

# MICROSTRATEGY: UN CATALYSEUR DU CHANGEMENT POUR LE GROUPE ANALYTIQUE CHEZ AÉROPLAN

Salon BI 2011

Montréal, le 8 novembre 2011

bienvenue  
dans le club

aeroplan

CONFIDENTIEL — NE PAS DISTRIBUER

# INTRODUCTION

**LE PROCESSUS**

**LES DÉFIS**

**LA MISE EN PRODUCTION**

**L'ÉVALUATION DE NOUVELLES INITIATIVES: MOBILE ET SOCIAL**

**MICHEL GIRARD, DIRECTEUR, ANALYTIQUE CHEZ AÉROPLAN**

# AGENDA

L'AVENTURE

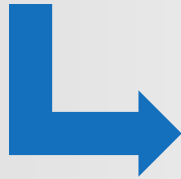
LE PROCESSUS DE SÉLECTION

L'ITINÉRAIRE ANALYTIQUE

AIMIA 101

# AIMIA 101

# AIMIA CHEF DE FILE MONDIAL DE LA GESTION DE LA FIDÉLISATION



AIMIA  
INSPIRING LOYALTY

## Propose une suite complète de services de fidélisation

- Programmes de fidélisation coalisée
- Programmes et services de fidélisation propriétaire
- Applications analytiques de la fidélité

## Une présence mondiale

- Plus de 3,800 employés répartis dans plus de 20 pays

## Chef de file dans la gestion de la fidélisation

- Expertise reconnue dans les secteurs du commerce de détail, du voyage, des services financiers et les biens de consommation courante
- Innovateur dans le domaine du mobile et du digital
- Mise sur pied de programmes de fidélisation pour Aimia et pour des marques reconnues mondialement

# AIMIA PROGRAMMES DE COALITION



aeroplan

- Programme de coalition par excellence au Canada



- Plus important programme de coalition au Royaume-Uni; opère également en Italie et au Chili



- Plus important programme au Moyen-Orient



- Plus important programme de coalition au Mexique



aeroplan

# L'ITINÉRAIRE ANALYTIQUE DEPUIS 2009

# L'ÉQUIPE ANALYTIQUE D'AÉROPLAN

## MISSION

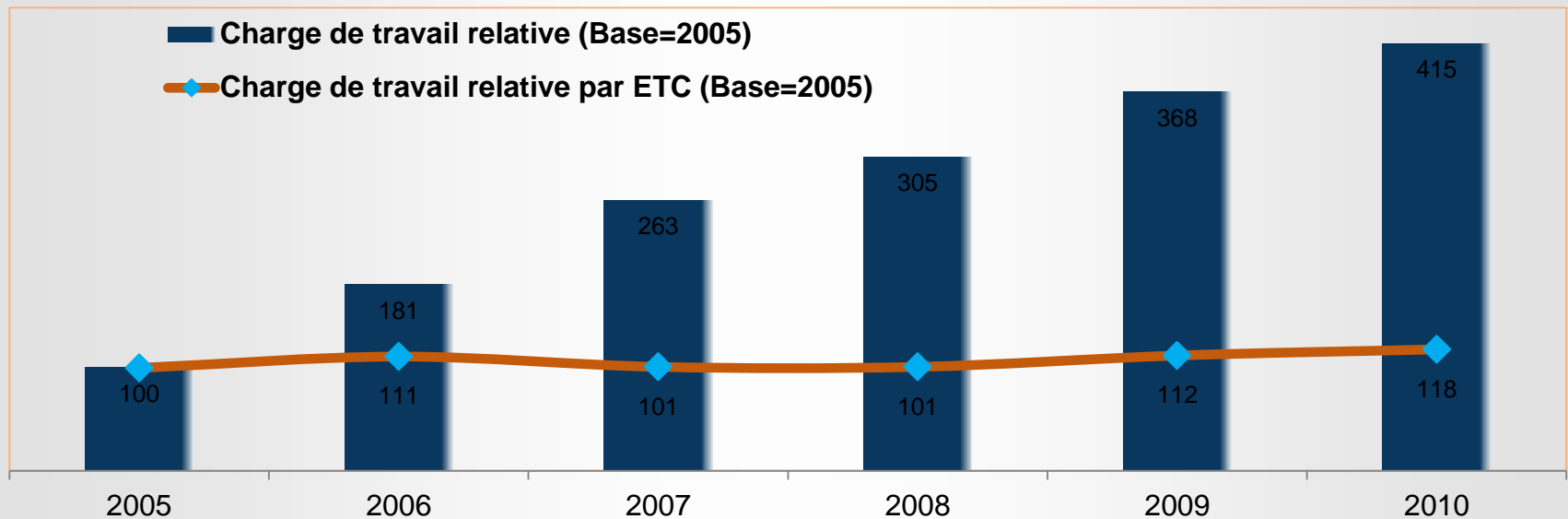
**A l'aide des outils de reporting et analytiques, acquérir, transformer et traduire les données en informations nécessaires aux processus de décisions d'affaires d'Aéroplan et de ses partenaires**

## ORGANISATION

**L'équipe Analytique fait partie du groupe Soutien commercial et analytique**

**Relève du chef des Affaires commerciales**

# MISSION IMPOSSIBLE?



**CROISSANCE DE LA  
CHARGE DE TRAVAIL**

**CROISSANCE DE LA  
COMPLEXITÉ DU TRAVAIL**

- Impossible à supporter par une croissance équivalente de la taille de l'équipe
- Impossible à supporter avec l'outil actuel de reporting

# PRESSIONS POUR LE CHANGEMENT

## ACCÈS LIMITÉ À L'INFORMATION

- Prolifération des OfficeMarts et mise en place de processus manuels sujets à l'erreur

## ABSENCE DE DIRECTION CLAIRE SUR LE REPORTING

- Définition des concepts d'affaires parfois incohérentes
- Documentation incomplète
- Production d'informations critiques reposant sur quelques individus

## ABSENCE D'UN PROGRAMME DE FORMATION CONTINUE

- Faible adoption de la plate-forme actuelle

# UNE VISION DU CHANGEMENT: L'ITINÉRAIRE ANALYTIQUE

## UNE VISION D'AFFAIRES INTÉGRÉE

Réduire la pression  
sur l'équipe par la  
création d'une  
plate-forme de  
reporting libre  
service



Sélection d'une plate-  
forme de reporting

## UNE VISION DU CLIENT INTÉGRÉE

Centraliser les  
données de tous  
les points de  
contact-client  
(centre d'appels,  
mobile, web ...)

## OFFRIR DES PRODUITS ANALYTIQUES DIFFÉRENCIÉES

Recentrer sur la  
mission: préparer  
la transition de  
l'équipe vers un  
rôle d'agents de  
changement

# LE PROCESSUS DE SÉLECTION (2009-2010)

# LE PROCESSUS DE SÉLECTION: IMPLIQUER TOUS LES INTERVENANTS

PRÉPARER LA  
CONSULTATION  
AVEC UNE  
ATTITUDE  
D'OUVERTURE

CONSTRUIRE UNE  
GRILLE  
D'ÉVALUATION  
DÉTAILLÉE

CONSULTER LES  
USAGERS ET TI  
AFIN D'IDENTIFIER  
LES FACTEURS DE  
SUCCÈS

CONCLURE AVEC  
DES ATELIERS  
USAGERS – TI -  
REPORTING

# LES USAGERS DICTENT L'IMPORTANCE

CONSENSUS

POWER USERS

6. Analytical Functionalities	30%
Basic manipulations	
Report navigation	
Handling of hierarchies	
Drill on charts	
Customized groupings of information	
Built-in statistical functions	
On-the-fly metric creation	
Advanced Analytics & Data Mining	
What-if analysis	
View/detect trends	
Predictive modeling	
Respect PMML standards	

7. Report Distribution Functionalities	30%
Print functionalities	
Export reports to other format	
Public/Private Repository	
Distribution processes	
User distribution list	
Multi-media formatting	
Scheduling functionalities	
Subscription process	
User alert/notification management	
Comment/workgroup management	
Searching	
Archiving	
Retrieving from BI portal	
Integration with PowerPoint	

8. Report Design Functionalities	40%
Import external data sources	
Data exceptions management	
Maps & geographic representation	
Chart & illustration representation	
Flexible labeling of charts	
Pixel perfect	
Design of dashboard	
Prompting & parameters	
Conditional formatting	
Report format	
Corporate templates & standards	
Viewing of large reports	
Integrate media to reports	

# VERS UNE VISION INTÉGRÉE AVEC MICROSTRATEGY

LES PARTICIPANTS UNANIMEMENT FAVORABLES À MICROSTRATEGY

LA MEILLEURE INTÉGRATION FACILITE L'ADOPTION

LE MODÈLE DE DONNÉES EXIGE DISCIPLINE ET RIGUEUR

L'ADMINISTRATION EST SIMPLE ET EFFICACE

L'OUTIL OFFRE TOUTES LES FONCTIONALITÉS DÉSIRÉES

# L'AVENTURE (2011)

# L'AVENTURE

- INVENTAIRE
- DÉFIER LE STATU QUO
- MESURER L'IMPACT

- ÉDUCATION
- DÉMOCRATISATION
- CHAMPIONS

EFFORTS

INDIVIDUS

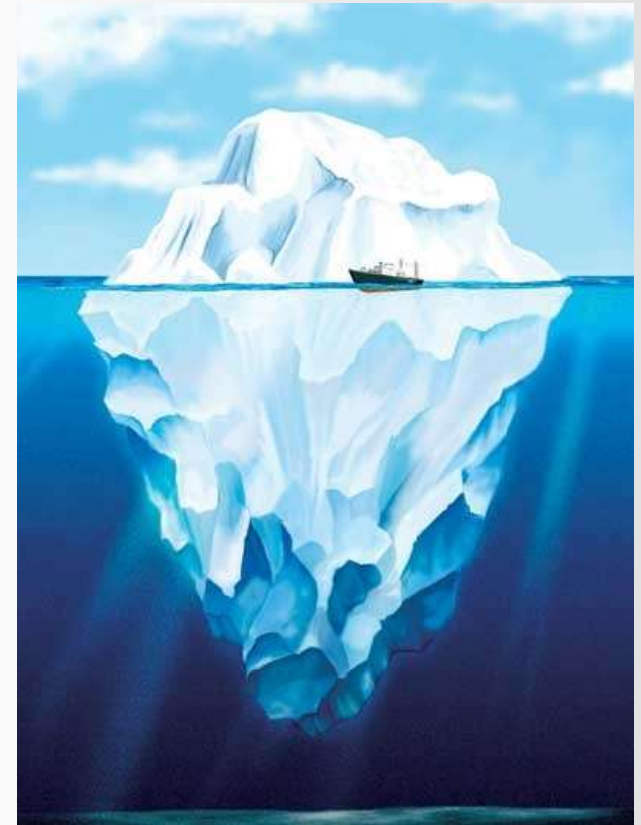
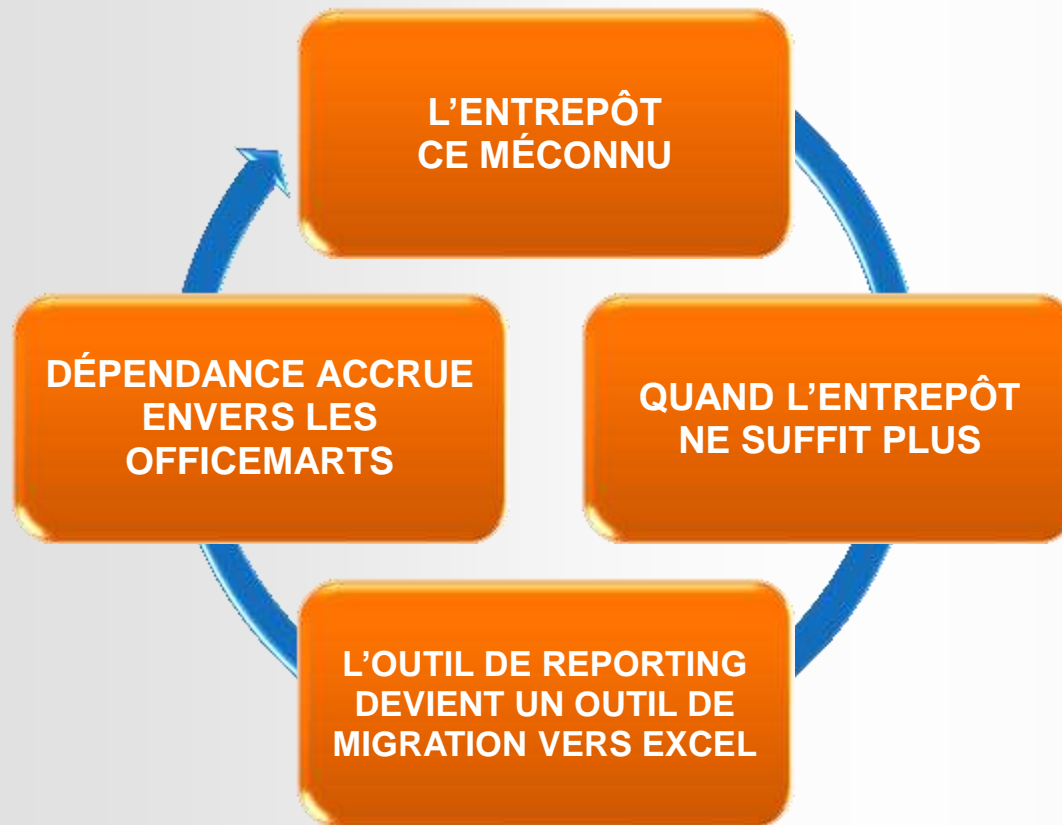
DONNÉES

PROCESSUS

- ÉTAT DE L'ENTREPÔT
- MULTIPLES SOURCES

- GOUVERNANCE
- COMMUNICATION
- DOCUMENTATION

# L'INVENTAIRE: LE SYNDROME DU TITANIC



# MOTS DE LA FIN

**ÉTABLIR UN DIAGNOSTIC CLAIR**

**GARDER UN ESPRIT OUVERT**

**METTRE LES DONNÉES À PORTÉE DE LA MAIN**

**ENGAGER VOS CHAMPIONS**

**PRÉPARER VOUS À L'AVENTURE**

# MERCI QUESTIONS



aeroplan