evaluation et design de la stratégie
- Stratégie marketing et commerciale
- Elaboration proposition de valeur
- Evaluation et optimisation du portefeuille
- Stratégie de go-to-market
- Stratégies de redressement
- Culture de la haute performance
- Business plan et plan financier
- Design du business model
- Transformation, conduite du changement

SAC Intelligence



- Etude de marché (quantitative)
- Etude de marché (qualitative)
- Analyse 360° du marché
- Suivi du business
- Analyse PESTEL
- Analyse SWOT
- Analyse risk-reward des secteurs
- Analyse géomarketing
- Evaluation de campagne marketing
- Analyse concurrentielle 2.0
- Identification des facteurs de disruption

SAC Innovation



- Solutions pour la prise de décision
- Solutions MS-Excel d'analyse des données
- Outils et templates de suivi du business
- Processus de business management
- Génération d'idées et innovations

SAC Academy



- Séminaires de formation
- Causeries de management
- Publications et papiers blancs pour le business
- Vidéos éducatives pour le business
- Relations avec les business schools
- Outils d'évaluation pour les professionnels
- Organisation de sessions stratégiques
- Sessions de team building
- Jeux d'entreprise



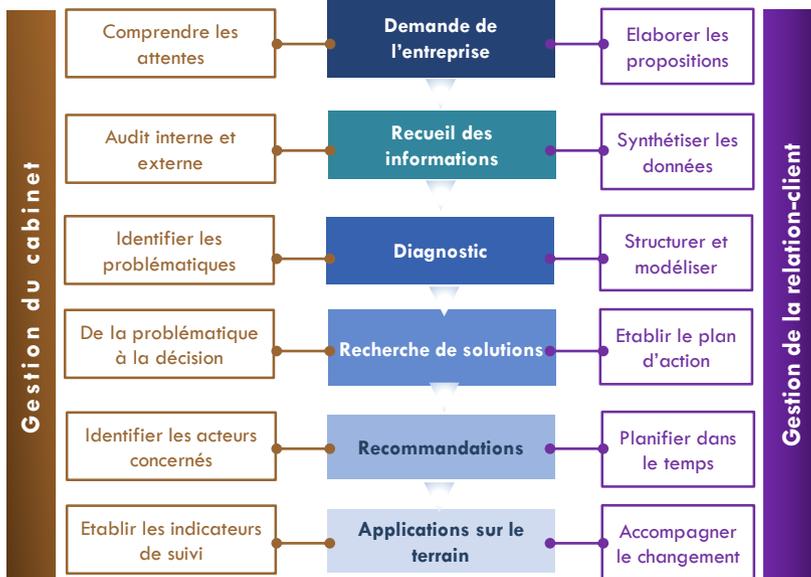


Focus sur SAC Consult

➔ Nous avons développé une méthodologie de résolutions des problèmes de nos clients...



Le framework général



La formulation SAC du framework



SAC International a développé le **modèle CISEI** de résolution des problèmes des entreprises.



Cette représentation simplifiée du modèle CISEI donne lieu dans la pratique au **Paradigme d'Amélioration des Performances (PAP)** de SAC.





➔ Nous avons développé un processus qui couvre l'ensemble du spectre de la performance de l'entreprise: leviers, apport de l'analytics, solutions, best practices, exécution.

Le Paradigme d'Amélioration des Performances (PAP) pour une Croissance Profitable développé par SAC International

Quels leviers de performance doivent être activés?

1 EVALUATION DES PERFORMANCES

- Analyse du score de performance (SAC's bNPS)
- Analyse approfondie des performances (SAC's 3W process, S-TRMeq, S-Lifecycle, etc)
- Analyse du marché et des sources de revenus (SAC's simulator)
- Insights de l'analyse concurrentielle
- Evaluation de la proposition de valeur
- Evaluation de l'expérience client
- Evaluation de la culture d'entreprise (S-HPC)

Quel est le problème de business?

2 BUSINESS ANALYTICS

- Etude usages et attitudes
- Analyse concurrentielle 2.0
- Evaluation des opportunités de marché
- Analyse de segmentation
- Analyse du pricing
- Analyse du customer lifecycle
- Analyse market basket
- Retail audit et mystery shopping
- Analyse de géomarketing
- Détection des anomalies

Quelles sont les causes profondes et les points à adresser?

LEVIERS DE PERFORMANCE

Augmentation des revenus

- Nouveaux segments à adresser
- Nouveaux usages des produits & services
- Nouveaux produits à lancer
- Redesign et packaging des produits
- Optimisation du portefeuille de produits
- Optimisation des prix
- Ajustement des prix (et re-balancing)
- Ciblage des offres (CLVM)
- Cross- et up-selling
- Nouvelles sources de revenus
- Initiatives d'horizontalization
- Couverture commerciale
- Mix des canaux de distribution
- Initiatives des commerciaux
- Canaux de communication
- Opportunités de digitalisation
- Slicing options
- etc



Optimisation des coûts

- Offres ciblées (CLVM)
- Prévention de l'attrition
- Schémas de commissions
- Gestion des stocks
- Optimisation du communication-mix
- Efficience de la facturation
- Optimisation des processus
- Optimisation du design des produits
- Simplification du portefeuille
- Optimisation de la supply chain
- Profitabilité canaux de distribution
- Optimisation des frais généraux
- Transformation digitale
- Actifs non stratégiques
- Options d'outsourcing
- Options de mutualisation
- Options de co-partnering
- etc

4 BANQUE BEST PRACTICES

- ☞ Produits et services
- ☞ Initiatives de prix
- ☞ Gestion des canaux de distribution
- ☞ Méthodes et process
- ☞ Gestion de la supply chain
- ☞ Organisation et transformation digitale
- ☞ Autres initiatives de profitabilité

Que pouvons-nous mettre en place sur la base des pratiques de la profession?

3 BUSINESS OPTIMIZATION

- ☞ Directions et options stratégiques optimales (S-STRAC)
- ☞ Redesign du business model
- ☞ Proposition de valeur et stratégie de prix
- ☞ Optimisation du parcours-client
- ☞ Design des programmes de fidélisation
- ☞ Gestion des campagnes CLVM/BTL
- ☞ Stratégie de communication et plan média
- ☞ Stratégie de distribution
- ☞ Partnership et stratégie d'acquisition
- ☞ Stratégie digitale
- ☞ Stratégie de go-to-market
- ☞ Renforcement des capacités

Que devons-nous activer sur la base des enseignements des analyses?





➤ Illustration d'une mission d'accompagnement

3 ORGANISATION DE LA MISSION

La mission de 12 mois était divisée en 4 phases:

- Evaluation de l'industrie des télécoms et audit du FAI avec un accent particulier sur les fonctions liées au marché (Marketing, Distribution, Customer Relations, BI).
- Redéfinition du business model, puis élaboration du plan stratégique et de la nouvelle organisation en découlant.
- Implémentation des outils et process de management moderne (corporate performance management, unité de BI, etc).
- Stratégie de lancement et évaluation post-lancement (performances, exécution, ajustements tactiques).

2 OBJECTIFS DE LA MISSION

Préoccupations du nouvel investisseur:

- Quel est le potentiel de l'industrie des télécoms?
- Quels sont les opportunités et les risques du marché?
- Quelles sont les forces et faiblesses de l'entreprise?
- Peut-on créer un business model innovant procurant une position stratégique à l'entreprise?
- Quels seraient alors les facteurs-clés de l'entreprise?
- Quelles seraient les implications sur les plans de la stratégie, de l'organisation et des opérations?

1 CONTEXTE

Un fournisseur d'accès internet (FAI) opérant dans 2 villes voit ses ventes chuter inexorablement depuis 2 ans en raison de l'absence d'investissements.

Un investisseur rachète l'entreprise afin de la faire changer d'envergure (*scaling up*).

4 SYNTHESE DU DIAGNOSTIC

Principaux enseignements :

- Près de la moitié des adultes ne disposent pas d'un téléphone (essentiellement en zone rurale); soit environ 2 millions d'individus.
- Enorme potentiel de croissance de la data (croissance rapide) et des services digitaux (décollage).
- L'entreprise (FAI) possède une grande expérience dans le marché de la data, mais peu dans le GSM.
- La culture d'entreprise a de nombreuses insuffisances (absence de motivation et de professionnalisme) renforcées par les performances des 2 dernières années.
- Absence de postes-clés et de process fondamentaux pour devenir une entreprise performante.

5 SOLUTIONS MISES EN PLACE

Initiatives d'ordre stratégique, organisationnel et opérationnel:

- Passage d'un simple FAI à un véritable opérateur telcos offrant à la fois les services voix, data et digital.
- Développement d'un business model hybride combinant FAI et MVNO (partnership avec l'opérateur historique afin de bénéficier de l'internet haut débit).
- Négociation du meilleur modèle de facturation pour un MVNO (retail minus).
- Définition de la structure organisationnelle du nouveau business model.
- Ciblage de deux segments-clés: populations non connectées des zones rurales (téléphones d'entrée de gamme), les populations connectées des villes (équipements internet, offre data attractive, contenu digital).
- Réorganisation opérationnelle: go-to-market, synergie digitale, circuit de distribution agile, activités liées à la relation client, veille concurrentielle et stratégique, real time monitoring des performances et *war room*.

6 RESULTATS A MOYEN TERME

Constat après 9 mois d'intervention:

- La base d'abonnés passe de 3 500 à 36 938.
- Le CA mensuel progresse de 132% au 2^{ème} trimestre 2018 comparé au 2^{ème} trimestre 2017.
- Amélioration significative des principaux indicateurs de notoriété et d'image (awareness, NPS).





Focus sur SAC Intelligence

➔ Nous réalisons pratiquement tous les types d'études de marché en apportant à chacune d'elles une touche analytique particulière.



MARKET SIZING

Approche qualitative

Identification des drivers (variables-clés)
Prévisions d'experts-métier

Approche quantitative

- ✓ Approche algorithmique des incidences
- ✓ Modélisation économétrique
- ✓ Agrégats PAM-TAM-SAM-SOM

ETUDES DE PRIX

Niveau 1

Notoriété et perception du prix
Impact des prix sur le comportement

Niveau 2

Approche univariée du pricing optimal
(Gabor-Granger, Price Sensitivity Meter)

Niveau 3

Approche composite du pricing optimal:
analyse conjointe (BPTO)

SEGMENTATION - U&A

Niveaux de segmentation

N1: Macro-segmentation (marchés globaux)
N2: Segmentation univariée (top down-TD)
N3: Segmentation multivariée (bottom up-BU)

Outcomes

- Identification des profils (mktg personae)
- Description des segments (démo-usage-psycho)
 - Modélisation prédictive (nouveau client)
- Mapping des proximités (analyse factorielle)

RETAIL AUDIT

Phases

P.1: Censur de tous les points de vente (PdV)
P.2: Audit périodique d'un échantillon de PdV

Questions-clés #1

Canaux qui portent les ventes?
Potentiel si la distribution est à 100%?
Meilleures opportunités de vente?
Nos performances comparées à la concurrence?

Questions-clés #2

Performances des stocks- Distribution numérique
et valeur- Pricing - Parts de marchés

ENQUETES DE SATISFACTION

Approches

- Approche classique (satisfaction vs importance)
 - MOSTER (drivers de la satisfaction)

Indicateurs/KPIs

- Customer Satisfaction Index (CSI)
- Net Promoter Score (NPS)
- Customer Effort Score (CES)
 - Brand Powerness (BP)

EVALUATION DE CAMPAGNES

Evaluation interne

- Statistiques: impact sur les ventes, parts de marché, etc
- Finance: analyse de rentabilité (ROI de la campagne)

Evaluation externe

- compréhension - intérêt - usage - recommandation
- Feedback des consommateurs et des distributeurs (avec sentiment analysis)

TESTS DE CONCEPTS

Niveau 1: quali

- Perception (acceptation, forces faiblesses)
 - Associations et divers usages
 - Génération de nouvelles variantes

Niveau 2: quanti

- Etude à large échelle pour extrapolation
 - Market sizing effectif
 - Analyses de segmentation

MYSTERY SHOPPING

Phase de préparation

- Définition des standards
- Parcours-client et points de contact

Phase d'analyse

- Scores des points de vente
- Analyse multidimensionnelle
- Corrélation entre les paramètres et les ventes

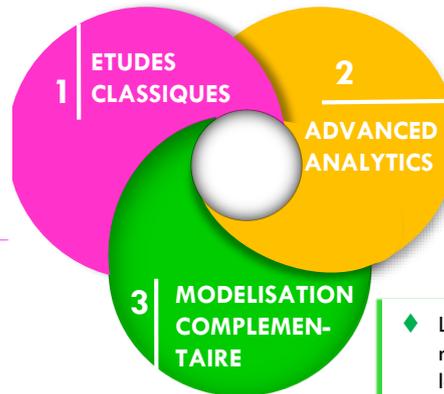




Focus sur SAC Intelligence

➔ Nous avons développé une synergie permettant de rendre les études de marché plus fiables et procurant plus d'enseignements (*insights*). Ceci est fait en combinant les méthodes de recherche et en intégrant systématiquement de la modélisation.

◆ La première étape doit être correctement menée afin d'éviter les « **garbage in, garbage out** » ; d'où l'importance de **traiter efficacement les points de pression** habituels des études de marché.



◆ Nous procédons à l'**extraction d'insights additionnels** à partir des bases de données afin d'aller plus loin que les analyses uni- ou bivariées traditionnelles.

◆ Nous conduisons des activités **d'advanced analytics et data mining** afin d'extraire des insights, des règles d'association ou de décision.

◆ La dimension externe de la recherche quantitative est renforcée par la **dimension interne de la modélisation** ; et les résultats des deux approches sont comparés.

◆ **Phase 1.** Identification des facteurs discriminants fortement liés à au *business problem*.

◆ **Phase 2.** Modélisation effective par la recherche du type de relation entre l'enjeu métier et les paramètres les plus discriminants. Cela se fait via des méthodes simples (tables de décision) ou plus complexes (réseaux de neurones, etc).

NB : Les réseaux sociaux (*attitudes et opinions, textes, etc*) constituent une source de données importante pour notre approche de méta-recherche.





Focus sur SAC Intelligence

- ➔ Nous avons identifié un certain nombre de facteurs en Afrique qui doivent être pris en compte pour la conduite efficace des études de marché et l'interprétation pertinente des résultats.



Difficultés dans la conduite des études

Diversités et barrières ethniques et linguistiques
Difficulté à traduire la multitude dialectes, freins de dialogues

Lourdeurs administratives et autres contraintes gouvernementales
Autorisations et divers contrôles en amont

Barrières culturelles pour conduire les études
Tabous, confidentialité des revenus, mutismes divers, etc

Astuces pour une meilleure compréhension des marchés africains

Tenir compte de l'économie informelle
De nombreuses transactions de biens et services se passent dans l'informel

Ne pas se baser exclusivement sur les indicateurs officiels
Il existe un gap entre revenus officiels et revenus réels (de nombreuses sources indirectes de revenus)

Tenir compte du paradoxe de la richesse
Plaintes concernant les revenus mais mode de vie de riche (incluant la consommation des produits importés)





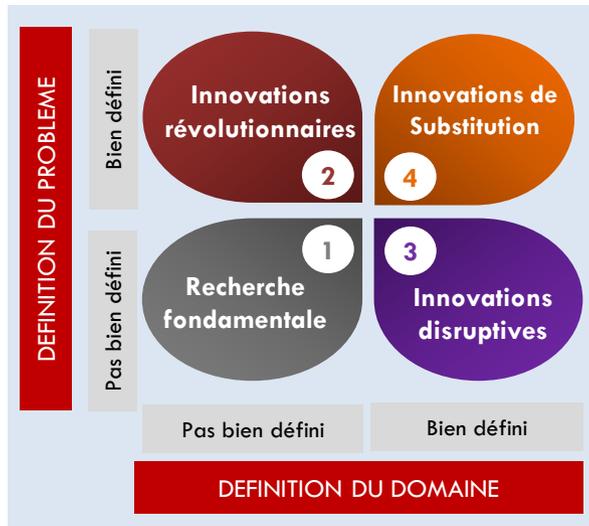
Focus sur SAC Innovation: approches et outils

- ➔ Nos outils prennent la forme d'**Innovations de Substitution** car ils visent à résoudre des problèmes de business définis dans des domaines bien précis.



DU PARADIGME...

La Matrice d'Innovation



Sources d'information

- Etudes de marché (quali)
- Best practices (recherche documentaire)
- Interviews CODIR (besoins)

Types de problèmes de business

- Monitoring et reporting
- Analyses et évaluation
- Amélioration des performances

Génération d'idées

Sessions internes d'innovations et de génération d'idées (brainstorming, mindmapping, brainwriting, etc)

Types de domaines

- Stratégie et Pilotage Performance
- Culture et Capital Humain
- Marketing, Ventes et Service Client
- Opérations et process
- Finances, etc





... AU SCREENING ET A LA CATEGORISATION

Les outils innovants de management de SAC

	Monitoring & tracking	Analyse et évaluation	Amélioration des performances
Stratégie et Pilotage de la Performance	<ul style="list-style-type: none">S-TRMeaS-HYPES-TOOR	<ul style="list-style-type: none">S-720BPA	<ul style="list-style-type: none">S-STRAG
Culture et Capital Humain		<ul style="list-style-type: none">S-720BPAS-HPC	<ul style="list-style-type: none">S-HPC
Marketing, Ventes et Service Client	<ul style="list-style-type: none">S-TRMeaS-Telco CheckS-RET.AUD.XPRESS	<ul style="list-style-type: none">S-720BPAS-Telco CheckS-IMPACTOR	<ul style="list-style-type: none">S-PRICER
Opérations et Process		<ul style="list-style-type: none">S-720BPAS-TBIRD	
Finances	<ul style="list-style-type: none">S-bNPS	<ul style="list-style-type: none">S-720BPA	





Focus sur SAC Innovation: le concept R-CAPI

★ Cas particulier:

SAC International a fait une demande de dépôt de marque pour le concept **R-CAPI™**



1. Nature et synthèse

Le **R-CAPI™** permet à une entreprise d'évaluer sa capacité à faire face au jeu concurrentiel du marché africain dans lequel elle opère, et d'identifier ses forces et faiblesses.

2. Constat et origine

- Besoin d'identifier les facteurs-clés de succès dans les marchés concurrentiels africains.
- Besoin de mesurer la posture actuelle face à l'intensité concurrentielle, ainsi que la capacité à s'adapter à la dynamique du marché.

3. Description

Identification des 4 champs de bataille prioritaires :

- Customer Experience (**C**)
- Analytics (**A**)
- People (**P**)
- Innovation (**I**)

Détermination du score de robustesse concurrentielle (R-CAPI™):

- Détermination des critères d'évaluation sur chaque dimension (CAPI)
- Grille d'évaluation multicritères débouchant sur le score de robustesse

Interprétation et exploitation du score R-CAPI:

- Interprétation du score R-CAPI brut et global
- Interprétation du score de consistance et d'homogénéité

4. Impact

Les entreprises ayant adopté le modèle **R-CAPI™** disposent des éléments leur permettant de comprendre et d'améliorer leur position concurrentielle actuelle et à venir.





Focus sur SAC Innovation: le concept R-CAPI

- ➔ Customer experience, **Analytics**, **People** et **Innovation (CAPI)** constituent les 4 champs de bataille majeurs qui conditionnent le succès futur des entreprises africaines.



CUSTOMER EXPERIENCE

Placer le **consommateur** au centre de chaque décision de l'entreprise...

- S'intéresser à tous les points de contact entre le client et l'entreprise
- Adapter le « *user experience* » aux spécificités des segments
- Fixer l'expérience client tout au long du cycle de vie du consommateur
- Déterminer des « *must win battles* »
- Processus de « *close-loop feedback* »
- Indicateurs de mesure de l'expérience client



ANALYTICS

Prendre chaque décision sur la base des **données** et des **analyses**...

- Outils de data visualisation pour faciliter les insights
- Analyse prédictive
- Data mining et deep learning
- Opportunités de cross- et upselling
- Analyse prescriptive et scénarii
- Support au « *customer value-based management* »



PEOPLE

Développer les **hommes**, de telle sorte que ceux-ci puissent développer le business...

- Culture de la haute performance
- Développement des compétences
- Plan de carrière
- Système de récompense
- Information et contribution des employés
- Implémentation du *HR Analytics* comme aide à la décision



INNOVATION

Innover afin de créer et de garder un **avantage comparatif** face à la concurrence...

- Nouveaux produits et nouvelles sources de revenus
- Equilibre dynamique du portefeuille de produits
- Nouveaux processus de management
- Outils et solutions de business innovants
- Identification de facteurs disruptifs
- Stratégies Océan Bleu et Océan Noir





Focus sur SAC Academy: nos domaines d'action

- ➔ Nous pouvons apporter un support professionnel dans de nombreux domaines.



PLATEFORMES D'ECHANGES

- Formations couvrants le spectre du *Business Management*
- Séminaires et cours
- *Management talks*
- Sessions de *Team Building*
- Sessions Stratégie-Innovation



PUBLICATIONS

- Newsletters et *business reports*
- Ouvrages de *business management*
- Articles et papiers blancs sur le *business management*
- Vidéos éducatives



SUPPORTS ACADEMIQUES

- Cours de *Business Analytics*
- Cours d'introduction à l'Intelligence Artificielle
- Bases de données professionnelles
- Supports divers aux étudiants



EVALUATIONS

- Tests psychotechniques
- Outil: *CEOs assessment skills*
- Grilles d'évaluation
- Assistance à l'évaluation du staff





Focus sur SAC Academy: nos formations

Nos formations sont orientées-action (agrémentées de nombreux exemples) et couvrent la plupart des besoins des professionnels dans le contexte des affaires en Afrique.



Nous avons 4 catégories de formations courtes:

GM: Général et pour Managers - **GS:** Général et tout Staff - **SM:** Spécifique et pour Managers - **SS:** Spécifique et tout Staff

En plus de ces modules de formations courtes, nous accompagnons également les entreprises sous la forme de coaching sur mesure et de transferts de compétences (5 à 10 jours) sur des sujets spécifiques.

Les avantages à suivre une formation avec SAC Academy





Focus sur SAC Academy: nos formations

GM
01

Pilotage de la Performance

- ☞ KPIs et indicateurs de performance
- ☞ Fixation des objectifs
- ☞ Reporting et rapport de performance
- ☞ Dashboards et scorecards
- ☞ Analyse des performances
- ☞ Facteurs de correction
- ☞ Réunions de performances

GM
02

Leadership et Team Management

- ☞ Styles de leadership et impact sur les équipes
- ☞ Techniques de motivation et d'engagement des employés
- ☞ Gestion des performances individuelles et collectives
- ☞ Prise de décision en situation de crise

GM
03

Gestion du Changement

- ☞ Modèles de gestion du changement
- ☞ La communication du changement
- ☞ La résistance au changement
- ☞ Le rôle des leaders lors du changement
- ☞ Les initiatives de gestion du changement
- ☞ Evaluation de l'impact du changement

GS
01

Bureautique (MS Excel et PowerPoint)

- ☞ Les fonctions de base dans MS Excel
- ☞ L'élaboration et choix des graphiques
- ☞ L'analyse des données avec MS Excel
- ☞ Les fonctions de base dans PowerPoint
- ☞ Animations et fonctions avancées sur PPT
- ☞ Les règles d'une bonne présentation

GS
02

Introduction à l'Intelligence Artificielle

- ☞ Définitions et histoire de l'IA
- ☞ Les cas d'usage de l'IA dans l'entreprise
- ☞ Les différentes typologies de l'IA
- ☞ Le fonctionnement de l'IA
- ☞ Focus sur les IA génératives
- ☞ Limites, risques et dangers de l'IA

SM
01

Gestion de Projets

- ☞ Cycle de vie d'un projet
- ☞ L'organisation (scrum, kanban, etc)
- ☞ Les outils de planification (Gantt, etc)
- ☞ La matrice RACI
- ☞ Le triptyque: *time-quality-money*
- ☞ La gestion des risques
- ☞ Suivi et évaluation des projets

SM
02

Business Planning et Business Modeling

- ☞ Processus du business plan
- ☞ Conduite des analyses SWOT et PESTEL
- ☞ Elaboration du business plan
- ☞ La vérification de cohérence
- ☞ Types et choix du business model
- ☞ La présentation aux cibles (conseil d'administration, investisseurs, etc)

SM
03

Stratégies et Plans de Redressement

- ☞ L'évaluation des performances et le diagnostic d'entreprise
- ☞ Analyse des leviers de la performance
- ☞ Stratégie, structure et culture
- ☞ Stratégies à succès
- ☞ L'apport du BI: segmentation et CLVM

SM
04

Stratégies et Techniques de Pricing

- ☞ Les stratégies de fixation des prix
- ☞ Les facteurs déterminants du pricing
- ☞ Les outils et techniques (PSM, BPTO, etc)
- ☞ L'évaluation d'une stratégie de prix
- ☞ Cas spécifiques: pricing dans les telcos, yield management dans le transport





Focus sur SAC Academy: nos formations

SS
01

Finances pour non-Financiers

- ☞ Les principaux états financiers
- ☞ Les principaux indicateurs financiers
- ☞ Elaboration d'un compte d'exploitation
- ☞ Elaboration d'un plan de trésorerie
- ☞ Analyse de rentabilité des projets

SS
02

Etudes de Marché et Analyses Sectorielles

- ☞ Types et processus des études de marché
- ☞ Les outils de collecte des données
- ☞ L'analyse des données et le rapport
- ☞ Le brief et le design d'une étude
- ☞ Le processus d'une analyse sectorielle
- ☞ Pièges et facteurs-clés des études

SS
03

Initiation à l'Expérience Client

- ☞ Les défis du *customer experience*
- ☞ Le parcours client et les points de contact
- ☞ Les outils de support client (*chatbots*, CRM)
- ☞ Panorama des initiatives liées à l'expérience client.
- ☞ Mesure de la satisfaction client

SS
04

Marketing Digital

- ☞ La place du marketing digital
- ☞ Les canaux du marketing digital
- ☞ L'optimisation pour moteurs de recherche
- ☞ Publicité en ligne et marketing de contenu
- ☞ Création d'une campagne
- ☞ Reporting, analyse et optimisation

SS
05

Analyse Concurrentielle 2.0

- ☞ Sources de données
- ☞ Outils d'analyse concurrentielle
- ☞ Intensité et forces concurrentielles
- ☞ Analyse du positionnement concurrentiel
- ☞ Lecture des stratégies de la concurrence
- ☞ L'apport de l'analyse prédictive

SS
06

Initiation à la Business Intelligence & Analytics

- ☞ Objectifs et activités d'une unité de BI
- ☞ Structure et organisation du BI
- ☞ Les 4 niveaux de l'Analytique
- ☞ Techniques statistiques fondamentales
- ☞ Introduction au data mining
- ☞ Les cas spécifiques: Marketing Analytics, Sales Analytics, HR Analytics, etc



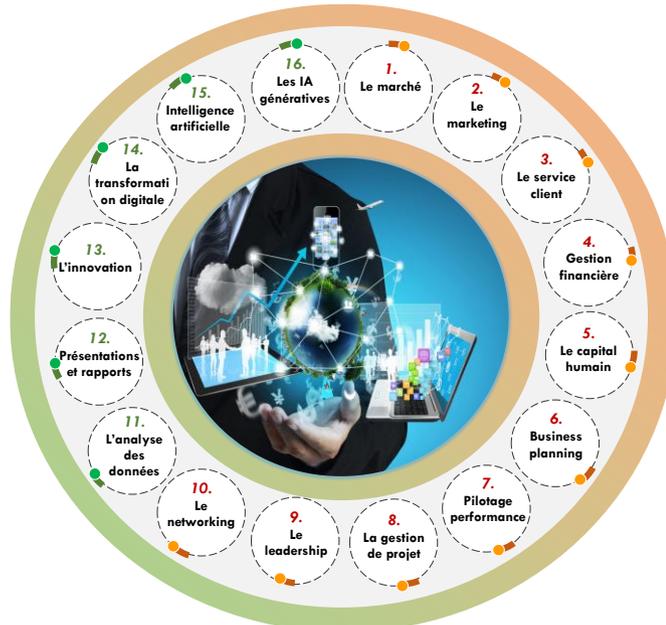


Focus sur SAC Academy: nos formations

★ En collaboration avec l'entité PLX, et avec le support de nos partenaires, nous organisons une formation multimodale (**Le Week-end Biz-Tech de SAC International**) qui permet aux participants de renforcer leurs compétences sur le double plan du management et de la technologie, et ainsi de devenir des **“managers augmentés”**.



Les modules du **Week-end Biz-Tech** de SAC International



- **Durée et lieu:** 3 jours en présentiel au Cameroun.
- **Contenu:**
 - 10 modules de management + 6 modules de technologie
- **Participants:** groupes homogènes constitués:
 - soit de jeunes professionnels (optique découverte),
 - soit de managers en activité (option networking)
- **Méthodologie et programme:**
 - Cas d'une entreprise (LikaloAfrica) servant de fil conducteur.
 - Chaque module est tiré du cas et débute par des chiffres-clés et des anecdotes de réalités d'entreprises africaines.
 - Pédagogie sous forme de causerie éducative dirigée par le DG de SAC International et agrémentée de brèves interventions de deux professionnels camerounais chevronnés.
 - Le 3ème jour débute par une séance combinée “team building-sport”, puis est ensuite consacré au traitement effectif et guidé du cas LikaloAfrica sous forme d'ateliers.
- **Ce que gagnent les participants:**
 - Des astuces, conseils, outils et templates de management.
 - Une richesse expérientielle provenant des chiffres publiés, des anecdotes et des échanges.
 - L'un des ouvrages publiés par le Fondateur (J.J. Essomé Bell)





Focus sur SAC Academy: nos formations



1. Suivre et analyser le **marché** et la concurrence, anticiper les changements.
2. Utiliser les méthodes et outils de **marketing** pour mieux agir sur le marché.
3. Maîtriser les challenges et les outils de gestion pour optimiser **l'expérience client**.
4. Maîtriser les outils et principes fondamentaux de la **gestion financière**.
5. Recruter, évaluer, développer et motiver les **employés**.
6. Coordonner, élaborer, évaluer et présenter efficacement un **business plan**.
7. Analyser les **performances** de l'entreprise et procéder à un diagnostic.
8. Maîtriser les outils fondamentaux de **gestion des projets**.
9. Améliorer son **leadership** pour l'atteindre de ses objectifs et le rendement de ses équipes.
10. Développer le **networking** et exploiter des outils comme LinkedIn.

11. Bien exploiter **Excel** pour l'analyse des données et les prévisions.
12. Améliorer l'élaboration et l'exposé des **présentations PowerPoint**.
13. Développer l'état d'esprit de **l'innovation**.
14. Réussir la **transformation digitale** de l'entreprise.
15. Intégrer et faire adopter **l'IA** dans l'entreprise.
16. Améliorer sa productivité en exploitant les **IA génératives**.





Focus sur SAC Academy: quelques publications

➤ Nous publions des magazines et des rapports professionnels sur des thèmes en rapport avec le monde l'entreprise et les certains secteurs d'activité.





Focus sur SAC Academy: quelques vidéos



Cahier du Management n°01

ETUDES DE MARCHÉ: 12 questions à poser pour évaluer la fiabilité d'une enquête par sondage.

<https://www.youtube.com/watch?v=Zk8lvQ5K984>



Cahier du Management n°02

BUSINESS MODEL: Revue des 20 Business Models les plus courants.

<https://www.youtube.com/watch?v=vKpMfi3S0Vk>



Cahier du Management n°03

DIAGNOSTIC D'ENTREPRISE: 25 principales causes de déclin des entreprises florissantes.

<https://www.youtube.com/watch?v=PAMVe4vXiNA>



Cahier du Management n°04

GRAPHIQUES SUR MS EXCEL: Comment procéder au meilleur choix de graphique.

<https://www.youtube.com/watch?v=VJN6VUM7ZfY>



Cahier du Management n°05

BUSINESS PLAN: 40 questions qui vous seront posées pour tester la viabilité de votre projet.

<https://www.youtube.com/watch?v=OzcuTUtkwSQ&t=2s>



Telecoms n°01

Comparative analysis of telecoms groups operating in Africa & the Middle East. Comparison on 4 themes: footprint & size, market position, profitability, portfolio analyses.

<https://www.youtube.com/watch?v=P5B7Cy1V6Vc&t=4s>



Telecoms n°02

15 Challenges for telecoms operators in Africa.

<https://www.youtube.com/watch?v=oTebhNGbvPs>





⇒ SAC Intelligence



⇒ SAC Consult



⇒ SAC Innovation



⇒ SAC Academy

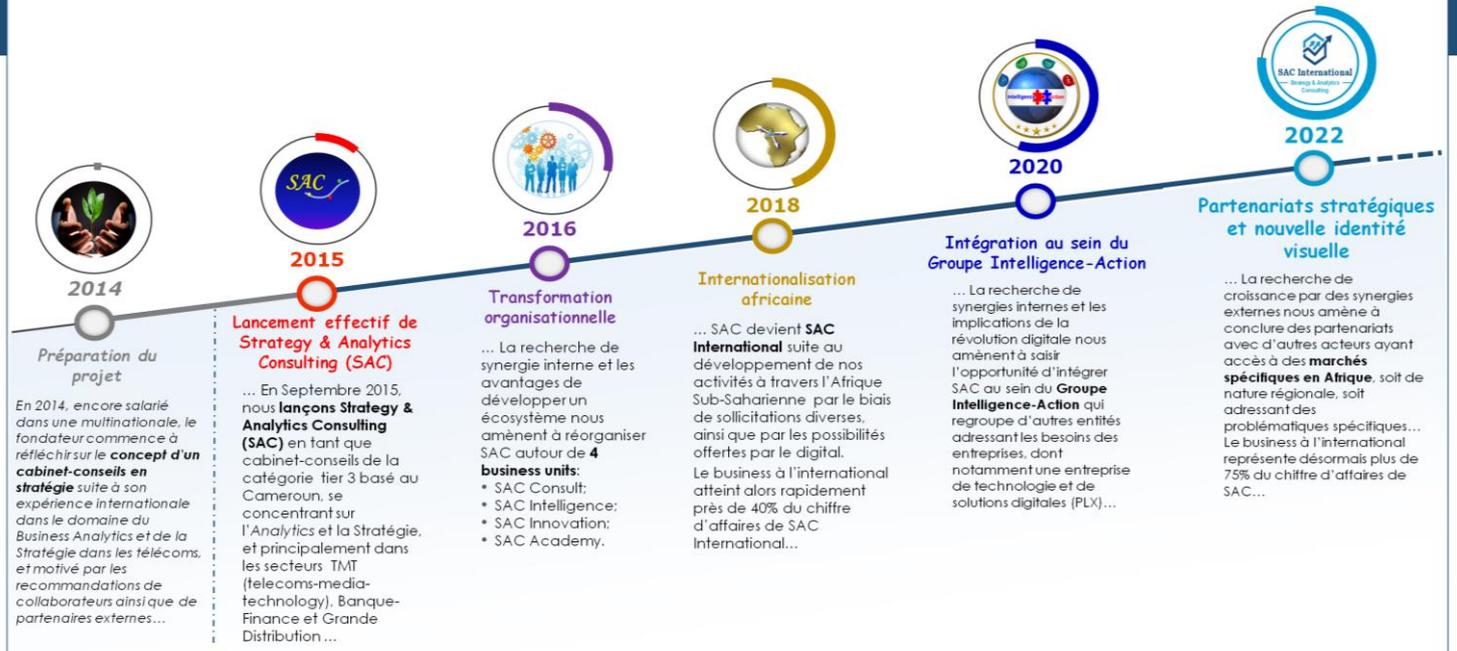




Quelles sont les étapes de notre développement?

➔ Dans un monde en perpétuelle évolution, il nous revient de nous adapter (voire de nous réinventer) tout en gardant notre ADN.

Les étapes du développement de SAC International





Comment illustrer la diversité de nos missions?

➔ Présentation de 30 exemples sélectifs illustrant la diversité de nos missions d'assistance aux entreprises en Afrique.



✳ Etudes de marchés et analyses sectorielles

- Etude 360° du marché des assurances et mise en place d'un indice de confiance et d'expérience-client.
- Market insights in the Cameroon's telecoms market (market sizing, U&A, competition analysis, risks & opportunities).
- Etude de marché de la filière de l'Agency Banking au Congo-RDC.
- Analyse du secteur des TIC au Cameroun (structure, comportements, performances, challenges et opportunités).
- Analyse sectorielle des cinq segments du marché des boissons en Afrique Centrale.
- Mobile Financial Services in Africa: trends, ecosystem, business models and success factors.
- Analyse du paysage de la finance digitale en Guinée : cadre structurel, acteurs, bilan, perspectives et opportunités.
- Analyse de la filière coton et segmentation des cotonculteurs en vue de la digitalisation des chaînes de valeur.

✳ Inclusion sociale et économique des populations africaines

- Etude sociologique en vue de faciliter l'intégration et de renforcer l'impact sociétal des jeunes en Côte d'Ivoire.
- Evaluation des programmes de filets sociaux à destination des populations affectées par le Covid-19 (BM).
- Cartographie de la filière élevage et identification des opportunités de digitalisation en vue de faciliter l'inclusion financière des femmes au Burkina Faso (PNUD).

✳ Business plans et études d'opportunités

- Etude de faisabilité et business plan d'une unité de production d'emballages laminés.
- Etude d'opportunité et facteurs-clés de succès d'une solution digitale d'épargne et de crédit par mobile money (IFC).
- Etude de faisabilité et business plan d'une cimenterie en vue d'approvisionner les pays de la zone CEMAC.
- Analyse de filière et stratégie d'intégration dans la filière volaille au Cameroun.
- Etude d'opportunité et analyse financière en vue de la mise en place d'un projet d'espace coworking premium.





Comment illustrer la diversité de nos missions?

✦ Diagnostic d'entreprise et plan de redressement

- Diagnostic managérial et institutionnel de 2 IMF au Bénin pour leur adaptation au nouveau cadre réglementaire (DGRV).
- Assistance des MPME au Bénin, Ghana et Sénégal dans le cadre de la résilience face au Covid-19 par des solutions digitales (UNCDF).
- Diagnostic stratégique et repositionnement d'un fournisseur d'accès internet en opérateur de téléphonie mobile.
- Analyse de la filière de la farine; audit marketing et redressement commercial d'une minoterie au Cameroun.

✦ Stratégie d'entreprise et plan marketing

- Détermination du prix optimal d'une gamme de vins de table par les approches PSM et BPTO et stratégie de pénétration du marché congolais.
- Evaluation du catalogue des offres business-PME d'un opérateur télécoms au Cameroun (positionnement de marché de chaque offre en fonction du score d'appétence, recommandations de go-to-market spécifiques).
- Optimisation du pricing des offres d'une régie publicitaire digitale pour les PME.

✦ Transformation et conduite du changement

- Transformation digitale et conduite du changement dans les filiales d'un groupe bancaire en Afrique de l'Ouest.
- Cadre conceptuel et opératoire pour une culture de la haute performance chez un opérateur télécoms.
- Conduite du changement en vue de l'adoption de l'IA dans une entreprise agroalimentaire en Côte d'Ivoire.

✦ Formation-coaching pour le renforcement des capacités

- Séminaire de formation des Systèmes Financiers Décentralisés au Bénin en vue de leur autonomisation managériale.
- Formation-coaching en vue du renforcement des capacités du département Business Intelligence d'un opérateur télécoms en Côte d'Ivoire.
- Training sur l'analyse concurrentielle 2.0 (les *advanced analytics* au service de la veille concurrentielle).
- Mise en place d'une unité de business intelligence et programme de formation chez un nouvel opérateur télécoms.





SAC International Strategy & Analytics Consulting





Quelques-uns de nos clients et partenaires

Notre partenaire



AMARANTE
CONSULTING

➤ **Amarante Consulting** est une société spécialisée qui fournit des **services de conception et de mise en œuvre dans le domaine de l'inclusion numérique et financière**; ses services s'étendant à l'ensemble de la chaîne de valeur.

Créé en 2008, Amarante Consulting travaille avec divers clients en Afrique, en Asie, au Moyen-Orient, en Amérique latine et en Europe : institutions financières, opérateurs télécoms, fournisseurs de services tiers, gouvernements, investisseurs, organisations de développement, start-ups.

➤ Le partenariat avec Amarante nous permet:

- d'intervenir dans de nombreux pays en Afrique via des études de marché, des analyses sectorielles, et des études socio-démographiques;
- de prendre une part active dans diverses études commanditées par des organisations internationales (Banque Mondiale, PNUD, UNCDF, IFC, etc) pour lutter contre les inégalités et réduire la fracture numérique en Afrique.

Quelques-uns de nos clients (*)





**The true measure of the value of
any business leader and manager
is performance.**

Brian Tracy



Les données au service de la performance



Nos services

Dashboards automatisés

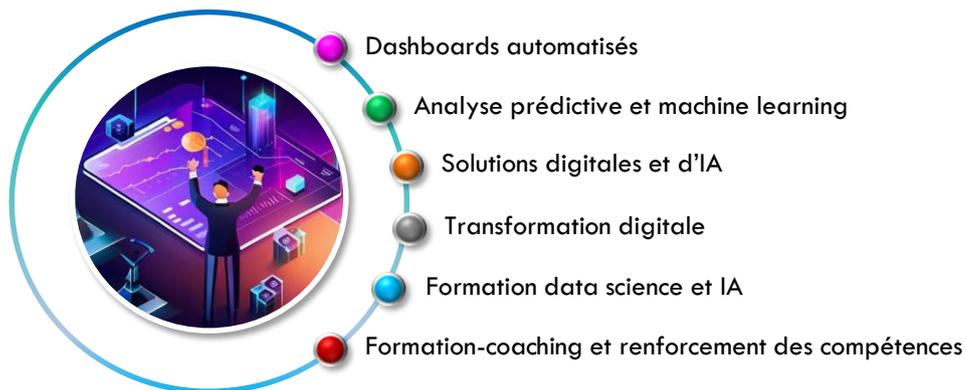


“Rendre votre vie agréable et aisée!”

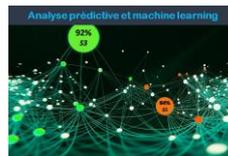


Qui sommes-nous?

★ **PLX (Performance LogiX)** est une **startup** qui met à la disposition des organisations des solutions analytiques, digitales et d'intelligence artificielle pour l'aide à la décision, qui accompagne les entreprises dans les domaines de la business intelligence, de la transformation digitale et de la formation-coaching, et enfin qui dispose d'un laboratoire de recherche de solutions technologiques innovantes.



« Les données au service de la performance. »





Que pouvons-nous faire pour vous?



Analyse des performances



Tableaux de bord automatisés, prédiction de performances, alertes, etc

Data collection



Données sectorielles, data viz, analyses exploratoires, graphes de connaissance

Analyse prédictive



Prévisions, prédictions de performance, détection d'anomalies et de fraudes, etc

Unsupervised learning



Segmentation marketing, clustering, règles d'association, etc

Traitement du langage



Chatbots personnalisés, text mining et analyses de contenus, etc

Vision artificielle



Reconnaissance de formes (image-to-text), génération d'images, etc

Solutions digitales



Tableaux de bord digitaux, jeux et divertissements, applications diverses

Robotique



Solutions domotiques (détection de présence, etc)

Transformation digitale



Diagnostic de maturité digitale, conduite du changement, adoption technologie





Comment sommes-nous organisés?

➔ Nous sommes organisés en 3 cellules et une annexe numérique.

PLX Solutions



Cellule de mise à la disposition de nos clients:

- des outils de business intelligence (reporting, analyse des données, prévisions, etc);
- des solutions digitales et d'intelligence artificielle.

PLX Conseils



Cellule en charge de :

- l'accompagnement des entreprises en matière de BI et de Transformation digitale;
- la formation dans les domaines de la science des données et de l'intelligence artificielle.

PLX Lab



Cellule/laboratoire de recherche d'approches et de solutions innovantes de Business intelligence/data science et d'intelligence artificielle.



Plate-forme numérique de vulgarisation de la Data Science et de l'Intelligence Artificielle.





De quoi est composée notre boîte à outils?

- ➔ Que ce soit pour les tâches liées à la data science, au développement d'applications digitales ou aux solutions d'intelligence artificielle, nos équipes utilisent une large panoplie d'outils (logiciels, plateformes de développement, etc).



Amazon SageMaker



RaspberryPi





Quels sont nos modules de formation?

➔ Nous offrons dans les formations techniques de base dans les domaines de la science des données et de l'intelligence artificielle...



Formations de base dans les métiers de la data et de l'IA

MS Excel avancé

- ☞ Graphiques avancés sur Excel
- ☞ Fonctions avancées (conditions, recherche, texte, date, etc)
- ☞ Simulations, analyses de sensibilité
- ☞ Tableaux croisés dynamiques
- ☞ Gestion de données (listes déroulantes, filtrages, protections)
- ☞ Utilitaire « Data Analysis »

Data Mining et Analyse Prédictive

- ☞ Analyse statistique vs data mining
- ☞ Approches et modèles data mining
- ☞ Processus d'un projet de data mining
- ☞ Évaluation et déploiement
- ☞ Cas réels de data mining: 1.analyse supervisée; 2.analyse non supervisée
- ☞ Facteurs-clés de succès

Outils de Data Science et Intelligence Artificielle

- ☞ Outils de visualisation interactive (Power BI, Tableau, Matplotlib, etc)
- ☞ Logiciels statistiques et langages (SQL, Python, Tanagra, etc)
- ☞ Frameworks et environnements de développement (Tensorflow, Keras, Amazon Sagemaker, etc)

Traitement du langage naturel (NLP)

- ☞ Applications courantes du NLP
- ☞ Pré-traitement des données textuelles
- ☞ Modèles et algorithmes de NLP
- ☞ Cas pratiques:
 - Analyses de sentiments
 - Création d'agents conversationnels
 - Traduction de texte et résumés

Montage d'un projet d'Intelligence Artificielle

- ☞ Définition des objectifs du projet
- ☞ Collecte et préparation des données
- ☞ Choix des modèles et algorithmes
- ☞ Développement et entraînement du modèle
- ☞ Déploiement du modèle (API, intégration, etc)
- ☞ Etude de cas de synthèse

➔ NB: Performance-LogiX est également partenaire de la formation Le Week-end Biz-Tech de SAC International », qui permet de renforcer les compétences managériales et technologiques des participants.

Voir détail pages 26 et 27.





Quels sont nos modules de formation?

- ➔ ... à cela s'ajoutent également des formations spécifiques liées aux applications de l'Intelligence Artificielle dans certains métiers ou secteurs d'activité.



Programme de formations « IA de X »

Ciblage métiers-secteurs

★ Métiers

- IA pour le Marketing
- IA pour l'Expérience Client
- IA pour la Finance
- IA pour le Capital Humain

★ Secteurs

- IA dans les télécoms
- IA dans le secteur bancaire
- IA dans l'agro-industrie

Thèmes de formation

- ➔ Challenges et opportunités du métier ou secteur
- ➔ Introduction à l'IA
- ➔ Cas d'usage de l'IA dans le métier ou secteur et impacts divers
- ➔ Démo d'utilisation de l'IA dans le métier ou secteur
- ➔ Limites, risques et dangers spécifiques de l'IA
- ➔ Agrégation: l'IA chef d'orchestre dans le métier ou secteur
- ➔ Le futur de métier/secteur et de l'IA

NB: Il faut savoir que l'Intelligence Artificielle va permettre la création de nouveaux emplois allant dans le sens de spécialisations dans les fonctions managériales sous la forme d'"IA de X »; où X représente un métier spécifique tel que le marketing, la finance, le droit, ou encore un secteur d'activité tel que les télécoms, la banque, la grande distribution.

On parlera par exemple de Responsable IA du Marketing, de Manager IA de l'Assurance, etc. Cela permettra en fait d'assurer la mise en œuvre des solutions d'IA les plus adaptées à des domaines d'intérêt.





Quelles sont nos innovations?

Le Business Performance Predictor (BPPx)



1. Nature et synthèse

Le **BPPx** est un outil d'analyse prédictive qui permet à une entreprise de prévoir en temps réel le niveau de performance (atteinte des objectifs) de l'indicateur de chiffre d'affaires sur une base mensuelle en se basant sur la relation dynamique avec plus d'une centaine de paramètres tant internes qu'externes.

2. Constat et origine

- ▶ Les entreprises ont généralement une posture réactive vis-à-vis de leurs performances. Elles constatent le niveau d'atteinte des objectifs; et se mettent alors à chercher les facteurs explicatifs et les mesures correctives.
- ▶ Les entreprises éprouvent des difficultés à identifier la totalité des facteurs qui ont un impact sur la performance, et à établir leurs niveaux respectifs d'impact sur la performance passée et à venir.

4. Impact

- ▶ Changement de l'état d'esprit des dirigeants, d'une posture réactive à une posture anticipatrice par rapport aux performances de l'entreprise.
- ▶ Prise en compte de tous les paramètres internes et externes qui peuvent avoir un impact sur les performances; ce qui facilite la détermination des responsabilités et la recherche de mesures correctives.

3. Description

Combinaison de deux approches d'intelligence artificielle analytique :

- L'IA symbolique à base de règles de logique, et utilisant un système expert (phase 1)
 - L'IA par apprentissage automatique utilisant les réseaux de neurones artificiels (phase 2)
- Déploiement (et donc utilisation) du modèle pour prédire le niveau de performance (phase 3)

Phase 1. L'IA symbolique à base de règles de logique utilisant un système expert suit le processus suivant :

- Identification de tous les paramètres internes (lancement de produits, activités publi-promotionnelles, initiatives de la force de vente, paramètres d'ordre technique et infrastructurel, facteurs d'ordre financier et humain, etc) et externes (activités de la concurrence, faits d'ordre économique ou social, comportement de la demande, etc) ayant un impact potentiel sur le chiffre d'affaires.
- Utilisation d'un diagramme Ishikawa qui permet de structurer et de décrire les relations entre ces paramètres et le chiffre d'affaires.
- Développement et test d'un système expert permettant d'établir les règles de logique liant les paramètres et le chiffre d'affaires.

Phase 2. L'IA par apprentissage automatique à base des réseaux de neurones artificiels suit le processus suivant :

- En utilisant les résultats de la phase 1, constitution d'une base de données historiques et mensuelles sur plusieurs années des paramètres et de l'indicateur de performance du chiffre d'affaires (ratio réalisation vs objectifs)
- Préparation des données selon les principes du data mining (nettoyage, transformation, etc).
- Vectorisation des paramètres afin de constituer la couche d'entrée du réseau de neurones
- Optimisation du réseau de neurones de manière à minimiser l'erreur entre la sortie réelle de l'indicateur de chiffre d'affaires et la sortie prédite par le modèle

Phase 3. Déploiement du modèle en l'utilisant pour prédire le niveau d'atteinte des objectifs de chiffre d'affaires mensuel avec une avance s'étalant entre 2 et 7 jours; puis en l'améliorant d'un mois à l'autre.





Quelles sont nos innovations?

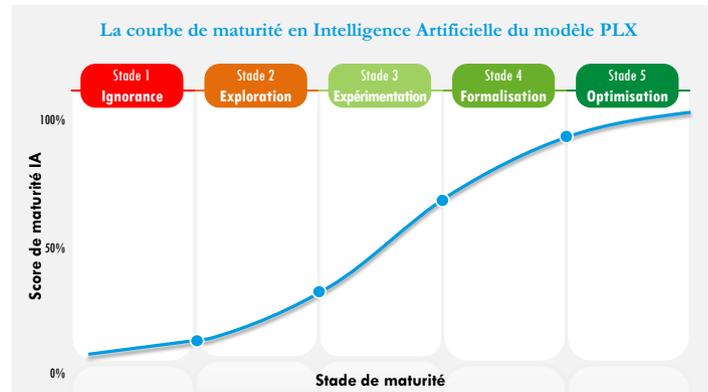
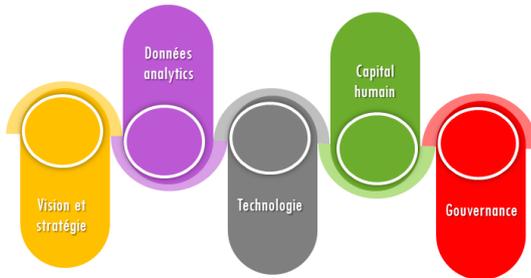
Le Modèle de Maturité en Intelligence Artificielle de PLX

Un **Modèle de Maturité en Intelligence Artificielle (MMIA)** est un cadre qui évalue et décrit le niveau de développement, d'intégration et d'adoption des technologies d'IA au sein d'une organisation. Il permet de mesurer la capacité d'une entreprise à adopter, utiliser et tirer profit de l'IA pour améliorer ses processus, produits et services, et donc exploiter les opportunités qu'offre l'IA sur le plan externe et sur le plan interne.

Le modèle de maturité IA va permettre de positionner une entreprise sur une courbe de maturité IA selon un indicateur dit **SMIA (Score de Maturité en Intelligence Artificielle)**, qui combine un certain nombre de dimensions, et qui comporte plusieurs niveaux de maturité. L'objectif est d'aider les entreprises à identifier leurs points forts et faibles, à établir une feuille de route pour l'adoption de l'IA et à maximiser le retour sur investissement.

Le **modèle de maturité IA élaboré par PLX** constitue un cadre d'évaluation robuste et adapté à l'environnement africain afin d'intégrer les défis et les priorités des entreprises évoluant sur le continent. A travers ce modèle, une entreprise donnée est évaluée selon **48 critères répartis en 5 dimensions**, puis une formule mathématique (logistique) est utilisée pour déterminer un score de maturité qui permet de positionner l'entreprise sur une courbe comportant **5 niveaux de maturité**.

Les 5 dimensions du modèle de maturité en IA de PLX





PLX

Performance-LogiX



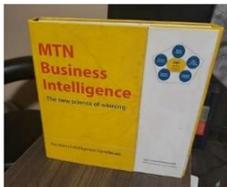


Quelles sont nos publications?

Le Fondateur du Groupe Intelligence-Action a publié:

- ★ deux ouvrages (primés) sur la pratique de la Data Science dans les télécoms;
- ★ mais également toute une collection de 10 ouvrages destinés à vulgariser l'Intelligence Artificielle en Afrique.

Collection "l'Intelligence Artificielle en Afrique"





Quelques-uns de nos clients et partenaires

Nos partenaires



- ➔ **ACADYS** est une société française spécialisée dans les **technologies de l'information et de la communication**, et disposant de plusieurs bureaux dans le monde.
Fondée en 2000, ACADYS se concentre sur le développement de solutions logicielles, l'intégration de systèmes, le conseil et services informatiques, et la formation.
- ➔ Le partenariat avec ACADYS nous permet:
 - d'élargir notre rayon d'action en bénéficiant du footprint de cette entreprise dans le monde;
 - de procéder à un partage et à une synergie de d'expériences dans les domaines de la data, du digital et de l'intelligence artificielle afin de lever les défis africains.
- ➔ **PVRM (Plus Value Research and Marketing)** est un cabinet africain expert en **études marketing et pratiques d'intelligence économique**, utiles dans le processus de décision stratégique dans une organisation.
- ➔ Le partenariat avec PVRM nous permet:
 - de consolider notre présence dans les marchés de l'Afrique de l'Ouest;
 - de valoriser notre savoir-faire dans le domaine de l'analyse des données d'études de marchés.

Quelques-uns de nos clients





Quelles sont quelques-unes de nos missions?

★ Mise en place d'un **système de pilotage** de la performance pour des institutions de microfinance au Cameroun.

‣ *Développement d'un dashboard interactif et prédictif.*

★ **Digitalisation des flux** financiers et non-financiers de la filière élevage au Burkina Faso.

‣ *Développement d'outils digitaux de gestion des flux.*

★ Identification des cas d'usage et des technologies d'**IA Génératives** dans une entreprise brassicole.

‣ *Développement de plusieurs POC à base de machine learning et renforcement des capacités en matière d'IA génératives.*

★ Analyse **mobile BI** d'une institution bancaire en vue de l'optimisation du maillage du territoire.

‣ *Mise en place d'un outil de business intelligence.*

★ **Transformation digitale** interne et externe des filiales d'un groupe bancaire en Afrique de l'Ouest.

‣ *Mise en place d'outils digitaux pour les tâches de reporting et de gestion de l'expérience client.*

★ Etablissement d'une **data strategy** pour un organisme en charge des données publiques.

‣ *Création d'une ontologie, mise en place d'un plan d'acculturation et projets IA.*





Innovation is the only
way to win.

Steve Jobs



Douala-Cameroun



(237) 677 55 15 14 – 696 12 63 70



