



Publishing Business Systems
integrating business matters

Témoignage d'un client

Faire le suivi des annonces, un succès assuré

Le Journal de Montréal réalise des économies en automatisant le processus de suivi des annonces

Au Journal de Montréal, une propriété du groupe Sun Media, l'innovation et l'amélioration des technologies a toujours fait augmenter les profits. Ce n'est donc pas surprenant que ce soit l'approche qu'ils aient privilégiée lorsqu'ils ont commencé à repenser leur processus de production. Le Journal de Montréal voulait abandonner son processus manuel de suivi qui était hardi et qui laissait passer beaucoup d'erreurs. Ils ont donc commencé en 1996 à chercher un système qui automatise le suivi des annonces. Luc Trudel, directeur des technologies de l'information, et son équipe avaient une vision d'un système qui pourrait faire le suivi du matériel et du développement des annonces à partir de l'entrée des commandes et à travers tout le processus de production. Ils étaient en avance sur leur temps car à ce moment, peu de systèmes pouvant répondre à ces besoins étaient disponibles. Puisqu'ils ne trouvaient pas de systèmes qui répondaient entièrement à leurs besoins, ils ont décidé d'établir une relation avec un fournisseur pour développer leur propre système.

Un plan pour réduire les erreurs et augmenter l'efficacité

Le Journal de Montréal avait plusieurs buts à atteindre. D'abord, ses dirigeants voulaient réduire le nombre d'erreurs qui se produisaient au cours du processus de production, particulièrement les erreurs qui résultaient en des parutions de compensation (« make goods ») ou en des pertes de revenus. « Notre pourcentage de parutions de compensation était très élevé. Nous savions que si nous aurions eu la technologie adéquate en place, nous aurions pu éviter ces erreurs et que nous aurions pu faire sauver beaucoup de pertes à la compagnie, » nous a dit Luc Trudel. En plus de réduire les erreurs, le Journal de Montréal voulait aussi simplifier son processus et en augmenter l'efficacité. Cela leur aurait permis de mieux utiliser leurs ressources et leur personnel « Nous savions que si nous pouvions automatiser les processus clés et mieux les gérer, nous pourrions réduire les effectifs en production et redéployer certains employés dans d'autres fonctions. »

Un système conçu par un journal pour travailler avec l'environnement d'un journal

Pour atteindre ses buts, le Journal de Montréal a acheté *Cenupub*, un système de suivi des annonces qui était le prédécesseur de *MediaPlus® AdTrack* de PBS. Cette entente initiale était en fait un partenariat pour redévelopper le système *Cenupub* pour répondre aux demandes du Journal de Montréal. Les résultats ? Après 12 à 18 mois de développement et après avoir défié plusieurs

Les buts du système de suivi des annonces du Journal de Montréal:

- Réduire les dépenses en parutions de compensation en ayant une meilleure organisation
- Augmenter l'efficacité des processus pour que les employés puissent être redéployés dans d'autres fonctions
- Automatiser les processus incluant le renouvellement des annonces
- Donner aux annonceurs la possibilité de soumettre leurs annonces en ligne

Innovation

« Le centre des règles d'affaires est une fonction qui contient beaucoup de fonctionnalités. J'aime le fait que nous pouvons gérer et modifier les règles nous-même, sans aucune intervention externe. L'idée derrière ce système est très intelligente !

– Luc Trudel, Directeur des TI

problèmes de conception, le Journal de Montréal a été capable de réduire de plus de 90% le nombre de parutions de compensation causées par des erreurs de production. Ils ont aussi atteint un autre but qui était de réduire leur effectif d'environ 50%, en ayant une meilleure gestion et organisation du processus.

La génération future

Depuis son installation au Journal de Montréal, *Cenupub* a été achetée par Informatel qui a à son tour été achetée par PBS. Après ces acquisitions, le système a été encore une fois repensé pour répondre aux besoins changeants du département actuel de production. Pour PBS, il était important que le nouveau système, *MediaPlus® AdTrack*, maintienne l'intégrité d'une solution conçue par un journal pour un journal. Dans ce but, le système a été développé pour que les journaux puissent concevoir leur propre processus et pour qu'ils puissent établir leurs propres règles d'affaires. *MediaPlus® AdTrack* fournit aux journaux la possibilité de définir un processus qui accommode leur processus réel en établissant des dates limites ou de remises et en établissant les responsabilités de chacun, qui font du sens pour leur journal. Un processus sur mesure peut facilement être créé ou modifié en simplement pointant-cliquant.

Le centre des règles d'affaires dans *MediaPlus® AdTrack* permet à l'administrateur du système du journal de déterminer facilement les règles propres au journal, qui régissent le processus ou les dates limites à l'intérieur du département de production. Les règles peuvent être établies en temps réel, mais elles sont d'abord analysées par un analyseur logique qui permet d'identifier des conflits entre les règles, ce qui permet de faire les corrections nécessaires aussitôt. Pour chaque règle, l'administrateur peut définir les conditions applicables, les actions qui doivent être prises lorsque les conditions sont rencontrées et les cas d'exception. Basé sur l'environnement, les règles peuvent être établies selon des groupes d'utilisateurs, des types de groupes, des usagers, des types de tâches, des priorités, des propriétés, des statuts et encore plus. « Nous aimons le fait que nous pouvons gérer et modifier notre processus par nous-même. Avec *AdTrack*, nous avons un système qui se conforme à nos besoins sans avoir à mettre du temps et de l'argent dans un développement sur mesure. L'idée derrière ce système est très intelligente », nous a dit Luc Trudel.

Profil du projet: Le Journal de Montréal, un journal qui fait parti du groupe Sun Media.

Le Journal de Montréal est la propriété du groupe Sun Media (une compagnie de Quebecor), le second plus grand groupe de publication de journaux quotidiens au Canada. La compagnie publie huit quotidiens urbains dans huit des dix plus grands marchés au Canada, soit Le Journal de Montréal, Le Journal de Québec, The Toronto Sun, The Edmonton Sun, The Calgary Sun, The Ottawa Sun, The Winnipeg Sun and The London Free Press. De plus, la compagnie publie sept quotidiens communautaires et plus de 170 hebdomadaires, guides et publications spéciales entre les communautés du Canada et de la Floride. En étant les propriétaires du second et du troisième plus grands quotidiens au pays en terme de tirage (Le Journal de Montréal et The Toronto Sun), la combinaison de tous les tirages hebdomadaires du groupe de journaux Sun Media est de plus de sept millions de copies.

Les bénéfices d'un système intégré de suivi des annonces:

Pour le Journal de Montréal, la possibilité d'intégrer le système *MediaPlus® Advertising* de PBS avec *MediaPlus® AdTrack* leur permet de :

- Avoir une vue globale d'un client. Vous avez instantanément accès à tout l'historique du client avec votre journal.
- Entrer des données une seule fois. Une fois qu'une annonce est entrée, elle est automatiquement envoyée au département de production.
- Automatiser le renouvellement des annonces. Il n'y a plus de temps perdu à regarder pour les meilleurs éléments graphiques.

Service

« La mise à niveau de *MediaPlus® AdTrack* a été virtuellement transparente pour les usagers et a eu peu d'impact sur notre service à la clientèle. Notre temps pour supporter ce système est négligeable. Pour nous, la mise à niveau a été un succès ! » - Luc Trudel, Directeur des TI

