

askR.ai

**le data assistant pour interroger
vos données en langage naturel**

<https://fr.askr.ai/>



**Interview de Matthieu Chabeaud,
CEO co-fondateur d'askR.ai**

**Propos recueillis par Laurence Dubrovin
Analyste Conseil, Expert
BI/Analytics/IA, CRM/CxM & MDM**

Table des matières

LA PROBLEMATIQUE DES CLIENTS

LE PROGICIEL

LA TARIFICATION

LES REFERENCES CLIENTS

LES PARTENAIRES

LES CONCURRENTS

LES SERVICES AUPRÈS DES CLIENTS

VOTRE VISIBILITE SUR LE MARCHÉ

EN SYNTHÈSE

AVIS DE L'ANALYSTE

askR.ai, le data assistant pour interroger vos données en langage naturel

Interview de Matthieu Chabeaud, CEO co-fondateur d'askR.ai. Propos recueillis par Laurence Dubrovin, Analyste Conseil, Expert BI/Analytics/IA, CRM/CxM & MDM

Laurence Dubrovin : Bonjour Matthieu, pourriez-vous nous présenter askR.ai en quelques mots

Matthieu Chabeaud : Lancé en 2017, askR.ai est un éditeur innovant qui a pour but de démocratiser l'accès à la donnée dans les grandes entreprises. Nous avons créé askR.ai, le premier data assistant doté d'une IA qui permet à des utilisateurs métiers d'interroger leurs bases de données en langage naturel, à l'écrit ou à l'oral.

Nous comptons aujourd'hui une dizaine de clients en France, en Espagne et en Europe de l'Est. Parmi ces clients, on peut citer : Renault, Technicolor, GRTGaz ou encore Orange.

Avec près de 300% de croissance en 2019, nous ne nous considérons plus comme une startup mais comme un pionnier en Europe de **l'Augmented Analytics**.

Nous envisageons d'ailleurs une levée de fonds afin d'accélérer notre développement en Europe.

Notre équipe est constituée d'une dizaine de personnes et nous nous appuyons également sur un réseau de partenaires. Nous prévoyons de tripler nos effectifs dans les 18 prochains mois.

LA PROBLÉMATIQUE DES CLIENTS

L.D. : Pouvez-vous nous décrire le contexte des entreprises aujourd'hui en termes d'accès et d'analyse de leurs données ?

M.C. : Les outils actuels de BI ont un taux d'adoption très faible (22% en moyenne). Et ce taux est inchangé depuis plus de 10 ans. Les générations d'outils se sont succédé : la 1^{ère} génération avec Business Objects et Cognos, la 2^{ème} génération avec Qlik et Tableau mais le problème demeure. Ainsi la vocation de la 3^{ème} génération dite « Augmented Analytics » basée sur l'IA/Machine learning est de démocratiser l'accès à la donnée pour les métiers. Elle gère ainsi des sujets que la 2^{ème} génération n'a pas su résoudre.

LE PROGICIEL

L.D. : Quelles sont les caractéristiques et les dernières évolutions de votre offre ?

M.C. : Nous proposons aux collaborateurs des grandes entreprises un **Augmented Data assistant**. Connecté aux données de l'entreprise et doté d'IA/ML, il permet aux utilisateurs de poser leurs questions en mode conversationnel (par écrit ou à l'oral) et de recevoir immédiatement leur réponse sous forme de tableaux, graphiques ou chiffres. Il s'agit de délivrer la data visualisation à la volée, en mode conversationnel. Nous enregistrons en moyenne 92 à 93% de taux de succès sur les questions posées.

Point très important : askR.ai peut être utilisé comme une "invisible app". Notre solution s'intègre aux outils de communication existants des entreprises (Skype, Workplace, Teams, WhatsApp, SMS, etc.), ce qui permet de ne pas ajouter un nouvel outil à la liste déjà bien fournie des grandes entreprises.

Notre offre évolue vers une plateforme d'Augmented Analytics plus complète. Nous intégrerons cette année de nombreuses nouvelles fonctionnalités comme de **l'auto-suggestion d'analyses** par exemple.

Figure 1 – askR.ai, dialogue avec le data assistant

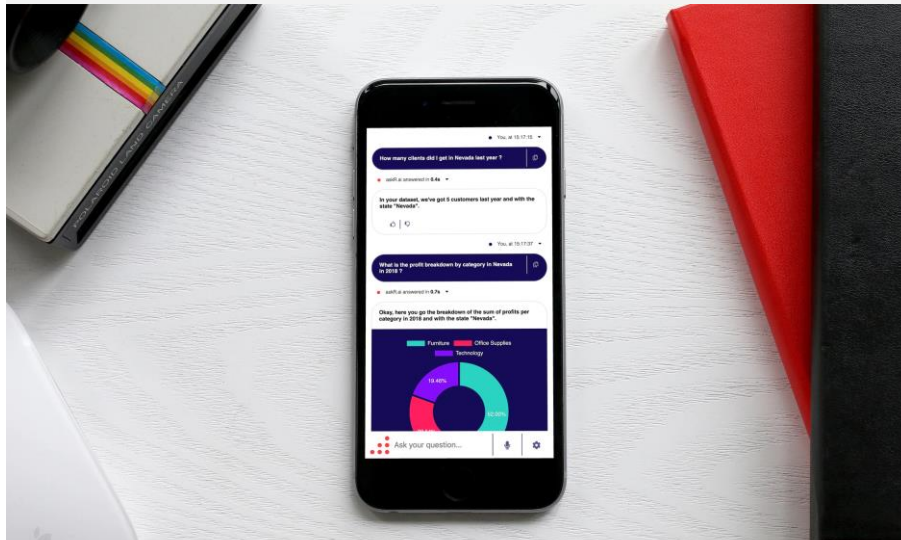
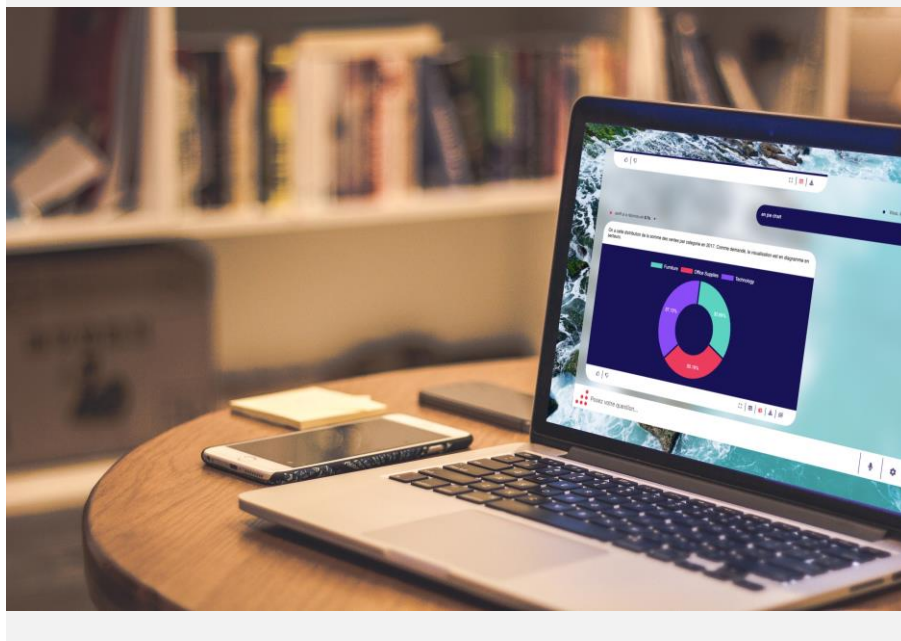


Figure 2 – askR.ai, restitution graphique



LA TARIFICATION

L.D. : Quels modes d'installation et de tarification proposez-vous ?

M.C. : askR.ai est proposé sur un modèle SaaS via des abonnements annuels. Il existe 4 packages en fonction du périmètre d'utilisation (nombre de datasets, type d'hébergement, connecteurs, etc.). Le tarif est indépendant du nombre d'utilisateurs qui lui est toujours illimité, afin d'être cohérent par rapport à la valeur apportée en termes de démocratisation de l'accès à la donnée dans l'entreprise.

LES REFERENCES CLIENTS

L.D. : Pouvez-vous nous citer quelques références significatives et cas d'usage ?

M.C. : Le réseau commercial entreprises de **Renault** par exemple, utilise askR.ai pour optimiser ses efforts de prospection. Alors qu'il leur fallait se connecter à un portail data complexe pour accéder à l'information marché, les chefs des ventes accèdent maintenant à leurs données en moins de 2 secondes. L'accès au portail de données opérationnelles a été multiplié par 7.

Technicolor utilise askR.ai pour permettre un accès rapide aux données de spend (dépenses) fournisseurs.

Grtgaz utilise un data assistant pour l'accès à la donnée de gestion de la Direction ingénierie. L'équipe gagne ainsi plus de 15h par jour dans la gestion administrative des parcelles.

Chez **Orange**, askR.ai est un contrôleur de gestion junior virtuel qui soulage les équipes financières. Cet assistant répond aux demandes chiffrées régulières des métiers pour simplifier le quotidien des équipes.

LES PARTENAIRES

L.D. : Quels sont vos principaux partenaires ?

M.C. : Nous développons aujourd'hui fortement notre réseau de partenaires pour organiser notre « go to market » via la vente indirecte mais aussi pour nous rapprocher des cabinets de conseil.

LES CONCURRENTS

L.D. : Quels sont vos principaux concurrents ?

M.C. : Les principaux acteurs que nous rencontrons sur le marché sont : les outils pour data scientists basés aux Etats-Unis comme DataRobot, ThoughtSpot, un outil de BI américain doté de NLP et qui a une logique non conversationnelle, Microsoft Power BI qui possède un module spécifique et s'adresse à des analystes, Qlik qui s'est doté d'un add-in et qui a beaucoup évolué vers des usages plus simples pour des utilisateurs déjà expérimentés.

Cependant, les outils traditionnels de BI comme Qlik ou PowerBI qui cherchent à ajouter du NLP dans leurs solutions, restent dans leur approche traditionnelle à destination des analystes : il ne s'agit que d'une évolution des "fonctionnalités" et pas d'une approche différente du marché.

LES SERVICES AUPRES DES CLIENTS

L.D. : Quels types de services apportez-vous à vos clients ?

M.C. : L'essentiel du service est apporté par notre IA ! Cependant, nos équipes de Customer Success Managers accompagnent nos clients, notamment lors de la mise en place de la solution et de l'apprentissage des algorithmes de notre IA. Nous les épaulons également dans le monitoring de l'usage et de l'adoption par l'ensemble des utilisateurs.

VOTRE VISIBILITE SUR LE MARCHE

L.D. : Quels moyens sont mis en œuvre pour vous rendre visible sur le marché ?

M.C. : Nous participons notamment à de nombreux événements professionnels Européens dont le dernier en date est le congrès Big Data à Londres. Nous activons également un large réseau de partenaires (clubs/médias/cabinets de consulting...) pour faire connaître notre solution auprès des grands groupes Européens.

EN SYNTHÈSE

L.D. : Quelle est votre vision sur l'avenir de ce marché en quelques mots ?

M.C. : Le marché de la Business Intelligence va connaître une profonde transformation avec l'émergence de **l'Augmented Analytics** et d'une nouvelle génération d'outils. Selon Gartner, d'ici 2021, 50% des requêtes sur les données par les métiers seront réalisées par la voix (NLP), via une barre de recherche, par chat, ou seront générées automatiquement.

AVIS DE L'ANALYSTE

askR.ai est sur un secteur porteur dans la mesure où il a aussi des concurrents qui commencent à investir sur le sujet. Le marché est encore assez fragmenté car certains outils construisent leur réponse en ajoutant à leur outil de BI existant un add-in, d'autres et c'est le cas de askR.ai sont embarqués dans les outils existants de façon transparente, si bien qu'il n'y a plus d'interface pour accéder au produit. Les besoins d'accès aux données des entreprises en langage naturel sont croissants et se sont accentués avec le Big data. Elles ont besoin d'outils fiables pour interroger les données qui ne nécessitent pas de formation longue et coûteuse et enregistrent un bon taux d'adoption. **La 1^{ère} génération d'outils de Business intelligence** (Business Objects, Cognos) a permis d'organiser l'accès aux données autour du data warehouse via le requêtage et le reporting, **la seconde génération** (Qlik, Tableau, Tibco Spotfire) a permis la mise en place d'**outils d'analyse et de découverte des données** au niveau départemental. Le Big data et les GAFAs ont permis la sortie de **la troisième génération d'outils** (Toucan Toco) **dits de data visualisation et de data story telling**. Si **une 4^e génération d'outils** se profile avec **des solutions d'interrogation des données en langage naturel**, c'est précisément sur ce créneau que se positionne askR.ai qui souhaite rapidement se situer au niveau européen. Il est donc logique qu'il se tourne vers des investisseurs pour accélérer son développement. Sa réussite dépendra essentiellement de 3 facteurs : la performance de l'outil dans sa compréhension rapide des questions et sa gestion en cas de changement de contexte dans les questions de l'utilisateur mais aussi sa capacité à s'intégrer de façon transparente à des outils existants. S'il s'attache à bien relever ces 3 défis, gageons que cet acteur devienne assez vite un précurseur de **l'Augmented Analytics** en Europe !

askR.ai,
<https://fr.askr.ai/>



Son diplôme d'ingénieur en poche, Matthieu Chabeaud co-fonde en 2004, Prelytis, la première solution de tableaux de bord 100% web, dont il est le directeur commercial.

En 2012, Prelytis intègre un grand groupe éditeur de logiciels Anglais et Matthieu prend la tête de l'équipe commerciale Business Intelligence EMEA. Il complètera alors son diplôme d'ingénieur par un master à HEC.

C'est fort de son expérience dans l'implémentation de projets de Business Intelligence chez ses clients que Matthieu co-fonde en 2016 askR.ai qui vient combler un besoin bien identifié sur le marché. »