

PhotoBox entre dans l'ère du big data avec QlikView

« Nous envoyons 1,5 milliard d'e-mails par an. QlikView nous permet d'analyser nos performances et de choisir le canal le plus adapté au comportement du client »

– Antoine Lacharmoise, Directeur BI & CRM, PhotoBox



PhotoBox

PhotoBox est le leader en Europe sur le marché B2C de la personnalisation sur Internet. Son offre comprend une vaste gamme de produits personnalisables à base de photos (livres photo, calendriers, mugs, décoration murale), un grand choix de formats d'impression et le stockage sécurisé. La marque PhotoBox a connu une expansion rapide, avec notamment le triplement de ses membres en 4 ans (plus de 30 millions de membres à date) et un développement réussi à l'international. Au cours du dernier exercice fiscal 2013-2014, le groupe PhotoBox a réalisé un chiffre d'affaires de 208,8 millions d'euros.

Un premier projet pour la gestion de production

PhotoBox utilise QlikView depuis 2011. À cette époque, l'objectif était d'améliorer la gestion des workflows de ses usines, en analysant quasiment en temps réel la situation de la production dans les différents sites. La première application QlikView déployée avec l'aide d'Ysance, partenaire Qlik, permet de détecter au plus tôt les

goulets d'étranglement et de remplir les engagements de livraison, dans un contexte de fabrication complexe, à la commande et en flux tendus. Ce premier projet emporte l'adhésion des utilisateurs : « QlikView a changé le regard de nos collaborateurs sur les informations qu'ils possèdent et la manière de les utiliser. Ils sont passés d'une vision statique et parfois déconnectée de la réalité, à une analyse dynamique et intuitive, qui leur donne une vision claire de ce qui se passe dans l'usine, » explique le DSI de l'époque.

Une évolution complète de la BI

Début 2012, Antoine Lacharmoise est chargé du projet de refonte de la BI chez PhotoBox. L'objectif est de mieux comprendre le parcours du client, à partir de solutions plus souples et plus performantes. « Nous utilisons les solutions BI d'Oracle, mais la plupart des utilisateurs réalisaient des requêtes qui étaient ensuite envoyées vers Excel, » se souvient-il. L'équipe projet examine alors QlikView en s'appuyant sur l'expertise d'Ysance, et décide de lancer une première application, qui démontre que l'outil est plus souple, plus intuitif et permet des analyses dynamiques. PhotoBox décide d'en faire la brique d'analyse de son nouveau système décisionnel, et de migrer les données vers le Cloud d'Amazon, pour s'affranchir des contraintes de stockage et mieux maîtriser les coûts.

En Bref

Société : PhotoBox

Secteur : E-commerce

Fonctions : Marketing, Commerce, Opérations, Informatique

Localisation : France, Angleterre

Défis : PhotoBox avait besoin de suivre les performances de ses campagnes marketing au jour le jour, ce qui nécessitait des analyses affinées et dynamiques sur de très gros volumes de données. La société souhaitait également migrer vers une nouvelle architecture dans le cloud.

Solution : Après une première application dédiée au suivi de la production, PhotoBox a poursuivi le déploiement de QlikView pour répondre aux besoins du marketing. Une centaine d'utilisateurs accède à des données détaillées pour analyser la performance des campagnes et piloter la stratégie d'acquisition et de fidélisation. Un véritable projet big data qui repose sur d'importants volumes de données hébergées dans le cloud d'Amazon.

Bénéfices :

- Vision affinée des performances des canaux d'acquisition et de fidélisation, pour arbitrer sur les budgets
- Amélioration de la communication entre les services
- Meilleure réactivité face aux évolutions du marketing.

Systèmes sources : Amazon Redshift pour les données transactionnelles et marketing Oracle pour les données de production.

Partenaire : Ysance

Time to Value

3 semaines

pour développer l'application

À partir des données déjà préparées, il n'a fallu que trois semaines pour définir les spécifications, développer et déployer l'application qui analyse les données des campagnes

Retour sur Investissement

80 jours/an

économisés grâce aux applications financières.

L'application de réconciliation des paiements a permis de gagner entre 1 et 1,5 jour sur le travail des équipes.

Un besoin de performances pour les big data

Avec plus de 30 millions de membres, PhotoBox récolte de nombreuses données comportementales suite à ses campagnes. Ce sont ainsi plus de 1,5 milliard de messages qui sont envoyés chaque année, par e-mail uniquement. Et PhotoBox analyse également les autres canaux, comme le push sur les applications mobiles. Une part croissante de ses ventes se fait via mobile, ce qui nécessite de consolider les données pour suivre l'intégralité du parcours client.

Une analyse précise de l'efficacité des campagnes

PhotoBox utilise Neolane pour la gestion de ses campagnes marketing multi-canales, et a besoin d'analyser en profondeur ses performances. « Nous sommes très orientés données chez PhotoBox, explique Antoine Lacharaise, nous ne prenons aucune décision sans analyse préalable de nos données. » Grâce à l'application développée avec QlikView, les analyses sont beaucoup plus précises : « Avant, nous obtenions essentiellement une vision de nos ventes par produit et par client, sur les différents segments. Aujourd'hui nous pouvons analyser notre politique tarifaire, promotion par promotion, et suivre l'efficacité de nos campagnes marketing jusqu'aux ventes. » Les analyses prévues par les solutions de marketing automation donnent une vision des performances des campagnes en termes d'ouverture et de clics. Avec QlikView, PhotoBox récupère les données comportementales sur le site et peut croiser l'information pour vérifier l'impact de chaque

campagne en termes de chiffres d'affaires, et cela jusqu'au niveau du client.

De nombreux usages dans tous les services

Les données de paiement sont également intégrées pour contrôler la cohérence entre les ventes et la trésorerie. Les analyses financières de marges sont très importantes dans l'activité de PhotoBox qui contrôle ses prix moyens pour suivre la rentabilité des campagnes. L'entreprise doit également suivre les consommations des packs vendus via quelques partenaires, qui sont valables plusieurs mois. « C'est ce qui nous permet d'anticiper les pics de production, car nous pouvons vendre en masse des packs en été, qui ne seront finalement consommés qu'au moment des fêtes de fin d'année. Ce type d'analyse était impossible à réaliser avec nos solutions précédentes. » QlikView permet également à l'équipe produit de faire évoluer les services et applications proposés en ligne aux membres, en observant quelles sont les fonctionnalités les plus utilisées, ou les créations favorites.

Un déploiement qui se poursuit

Aujourd'hui, toutes les données CRM sont intégrées dans QlikView, qui analyse également la satisfaction des clients. Au cours de l'année, de nouvelles sources vont enrichir et affiner cette vision, avec notamment les données de Google Analytics et des campagnes Adwords, ainsi que les données sociales. Autre projet ambitieux : exploiter les méta-données des photographies, qui vont décupler les volumes à traiter.



« La meilleure preuve de l'efficacité de QlikView ? Nos équipes marketing ne peuvent plus s'en passer ! C'est devenu un outil de pilotage indispensable pour nous ».

– Antoine Lacharaise, *Directeur BI & CRM, PhotoBox*