

Walar, dashboard de segmentation client amélioré

De la donnée brute à une
prospection ciblée, plus
rapide et plus efficace.

1. PRÉSENTATION DU CLIENT ET DE SON SECTEUR D'ACTIVITÉ

Walar est une entreprise *camerounaise* dynamique et innovante, spécialisée dans le secteur du **transport et la logistique**. Elle s'engage à offrir des solutions efficaces, fiables et adaptées aux besoins variés de ses clients, contribuant ainsi à la fluidité des échanges commerciaux au Cameroun et dans la région.



Dans un environnement de plus en plus concurrentiel, **Walar** a fait le choix d'intégrer les technologies numériques à ses processus internes pour *améliorer sa performance*. Le projet présenté ici s'inscrit dans cette dynamique : structurer la prospection commerciale en s'appuyant sur la donnée.

2. LES CHALLENGES

Avant le démarrage du projet, les équipes commerciales de **Walar** travaillaient de manière dispersée, sans outil centralisé pour guider leurs actions.

Principales difficultés identifiées :

- **Prospection manuelle et non structurée** : Chaque commercial menait ses recherches de façon indépendante, souvent sur des plateformes en ligne, sans méthode unifiée ni capitalisation sur les efforts passés.
- **Absence de critères objectifs pour qualifier les prospects** : La sélection des cibles reposait sur *l'intuition* ou *l'expérience individuelle*, sans appui analytique pour prioriser les efforts.
- **Charge de travail élevée pour des résultats incertains** : Le temps consacré à la recherche prenait le pas sur l'action commerciale, avec un rendement difficile à mesurer ou à améliorer.

3. LA SOLUTION APPORTÉE PAR CATHENA

Pour répondre aux besoins de **Walar**, **Cathena** a conçu une solution centrée sur *l'analyse des données*, en s'appuyant sur la plateforme **Power BI**. L'objectif : transformer des *informations éparses* en *un outil de pilotage commercial* clair, ciblé et actionnable.



Actions menées dans le cadre du projet :

- **Consolidation des données multi-sources** : *Extraction, nettoyage et unification de données* provenant de diverses plateformes utilisées par les commerciaux.
- **Modélisation d'un système de scoring** : Mise en place d'un modèle d'évaluation des prospects, fondé sur plusieurs critères métiers : secteur d'activité, intensité d'activité, niveau d'interaction, etc.
- **Création de tableaux de bord interactifs** : Conception *d'interfaces visuelles* permettant d'identifier rapidement les prospects les plus pertinents, selon leur score et d'autres filtres.
- **Accompagnement et formation des utilisateurs** : Accompagnement des équipes commerciales à l'usage de la plateforme, avec un appui tout au long de la phase de déploiement.

Le projet s'est déroulé sur une période de *quatre mois*, dans un format *collaboratif avec les équipes internes*, afin d'assurer un alignement fonctionnel constant.

4. LES RÉSULTATS OBTENUS

Dès le premier mois d'utilisation de la plateforme, les effets du nouveau système se sont fait sentir sur le terrain commercial. L'approche, désormais structurée et guidée par les données, a permis *d'optimiser le temps* et la *qualité des actions menées*.

Résultats observés :

- Deux contrats signés dès le premier mois, grâce à l'identification de prospects à fort potentiel.
- Réduction de 70 % du champ de recherche, permettant aux commerciaux de se concentrer sur des cibles plus qualifiées.
- Augmentation de 20 % du nombre de prospects qualifiés, signe d'une amélioration nette de la pertinence des ciblage.
- Adoption rapide de l'outil, perçu comme simple, utile et aligné sur les besoins quotidiens des équipes commerciales.

Ces résultats ont encouragé **Walar** à prolonger la collaboration avec **Cathena** pour étendre la démarche à d'autres fonctions de l'entreprise.

5. CE QU'IL FAUT RETENIR DE CE PROJET

Ce projet avec **Walar** montre qu'un levier de *transformation digitale* peut émerger d'un besoin métier simple : *mieux cibler ses prospects*. En structurant les données existantes et en fournissant un outil adapté, **Cathena** a permis aux équipes commerciales de gagner en *efficacité*, en *précision*, et en *impact*.

Trois points clés à retenir :

- **Mettre la donnée au service d'un usage concret** : Le scoring et la visualisation ont remplacé les recherches manuelles, sans complexifier les pratiques.
- **Construire avec les utilisateurs, pas à leur place** : La solution a été co-construite avec les équipes terrain, ce qui a facilité son adoption immédiate.
- **Commencer petit, penser évolutif** : Le projet, initialement ciblé sur la prospection, a ouvert la voie à une digitalisation plus large des processus internes.

Auteur

José Voukeng

Consultant, Spécialiste Microsoft et Odoo

À propos de

Cathena

Cathena est une entreprise spécialisée dans la transformation digitale et l'optimisation des processus métiers, offrant des solutions personnalisées en ERP, Business Intelligence et support applicatif. Nous aidons les entreprises à optimiser leurs performances grâce à des technologies innovantes et un accompagnement humain et local.

Visitez-nous sur

www.cathena-group.com

