

Intelligence d'affaires et analytique

Référence : Radu, A. "How Canada's 73-year-old radio and TV audience data service is adopting analytics". *IT World Canada (web site)*, September 25, 2017.

Mots clés : veille; intelligence d'affaires; analytique.

Contexte :

L'organisation à but non lucratif responsable de mesurer l'audience des stations de radio et des chaînes de télévision canadiennes a mis en place un système d'intelligence d'affaires afin de maximiser sa performance.

Problème identifié :

Afin de pouvoir avoir une image représentative du nombre de personnes écoutant les stations de radio et les chaînes de télévision, cette organisation devait sonder environ deux millions de foyers chaque année, et avec de moins en moins de personnes répondant aux appels téléphoniques, la tâche devenait de plus en plus ardue.

Causes du problème :

Plusieurs services de cette organisation désiraient avoir accès aux données des participants afin de réaliser des tableaux de bord et des rapports. Or chacun de ces services dépendait du directeur de la recherche et du contrôle de l'échantillonnage pour obtenir les informations dont il avait besoin.

Objectifs à atteindre :

L'organisation désirait implanter un système d'intelligence d'affaires et, par la suite, utiliser un processus analytique afin d'être en mesure de mieux évaluer l'auditoire.

Solution envisagée :

La solution envisagée par l'organisation fut d'avoir recours à un système d'intelligence d'affaires qui lui permettrait d'intégrer des plateformes fondées sur une technologie à source ouverte.

Mise en œuvre de la solution :

Pour l'instant, l'organisation utilise son logiciel d'intelligence d'affaires pour gérer les données opérationnelles en vue de réduire ses coûts d'exploitation et d'améliorer sa performance.

Résultats atteints :

Puisque sa structure organisationnelle est hiérarchisée et régie par une gouvernance stricte, l'organisation ne peut pas encore utiliser le logiciel d'intelligence d'affaires afin d'effectuer des analyses sur les données collectées concernant l'audience des stations de radio et des chaînes de télévision. La technologie doit d'abord être approuvée par plusieurs comités. Par contre, lorsque cela sera fait, le logiciel d'intelligence d'affaires permettra à l'organisation de mettre à jour facilement la liste des ménages ayant répondu au sondage, de contacter moins de personnes et d'améliorer le taux de participation, entre autres choses. Les utilisateurs pourront également identifier plus rapidement et plus facilement les tendances à venir en radiodiffusion et en télédiffusion.