

TravelPlanet mise sur Tableau pour offrir l'analytique à ses clients

Maîtriser le budget voyages d'une entreprise et trouver les leviers permettant de l'optimiser. Pour offrir à ses clients – des entreprises – une visibilité sur leurs frais de déplacements, la jeune agence de voyages TravelPlanet mise sur les tableaux de bord de Tableau Software. « *Notre système de réservation génère 3 à 4 millions de données par jour. Ce volume était un des problèmes que nous rencontrions car nous voulions assurer une restitution de l'information aux personnes chargées de gérer les réservations de voyages au sein de nos entreprises clientes* », raconte Tristan Dessain-Gelinet, le directeur de cette TMC (Travel Management Companies), qui a réalisé en 2016 un volume d'affaires de 70 millions d'euros pour un résultat d'exploitation de 800 000 euros.

En plus d'un usage plus classique en interne (visant notamment à piloter les achats et les marges, TravelPlanet se rémunérant uniquement sur ses tarifs négociés avec les prestataires), l'accès aux données, via Tableau Software, est ouvert à tous les utilisateurs de la solution. Soit 160 000 comptes actifs selon Tristan Dessain-Gelinet (en photo ci-dessus). En premier lieu, les indicateurs proposés permettent évidemment de mesurer la dépense, un défi en soi dans nombre d'organisations. « *Mais nous voulons aller plus loin, assure le dirigeant. Nous travaillons avec nos clients pour simuler les comportements à venir. En travaillant sur l'historique de la dépense 2016, on peut ainsi redéfinir la politique de voyages en 2017. Par exemple en jouant sur des leviers comme le délai d'anticipation des réservations ou la souscription d'abonnements SNCF.* »

Maîtriser le budget aérien

Concrètement, les voyageurs et responsables de voyages accèdent, via un portail, à des données filtrées en fonction de leur profil. Ce sont en réalité les droits sur l'outil de réservation de TravelPlanet qui génèrent l'ouverture du compte sur le portail décisionnel, via une API. Différentes visualisations sont alors proposées (consommation par mois, par types, par sous-comptes...). Au total, 250 à 300 vues seraient utilisées quotidiennement, selon le TMC basé à Lille et qui emploie environ 60 personnes, dont un tiers de développeurs et informaticiens.

« *On peut aussi filtrer les résultats en fonction du pourcentage d'achats online, si on souhaite accentuer cette pratique, illustre Tristan Dessain-Gelinet. Ce qui permet d'identifier les responsables d'affaires à accompagner dans cette mutation.* » Autre exemple : l'aérien, un poste de dépenses représentant couramment 60 à 70 % des budgets déplacements et souvent mal maîtrisé selon le dirigeant. TravelPlanet propose, sur ce sujet, un indicateur permettant de comparer le prix d'achat moyen au sein d'une entreprise, compagnie aérienne par compagnie aérienne, par rapport à la moyenne des clients du TMC. « *Ce qui permet ensuite de zoomer ligne par ligne pour établir, par exemple, quelle est la part de billets flexibles, car ces billets sont plus chers* », ajoute Tristan Dessain-Gelinet, qui se dit séduit par la capacité de l'outil à fournir des analyses allant du niveau le plus macro vers le niveau le plus fin et par le caractère intuitif du logiciel. Ce qui permet de le placer directement entre les mains des opérationnels.

Tableau Server : un licensing simple

Basée sur des bases de données Cassandra et SQL (et peut-être, demain, Vertica), et hébergée sur un Cloud privé OVH, l'application analytique bénéficie d'une étape de préparation des données (confiée à AlterX). « *Si on est en-dessous de 90 % de qualité sur un champ, on estime qu'il n'est pas exploitable* », tranche Tristan Dessain-Gelinet. Côté licensing, TravelPlanet a basculé sur Tableau Server depuis septembre 2016 : « *il n'y a donc aucune licence à l'utilisateur à payer* », glisse le dirigeant. Dans ce mode (Tableau proposant aussi un décompte à l'utilisateur nommé), les coûts sont uniquement liés à la puissance machine déployée coté serveur. Un argument évidemment clef face à d'autres éditeurs, aux licences ultra-complexes et recélant quelques chausse-trappes, notamment en cas d'utilisation de leurs technologies sur des portails clients.

A lire aussi :

[Tableau recrute son nouveau CEO chez Amazon](#)

[3 000 véhicules autonomes remplaceront tous les taxis de New York](#)

[Photobox : un petit Qlik pour mieux se développer](#)