



Le Point

Mise en place d'un Data Hub comme point d'accès unique à la donnée

HISTORIQUE

- 3 ans

TECHNOLOGIES

- [Tableau](#)
- [Talend](#)
- [Dremio](#)
- [MariaDB](#)
- [Airflow](#)

PROJETS

- Data Viz
- Data Hub

PROBLÉMATIQUE

- Obtenir toutes les données pour fournir de futures analyses

BÉNÉFICES

- Pilotage de l'activité à 360°
- UX/client enrichie

Le Point, magazine d'actualité hebdomadaire français souhaitait s'équiper d'une solution d'informatique décisionnelle pour effectuer des analyses à 360° et mieux piloter ses activités et projets. C'est plus de 300 000 exemplaires de chacun de ses numéros et accueille plusieurs millions de visiteurs sur son site internet. Les volumes et la typologie des données récoltées sont volumineux et variés et rendent le projet d'autant plus challengeant.

Afin de mener ce projet à bien, Synaltic a constitué **une équipe pluridisciplinaire** pour traiter l'ensemble des données, **de la récupération des sources jusqu'à la restitution en passant par l'intégration et l'architecture.**

Cette équipe « Data » a ainsi été en mesure de mettre en place **une architecture basée sur un cluster [Hadoop](#)**, lui-même alimenté par **des jobs Talend** et **le gestionnaire de workflow Airflow**, ainsi qu'**une base de données MariaDB Columnstore**, permettant des restitutions analytiques.

Le déploiement de cette architecture ainsi que l'utilisation de **Dremio pour l'alimentation des tableaux de bord** ont permis de mettre en place les fondements techniques nécessaires à la création et la mise en place de tous les tableaux de bord.

Synaltic a travaillé avec les équipes de l'hebdomadaire de la conception des maquettes des tableaux jusqu'à leur déploiement et leur maintenance.

L'architecture mise en place a été conçue pour permettre autant que faire se peut l'exhaustivité des analyses prévues et à venir. Ainsi, la conception des maquettes a pu se faire sans contrainte et de la manière la plus efficace qui soit.

Les tableaux de bord installés permettent aux équipes marketing de mieux segmenter et catégoriser les prospects qui visitent le site web et d'analyser les profils des visiteurs ainsi que leurs parcours de visite.

Cela permet au service marketing de mieux cibler ses actions de prospection en donnant plus de pertinence aux contenus proposés à chaque prospect pour le transformer en client.

D'autres tableaux de bord ont également été créés pour mieux piloter la partie clients/abonnés, Le Point souhaitait comprendre ses lecteurs actifs et endormis pour être en mesure de les maintenir et de réduire son taux de désabonnement.

Les tableaux de bord que Synaltic a mis en place ne se limitent pas au service Marketing de l'hebdomadaire, d'autres utilisateurs métiers ont également bénéficié de l'expertise de Synaltic dans la création des maquettes et la mise en place des tableaux de bord.

C'est le cas pour les administrateurs du site web de l'hebdomadaire, en effet, Synaltic a mis en place des tableaux de bord pour monitorer les temps de chargement des pages du site web. C'est également le cas pour le Département des Ressources Humaines et les managers avec des tableaux de bord reprenant le compte rendu d'activité des employés de l'hebdomadaire.

Le travail effectué par Synaltic aura permis à Le Point de s'équiper d'un [Datahub](#) permettant de disposer de données agrégées et rapidement interrogables.

Ainsi, l'hebdomadaire peut non seulement fournir des analyses et des restitutions aux utilisateurs métiers, mais avoir aussi à portée de main toutes les données historisées pour créer des analyses ad-hoc plus poussées.



contact@synaltic.fr



01 55 28 89 40



www.synaltic.fr

