

# Life Time : Aider les membres à atteindre leurs objectifs en matière de forme physique et de santé avec Informatica



« L'un des principaux objectifs stratégiques pour l'avenir est la connaissance client. Avec Informatica et Microsoft, nous pouvons collecter des données partout et y accéder facilement dès que nous en avons besoin. Cela nous permet de mieux comprendre les comportements de nos membres et de leur proposer des programmes et des services adaptés afin de les aider à atteindre leurs objectifs sportifs et de santé. »

- Brian Fisher, Director of Business Intelligence and Data Warehouse, Life Time

Lorsqu'une femme de 45 ans passe la ligne d'arrivée de son premier marathon, c'est un événement marquant qui mérite d'être célébré. Tout comme le fait de l'avoir aidé à réaliser cet exploit. Life Time, The Healthy Way of Life Company, s'engage à soutenir ses membres pour qu'ils réussissent. C'est pourquoi son équipe travaille en étroite collaboration avec ses membres afin de les aider à s'entraîner plus intelligemment et sans se fatiguer, en vue d'atteindre leurs objectifs. L'approche globale et innovante de l'entreprise pour un mode de vie sain et un vieillissement en bonne santé va bien au-delà de l'expérience d'une salle de sport traditionnelle et inclut un centre de santé complet ainsi que du sport et des services d'entraînement personnel, d'aide à la perte de poids, de santé et de nutrition. Avec 121 destinations aux États-Unis et au Canada, les membres de Life Time peuvent mener un mode de vie sain, participer à des activités sportives et bénéficier d'un accompagnement holistique.

L'un des principaux impératifs stratégiques de Life Time est de parvenir à offrir un avantage concurrentiel tout en renforçant sa connaissance client. La vision : Offrir une expérience personnalisée et de qualité à chaque membre, avec un programme adapté et des offres de service basées sur ses objectifs personnels. Pour mener à bien cette mission, Life Time doit disposer de nombreuses informations sur ses membres, comme par exemple la fréquence à laquelle ils fréquentent le club, les activités supplémentaires (yoga et vélo, par exemple) auxquelles ils participent, leur parfum de smoothie préféré, les membres de leur famille qui fréquentent également le club et bien plus encore.

Lorsqu'elles sont bien utilisées, ces données détaillées permettent d'effectuer de nombreuses opérations, allant du bon dimensionnement des activités lors des périodes de pointe à la contribution aux études de marché afin d'aider l'entreprise dans sa prise de décisions stratégiques. C'est là que

**LIFE TIME**  
HEALTHY WAY OF LIFE

#### Besoin métier :

Mieux comprendre les objectifs sportifs en matière de santé des membres afin de leur proposer un enseignement, des produits, des services et des programmes ayant pour but de les aider à atteindre ces objectifs.

#### Défis liés aux données :

- Intégrer et nettoyer les données clients en provenance d'une grande variété d'applications sur site ou dans le Cloud, de data warehouses et de Data marts
- Garantir l'accès aux données pour pouvoir effectuer des analyses en libre-service
- Mettre en œuvre une architecture de gestion de données assurant l'évolutivité nécessaire pour pouvoir répondre aux demandes opérationnelles et la flexibilité requise pour faire face à l'évolution des exigences métiers

#### Dans la solution :

- Informatica Cloud® et Informatica PowerCenter® compilent les informations issues des environnements de data warehouse Microsoft, notamment Azure et Workday, ainsi qu'un grand nombre d'autres applications incluant des systèmes de point de vente.

#### Solution et résultats :

- Économies, réduction des inefficacités, accès simplifié aux données pertinentes et soutien aux initiatives stratégiques de Life Time visant à mieux connaître les clients, menant à une hausse prévue du chiffre d'affaires de 2 %
- Activités de CRM mieux ciblées et amélioration de la fidélisation et de la mobilisation des membres

cette initiative révolutionnaire devient vraiment intéressante. Pour que cela fonctionne, les analystes commerciaux et marketing de Life Time doivent disposer d'un accès libre à des données croisées, fiables, contextualisées et toujours disponibles issues de toutes les sources pertinentes. L'équipe informatique de Life Time s'est vu confier la lourde tâche de se conformer à ces exigences et plus encore.

## La solution

Client de longue date de la solution PowerCenter d'Informatica, Life Time fait confiance à Informatica pour s'assurer que ses données restent fiables et accessibles. Depuis quelques années, cela implique d'adopter une approche de la technologie privilégiant l'utilisation du Cloud. Life Time a fait appel à Informatica pour savoir comment répondre au mieux aux défis en constante évolution que représente la gestion des données. Life Time souhaitait notamment apprendre à réaliser au mieux les opérations suivantes : intégrer l'ensemble des données clients aussi bien dans le Cloud que sur site, migrer ces données vers Microsoft Azure, évoluer intelligemment pour être en mesure de répondre aux demandes opérationnelles, fournir un accès aux données en libre-service et soutenir la gouvernance continue des données.

Informatica a alors proposé à Life Time d'augmenter la taille de l'architecture de données existante avec Informatica Cloud et des connecteurs Microsoft Azure SQL Data Warehouse. Life Time va ainsi pouvoir créer un « aperçu à 360° » très détaillé de chacun de ses membres. Cet

aperçu regroupe les programmes, les activités et les produits qu'ils utilisent ainsi que les informations relatives à leur abonnement, des informations sur les points de vente complémentaires, des données sur leur adhésion et plus encore. Ces informations sont conservées dans le Cloud et dans des applications sur site (adhésion et point de vente, par exemple), dans une vaste gamme d'environnements de data warehouse (data warehouse financier, data warehouse d'entreprise de Life Time et data warehouse universel reposant sur Microsoft Azure, par exemple) et dans de nombreux Data marts en libre-service. Les différents degrés de chevauchement de données inévitables dans ces environnements impliquent que les informations clients soient dynamiques et bien organisées afin de pouvoir être utilisées partout où elles sont nécessaires et fournir des informations fiables. Informatica a su relever ce défi haut la main.

## Principaux bénéfices

- Life Time propose des programmes et des services adaptés à chaque membre grâce à une meilleure compréhension de leur comportement et de leurs objectifs en matière de forme physique et de santé.
- L'analyse accélérée des points de vente fréquentés par les membres et du chiffre d'affaires généré sert à effectuer des projections de marché plus fiables et plus rapides.
- L'approche 100 % Cloud renforce l'efficacité opérationnelle.
- Les ressources évolutives de gestion des données d'Informatica et Microsoft Azure aident à répondre aux besoins métiers.

- Les outils de gestion des données simples d'utilisation d'Informatica permettent aux analystes commerciaux et marketing d'accéder, de nettoyer et d'organiser les informations, quel que soit le type de données ou leur origine.

« L'un des principaux objectifs stratégiques pour l'avenir est la connaissance client », déclare Brian Fisher, Director of Business Intelligence and Data Warehouse, Life Time. « Avec Informatica et Microsoft, nous pouvons collecter des données partout et y accéder facilement dès que nous en avons besoin. Cela nous permet de mieux comprendre les comportements de nos membres et de leur proposer des programmes et des services adaptés afin de les aider à atteindre leurs objectifs sportifs et de santé. »

## À propos de Life Time

Life Time encourage ses membres à mener une vie saine et heureuse en leur proposant plus de 140 destinations situées dans 39 grands marchés aux États-Unis et au Canada. Étant la seule marque « Healthy Way of Life » (Un mode de vie sain) du pays, Life Time propose une expérience inégalée en matière de complexe sportif, offrant ainsi à ses membres l'occasion de vivre et de se divertir de manière saine et de vieillir en bonne santé. Cette expérience va donc bien au-delà de la forme physique et englobe l'intégralité de la vie quotidienne des familles, des individus et des couples de tout âge.



La transformation digitale révolutionne le monde tel que nous le connaissons. En tant que leader de la gestion des données Cloud d'entreprise, nous détenons les outils qui vous permettront d'avancer pour concrétiser de nouvelles opportunités de croissance. Découvrez nos solutions et libérez tout le potentiel de vos données en vue de la prochaine révolution intelligente.

**Siège mondial** Tour CB 21, 16 Place de l'Iris, 92040 Paris La Défense Cedex Tél: +33 01 42 04 89 00  
Numéro gratuit aux États-Unis : 1.800.653.3871

IN05\_1118\_03227

© Copyright Informatica LLC 2018. Informatica, le logo Informatica, Informatica Cloud et PowerCenter sont des marques commerciales ou des marques déposées d'Informatica LLC aux États-Unis et dans d'autres pays. La liste des marques commerciales d'Informatica est disponible sur le Web, à l'adresse <https://www.informatica.com/fr/trademarks.html>. Les autres noms de sociétés et de produits sont la propriété de leurs détenteurs respectifs et peuvent avoir fait l'objet d'un dépôt de marque. Les informations contenues dans ce document sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. Elles sont fournies « telles quelles », sans aucune garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite.