

QlikView permet au Groupe La Voix une analyse multidimensionnelle de ses activités

« QlikView permet une analyse verticale approfondie de chaque activité du groupe : ventes au numéro, abonnements, publicité et pose la première pierre des analyses transverses. »

Joël Carneado, Directeur des Études, Groupe La Voix

Un groupe de presse aux multiples facettes

Le Groupe La Voix (filiale à 100 % du groupe de presse belge Rossel) est le premier groupe de médias et de communication au nord de Paris avec plus de 30 titres, une chaîne de télévision et de nombreux sites internet. Le groupe est constitué de médias intégrés complémentaires : presse quotidienne (La Voix du Nord, Nord Éclair, Nord Littoral, Le Courrier Picard), presse hebdomadaire (15 hebdomas régionaux



dans le Nord mais aussi en Savoie...), presse gratuite (Direct Lille Plus), magazines (Version Femina, TV Mag, Nordway), télévision (Weo), sites internet d'information et d'annonces,... Le Groupe La Voix réunit 30 sociétés et 11 métiers pour un chiffre d'affaires de 248 millions d'euros. À eux seuls, ses titres quotidiens attirent plus de 17 millions de lecteurs chaque jour et le groupe lance régulièrement de nouveaux

concepts qui viennent répondre à la demande du public. Dans ce contexte, il était crucial pour les directions opérationnelles de pouvoir analyser le plus finement possible leurs données. Le système statistique existant, composé de programmes et bases de données développés en interne, n'offrait que des états statiques ne répondant que partiellement aux demandes formulées par les directions et aux analyses multidimensionnelles. C'est ainsi que le Groupe La Voix s'est lancé dans la recherche d'une solution de business intelligence.

De forts enjeux en matière de réactivité

La volonté de la direction générale, des directions opérationnelles (publicité, abonnements et vente) et de la finance, était de passer d'une production statique des rapports opérationnels à une réelle approche dynamique des données, pour une meilleure analyse multidimensionnelle et une plus grande réactivité. La DSI du groupe a donc évalué en mode projet trois solutions, selon 50 critères portant sur les fonctionnalités, la technologie, l'évolutivité, la sécurité, les aspects architecturaux, ainsi que les performances ou les coûts. Pour confirmer ses orientations, la DSI a également effectué des visites de référence. Enfin, les deux solutions

En Bref

Groupe La Voix

Groupe de médias et de communication

Secteur

Media

Fonction

Commerce, Finance, Opérations

Localisation

France

Challenges

- Développer la production d'informations de pilotage des activités
- Analyser les données en combinant plusieurs axes d'approche et sur plusieurs périodes de gestion
- Obtenir des données dynamiques croisées entre les différentes directions opérationnelles
- Permettre aux utilisateurs d'être plus autonomes dans leurs analyses

Solution

Le Groupe La Voix a déployé QlikView rapidement auprès d'une trentaine d'utilisateurs issus des départements Vente, Publicité et Finance, permettant ainsi un usage généralisé de l'analyse dynamique des données.

Bénéfices

- Navigation intuitive
- Implémentation rapide
- Réactivité dans la production de nouvelles analyses
- Possibilité d'apporter des reporting croisés à la Direction du groupe
- Meilleure connaissance des données ventes, publicité et amélioration de l'analyse des marges (finance)

Systèmes Sources

Applications : PeopleSoft, Power Builder
Données : base Sybase, Excel.

QlikTech Partner

ACSSI



retenues ont été soumises aux utilisateurs qui ont opéré un choix définitif. La DSI, quant à elle, bien que convaincue de l'adéquation de QlikView aux besoins du groupe La Voix s'interrogeait quant à la capacité de la solution à gérer un volume de données important (environ 50 GO), avec une augmentation de 10 à 20 gigas octets chaque année. Un Proof of Concept mené dans le cadre du processus de sélection de la solution et les visites effectuées chez des clients QlikView ont permis de lever ces doutes.

Un déploiement conforme au planning

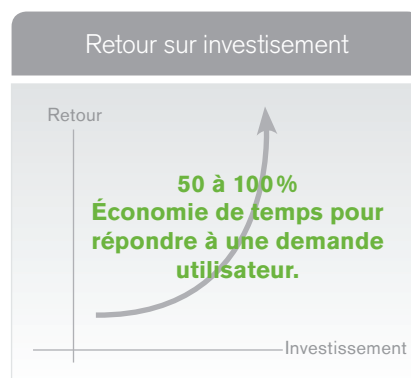
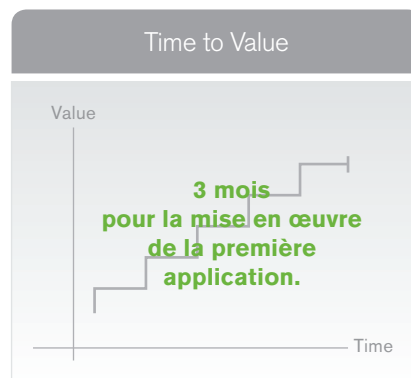
Le Groupe La Voix a choisi de s'approprier la solution QlikView et s'est appuyé pour ce faire sur un intégrateur local (ACSSI), qui a délégué un consultant pour l'aider à mettre en œuvre la solution : chargement des bases de gestion, développement et mise en production de la première application. Les chefs de projet Ventes, Publicité et Finance, ainsi que la DSI se sont réunis en mode projet pour définir un cahier des charges fonctionnel : identifier les données à analyser, définir les axes d'analyses, déterminer les processus de changements, la sécurité, etc. Une fois le cahier des charges validé par les utilisateurs, trois mois ont été nécessaires pour mettre en place une première application (Publicité), constituée d'une vingtaine d'onglets interconnectés et manipulant au total 150 à 200 objets. Une fois chaque application de base

(Publicité, Ventes, Finance) développée par la DSI, les utilisateurs assistent à une présentation de la base de données, afin d'être aptes à comprendre et à interpréter les données QlikView, et reçoivent une formation portant sur la création d'applications.

Actuellement 25 utilisateurs experts sont à même de développer indépendamment leurs propres applications, avec toutefois l'appui de la DSI pour des applications les plus élaborées. « Une fois les premières applications mises en œuvre, la DSI conserve une fonction de support mais n'est plus maître d'œuvre » précise Joël Carneado, Directeur des Études du Groupe.

Des économies de temps conséquentes

Le Groupe La Voix peut désormais, grâce à QlikView, obtenir, pour chaque direction, des analyses qui prennent en compte et combinent toutes les données clés et disposer ainsi d'approches ciblées et évolutives. De plus, la structure des bases constituées permet d'envisager dans un deuxième temps une analyse transverse (sociétés et multi directions) des données. « Nous sommes très satisfaits de QlikView et nos utilisateurs experts s'en servent au quotidien. Les objectifs que nous nous étions fixés sont atteints. À titre d'exemple, la personne de la direction opérationnelle Publicité qui gère les différentes demandes de reporting de la Direction générale a énormément gagné en réactivité. Au seul



niveau de la DSI, nous avons mesuré que, une fois les bases de données constituées, l'économie de temps pour répondre à une demande utilisateur oscille entre 50 % et 100 %.

» déclare Joël Carneado. QlikView a su prouver son efficacité au sein de l'entreprise et le groupe envisage d'étendre prochainement son utilisation au département Ressources Humaines pour l'analyse de la masse salariale.

« Au seul niveau de la DSI, nous avons mesuré que l'économie de temps pour répondre à une demande utilisateur oscille entre 50% et 100%.



Joël Carneado, Directeur des Études, Groupe La Voix