

Développer des outils de géo-analytique pour guider la planification d'évènements.

Notre client, un leader mondial de l'industrie du divertissement, manquait cruellement de visibilité sur la performance de ses différents spectacles à travers le monde. Dotée d'une structure d'intelligence d'affaires minimale, l'entreprise québécoise ne disposait que de très peu de données pour la prise de décision stratégique au niveau de la planification et du marketing.

Notre défi: créer un outil de planification mondial

En faisant appel à notre équipe, l'objectif du client était d'obtenir des données qualitatives permettant de mieux comprendre le contexte autour de sa performance, ainsi que des outils d'aide à la décision pour optimiser la planification des spectacles. Pour répondre aux besoins du client, nous avons:

- + Mis en place une architecture d'intégration flexible et évolutive, afin d'intégrer les données très disparates des différents fournisseurs de billets, mais également des données démographiques, des données de sondage, et des données de la concurrence.
- + Réalisé des analyses prédictives et prescriptives sur ces données, afin de livrer des tableaux de bord géolocalisés destinés aux opérations et au marketing.
- + Participé à un important travail de gestion du changement en formant les utilisateurs finaux à l'outil développé et en réalisant la promotion du nouvel outil à l'international, pour une meilleure adoption.

La clé du succès: une solution adaptée aux besoins futurs

Grâce à la collaboration des différentes lignes d'affaires (marketing et opérations), nous avons pu concevoir le projet pour répondre à des besoins actuels et futurs. Grâce à l'évolutivité de l'architecture mise en place, l'intégration de nouveaux fournisseurs de données sera grandement simplifiée à l'avenir et tous les projets analytiques futurs se baseront sur les fondations BI de ce grand projet.



Ce qui a fait le succès de ce projet c'était avant tout la qualité de la communication entre les membres de l'équipe. Nous étions tous dans une « war room », on pouvait échanger dès que nous avions des questions en plus de favoriser l'esprit d'équipe. Grâce à l'agilité et à la transparence que ce cadre de gestion de projet offre, nous avons pu ajuster le périmètre du projet en fonction des besoins changeants de l'organisation et ainsi toujours livrer le maximum de valeur pour eux.

- Marc Denis Léger, Analyste



Les bénéfices de cet outil de géo-analytique

Grâce aux tableaux de bords mis en place et aux différentes analyses réalisées, les départements marketing et opérations peuvent prendre des décisions éclairées en ce qui concerne:

- + La planification des tournées et notamment des lieux de spectacles.
- + Le prix des billets.
- + La gestion de l'offre et de l'inventaire.

Environnement technologique

SAP BO . Tableau