



Bénéfices pour le Club des Créateurs de Beauté

- Un système décisionnel alimenté en Temps Réel,
- Une capacité de réplication de fortes volumétries de données en Temps Réel,
- Une empreinte minimale sur les sources de données et les bases de production,
- Maintenabilité, supervision et administration aisées.

Le Club des Créateurs de Beauté (CCB)

- Filiale de L'Oréal et Les Trois Suisses créée en 1987
- Conçoit, fabrique et commercialise des produits cosmétiques signés par de grandes marques : Agnès B, Corinne Cobson, Michel Klein, Jean-Marc Maniatis, ...
- Vendus exclusivement par correspondance à une base de 2,5 millions de clients français actifs, ces produits sont également disponibles sur le site marchand www.ccb-paris.com

Maillon indispensable de la chaîne décisionnelle, pour le transfert des données en Temps Réel

Le Club des Créateurs de Beauté (CCB) propose à la vente par correspondance des produits cosmétiques exclusifs signés par de grandes marques internationales. Le développement de ses positions en France et à l'étranger nécessite un renouvellement complet du catalogue produits (plusieurs centaines de références) deux fois par an, un positionnement très ajusté et une forte adaptation aux marchés locaux. Outre la France, le CCB commercialise sa ligne de produits en Belgique, Allemagne, Grande-Bretagne, aux USA et au Japon. Le développement d'une base décisionnelle destinée à mieux cerner les clients et optimiser les coûts de mailings est à l'origine du choix de **data'distribution**.

Enjeux : Mieux connaître une clientèle très étendue et recueillir rapidement les données de 2,5 millions de clients

data'distribution a été paramétré pour faire dialoguer entre eux les serveurs qui hébergent d'un côté, la gestion commerciale, le traitement des commandes, les données d'animation promotionnelle, et de l'autre, la gestion des stocks et les prévisions de vente. L'outil capture les événements (création, suppression, modification de données) en Temps Réel et les achemine vers un Operational Data Store (ODS) qui est répliqué vers le Data Warehouse pour alimenter le système décisionnel en Temps Réel.

Solution : un décisionnel Temps Réel pour un Go-to-Market des plus réactifs

L'exploitation de l'ensemble des données de production permet aux équipes marketing d'affiner leurs connaissances Client. Avec un positionnement subtil situé entre la grande consommation et les produits de luxe, le CCB peut cerner au plus près sa clientèle et ajuster très rapidement ses scénarios promotionnels en fonction des résultats enregistrés sur les actions précédentes. Pour l'entreprise toute entière, c'est un gain majeur en termes de réactivité et de retour sur investissement.