

### IMPLÉMENTER UNE ARCHITECTURE DATA ORIENTÉE MARKETING CLIENT

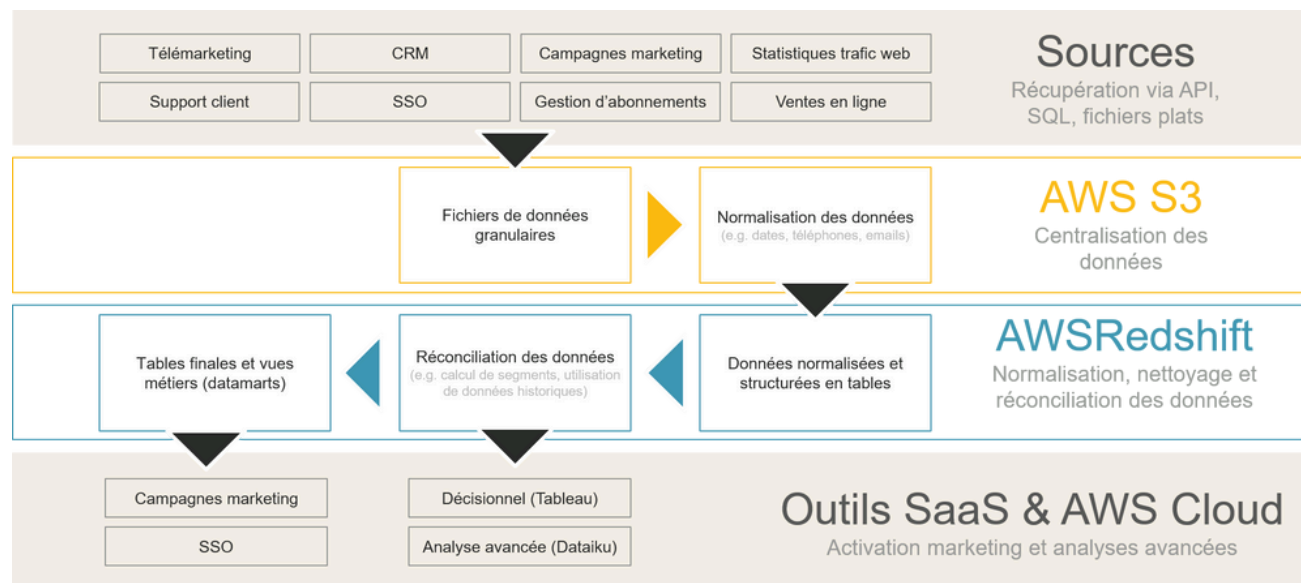
Bayard souhaitait opérer une refonte de sa base de données marketing centralisée, recueillant et réconciliant dans un référentiel client unique (RCU) des données provenant notamment d'outils de campagnes marketing et de routeurs d'emails, de gestion d'abonnements, de webanalyse, de télémarketing et de support client.

Contactez-nous

Suite à un audit du schéma directeur SI du Groupe Bayard, Converteo a été sollicité pour conseiller et implémenter une architecture data orientée marketing client.

Converteo a accompagné Bayard Presse dans la conception d'une **architecture évolutive** tirant parti des solutions **Amazon Web Services** en parallèle de chantiers de migration d'outils, de structuration des données utiles aux équipes Marketing et Data et de restitution des **données centralisées au sein d'un outil d'analyse décisionnelle**.

L'architecture AWS retenue et implémentée par Converteo et Bayard est la suivante :



Cette architecture permet la **centralisation de toutes les données des outils-sources sur AWS S3**, via des appels API, des **requêtes SQL** et l'importation de fichiers plats à intervalle régulier par un outil d'intégration de données, Talend.

**Talend** gère ensuite **la normalisation, la structuration et l'envoi des données vers une base de données AWS Redshift**, où les données sont réconciliées avec l'historique déjà présent en base pour donner une vue exhaustive et dédoublée de l'historique client (interactions, achats, etc.) et des offres Bayard.

La donnée structurée en vues métiers (datamarts) permet ensuite une **activation marketing et des analyses facilitées**, notamment l'envoi et **le pilotage de campagnes multicanales, des analyses avancées ad-hoc**, etc. **Tableau Software** (outil de BI) et **Dataiku DSS** (outil d'exploration et de data science) sont tous les deux hébergés sur **AWS**.