

Propulser une feuille de route BI en une seule session de travail client

Un atelier immersif par Jason Sweeney

AnalyZ 2025 – IIBA Région de Québec

**« Jason, quand devons-nous impliquer
un Spécialiste en intelligence d'affaires
pour notre “BI” ? »**

**« Jason, quand devons-nous impliquer
un Spécialiste en intelligence d'affaires
pour notre “BI” ? »**

« Jamais ! »

– Jason, à l'équipe de direction ébahie

**« Euh Jason...
combien de semaines alors pour établir
notre feuille de route “BI” ? »**

« Euh Jason...

combien de semaines alors pour établir
notre feuille de route “BI” ? »

« Une seule après-midi
...avec pauses ! »

– Jason, à *une équipe de direction
de plus en plus incrédule!*

ACTE 1 : LE CHOC



Dans les bureaux
de Chroniqu**IA**



L'équipe de direction de Chroniqu**IA**
Jason Sweeney, leur CTO fractionnaire



Ceci est un atelier
à but non magistral !



1. Veuillez avoir vos cellulaires ou portables bien en main
2. Votre service IA préféré (GPT, Claude, Gemini) ouvert
3. Et, **SVP**, essayez en temps réel les différents scénarios !



CHRONIQUAIA

Contenu d'affaires sur l'IA

www.chroniquia.ca



CHRONIQU'IA

Contenu d'affaires sur l'IA

[À propos](#)

[Services](#)

[Articles](#)

[Événements](#)

[Formations](#)

[Contact](#)

Maîtrisez l'IA pour révolutionner vos affaires

Le contenu québécois essentiel sur l'intelligence artificielle pour les décideurs d'aujourd'hui et de demain.

[Démarez votre transformation](#)

[Découvrir nos services](#)



350+

Articles publiés

75+

Événements organisés

5000+

Professionnels formés

120+

Entreprises partenaires



Qui sommes-nous?

ChroniquIA est une entreprise multidisciplinaire québécoise dédiée à la démocratisation de l'intelligence artificielle dans le monde des affaires.



Notre mission

Chez ChroniquIA, nous transformons la complexité de l'intelligence artificielle en opportunités concrètes pour les entreprises québécoises. Notre mission est de fournir un contenu de qualité, accessible et adapté au contexte local pour permettre aux décideurs de faire des choix éclairés.

Notre expertise

- ✓ Contenu éditorial spécialisé sur l'IA en affaires
- ✓ Formations personnalisées pour tous les niveaux
- ✓ Productions audiovisuelles éducatives et percutantes
- ✓ Événements et conférences avec les experts du domaine

Maîtrisez l'IA pour révolutionner vos affaires

Le contenu québécois essentiel sur l'intelligence artificielle pour les décideurs d'aujourd'hui et de demain.



Nos Services



Contenu Éditorial



Formations



**Production
Audiovisuelle**



Événements



**Conseil
Stratégique**



Communauté



CHRONIQUAIA

Contenu d'affaires sur l'IA

[À propos](#)

[Services](#)

[Articles](#)

[Événements](#)

[Formations](#)

[Contact](#)

Nos Formations

POPULAIRE

Initiation à l'IA

Pour analystes

- ✓ Comprendre les fondamentaux de l'IA
- ✓ Explorer les cas d'usage en entreprise

Stratégie IA en entreprise

Pour dirigeants

- ✓ Cadre de gouvernance et gestion des risques IA
- ✓ Mesure du ROI et indicateurs de succès

MLOps & Déploiement

Pour experts

- ✓ Surveillance & gouvernance des modèles en production
- ✓ Optimisation coûts-performance

IA Responsable

Pour cadres

- ✓ Principes éthiques & cadre réglementaire (Loi 25, EU AI Act)
- ✓ Atelier de rédaction de politiques

Comment approcher le “BI” ?

Bonjour chers
dirigeants de
ChroniquIA, quels
sont les **métriques**
et **KPIs** que vous
désirez suivre ?

Comment approcher le “BI” ?



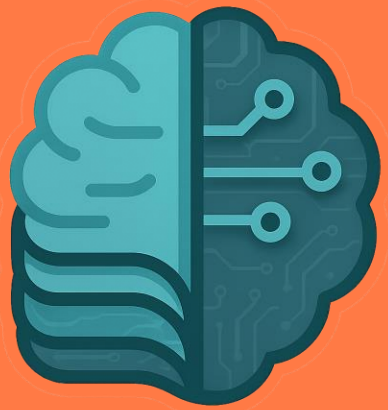
Bonjour chers
dirigeants de
ChroniquIA, quels
sont les **métriques**
et **KPIs** que vous
désirez suivre ?

Comment approcher le “BI” ?



Bonjour chers dirigeants de ChroniquIA, quels sont les **métriques** et **KPIs** que vous désirez suivre ?

Bonjour chers dirigeants de ChroniquIA, qu'est-ce qui est **vraiment important** pour vous ?



Stratégie *GenAI* #1 : Recherche approfondie



- Mode « Deep Research »
- OpenAI ChatGPT o3 / Google Gemini 2.5 Pro
- Insister que l'engin prenne son temps
(le comportement par défaut est de prendre action rapidement)
- L'engin va poser des questions de précision
- La recherche prend entre 5 et 20 minutes

Bonjour ! Vous êtes un analyste d'affaires qui travaille pour Chroniqua pour établir une feuille de route BI. À ce stade, nous voulons déterminer des métriques et des KPIs pertinents pour nos données. Nous voulons aller au-delà du moule standard de MAU et



Search



Deep research



Create image



Web



GitHub



What are you researching?

Bonjour ! Vous êtes un analyste d'affaires qui travaille avec les dirigeants de ChroniquIA pour établir une feuille de route BI. À ce moment, nous voulons déterminer des métriques et des KPIs pertinents pour l'entreprise – mais nous voulons aller au-delà du moule standard de MAU et ARR. Faîtes une recherche approfondie basé sur le site web vitrine www.chroniquia.ca et l'ensemble des connaissances accessible dans votre modèle et sur le web. Ceci est une étape importante dans notre processus – prenez tout le temps nécessaire et posez des questions au besoin pour aiguiller votre réponse.



Search



Deep research



Create image



Web



GitHub

Pour pouvoir identifier des métriques et KPIs véritablement pertinents et sur mesure pour ChroniquA, pourriez-vous préciser quelques éléments clés :

1. Quels sont les objectifs stratégiques principaux de l'entreprise pour les 12 à 24 prochains mois (croissance utilisateur, engagement, partenariats, développement technologique, etc.) ?
2. Quels sont les types de clients ou segments de marché visés (ex. : individus, cliniques, institutions, assureurs) ?
3. Quelles fonctions du produit ou aspects de l'expérience utilisateur sont les plus critiques à mesurer selon vous ?
4. Souhaitez-vous que j'inclus des métriques orientées produit (utilisation des fonctionnalités), commerciales (acquisition, rétention, ventes), cliniques (efficacité, satisfaction), ou toutes ces dimensions ?

Ces précisions m'aideront à proposer une feuille de route KPI bien alignée avec votre réalité.



1. croissance et engagement
2. individus et organisation
3. accessibilité de l'information au bon niveau de l'auditeur
4. nous sommes intéressés à tous ces aspects – mais centrée sur les quelques métriques les plus pertinentes et aussi loin des métriques drabes usuelles.



Parfait. Je vais analyser le site de Chroniqua ainsi que les meilleures pratiques BI adaptées aux entreprises technologiques dans le domaine de l'information et de la santé. Je vous proposerai une sélection pointue de KPIs et métriques innovants, regroupés par axes (produit, commercial, clinique, etc.), en mettant l'accent sur l'engagement, l'accessibilité de l'information, et la pertinence stratégique. Je vous reviens sous peu avec une feuille de route claire et ciblée.

Research completed in 5m · 14 sources · 89 searches

 KPIs Stratégiques et Métriques Innovantes pour Chroniqua



KPIs stratégiques pour Chroniqua

Contexte et objectifs

Chroniqua est une entreprise québécoise dédiée à la **démocratisation de l'intelligence artificielle** dans le monde des affaires. Sa mission est de transformer la complexité de l'IA en opportunités concrètes, en

Research completed in 5m · 14 sources · 89 searches

🔍 KPIs Stratégiques et Métriques Innovantes pour Ch

KPIs stratégiques pour C

Contexte et objectifs

Activity

17 Sources



Citations

 growthengineering.co.uk

32 Essential Training Metrics That L&D Professionals Should Track - Growth Engineering

3. Content Relevance

 propelgrowth.com

B2B Lead Conversion Rates

approach to one that speaks directly to a proactive, informed audience. Getting found by that audience...

 openmindt.com

Valeur à vie du client vs. CAC : Guide essentiel pour la croissance de l'entreprise

Vous devriez viser un ratio LTV/CAC de 3:1. Cela signifie que la valeur de la durée de vie d'un client...

 powerbi.microsoft.com

Qu'est-ce qu'un tableau de bord de KPI | Microsoft Power BI

Les tableaux de bord KPI sont des outils qui unissent les sources de données et fournissent un retour...

All Sources

 chroniquia

 growthengineering.co 3

 toucantoco 3

 maccelerator

 geckoboard

 propelgrowth 3

 Search r...on stats`

 explodingtopics 2

 powerbi.microsoft

 openmindt

ChatGPT o3

 Share

Parfait juste une liste de ces cinq noms de métriques

- Indice de pertinence du contenu
- Taux de conversion utilisateurs actifs → clients payants
- Taux de rétention à 90 jours
- Score d'utilité perçue
- Ratio CLV / CAC



ACTE 2 : LA TEMPÊTE D'IDEIA



Une spacieuse salle avec
tableau blanc et grand écran.



Toute l'équipe de ChroniquIA
Encore et toujours leur CTO Jason !

Comment utiliser le “BI” ?



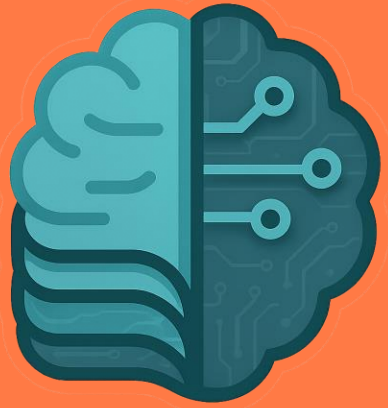
Alors chères
parties prenantes,
comment voulez-vous
visualiser vos
métriques et KPIs
dans le « dashboard » ?

Comment utiliser le “BI” ?



Alors chères
parties prenantes,
comment voulez-vous
visualiser vos
métriques et KPIs
dans le « dashboard » ?

Alors chères
parties prenantes,
trouvons ensemble
ce qui vous
interpelle et ce qui
vous énerveille !



Stratégie *GenAI* #2 : Visualisation interactive



- Mode « Canvas »
- GPT o3 / Gemini 2.5 Pro / Claude 3.7 Sonnet
- Cet aspect prend parfois une touche d'art
(les premiers résultats ne sont pas toujours parfaits... aujourd'hui)

HTML Dashboard in your Canmore Canvas using
Tailwind, Font Awesome and Sparkline visuals.



ChatGPT o3 ▾



Perfect, now reflect profoundly on design principles and build a HTML Dashboard for these five metrics in your Canmore Canvas using Tailwind, Font Awesome and Sparkline visuals.



ChatGPT o3



Perfect, now reflect profoundly on design principles and build a HTML Dashboard for these five metrics in your Canmore Canvas using Tailwind, Font Awesome and Sparkline visuals.

Thought for 26 seconds >

<> Chroniquia-kpi-dashboard

Answer in chat instead >

J'ai déposé dans le canvas un tableau de bord HTML complet : cinq cartes Tailwind stylées, chacune avec son icône Font Awesome et sa sparkline SVG. Vous pouvez pré-visualiser, ajuster les couleurs, ou brancher vos vraies données en remplaçant les valeurs et chemins des courbes. N'hésitez pas si vous souhaitez d'autres variantes (dark-mode, animation, intégration React, etc.).

Ask anything



ChatGPT can make mistakes. Check important info. See [Cookie Preferences](#).



Chroniquia-kpi-dashboard



Preview



```
1 <!DOCTYPE html>
2 <html lang="fr">
3 <head>
4   <meta charset="UTF-8" />
5   <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0" />
6   <title>Tableau de bord KPIs - ChroniquIA</title>
7   <!-- Tailwind CSS via CDN -->
8   <script src="https://cdn.tailwindcss.com"></script>
9   <!-- Font Awesome -->
10  <link
11    rel="stylesheet"
12    href="https://cdn.jsdelivr.net/npm/font-awesome@6.5.0/css/all.min.css"
13    integrity="sha512-dZQ4YH9QbM9/7Fq9QWPKHvcY8Fh0b0n0qL7cNWJa4i0F7B+v/nYe1nD0eZh3RP2lg4Ks1Km5vDPi1"
14    crossorigin="anonymous"
15    referrerpolicy="no-referrer"
16  />
17 <style>
18   /* Sparkline style for crisp lines */
19   .sparkline path {
20     fill: none;
21     stroke-width: 2;
22     stroke-linejoin: round;
23     stroke-linecap: round;
24   }
25 </style>
26 </head>
27 <body class="min-h-screen bg-gray-100 font-sans antialiased">
28   <header class="mb-8 border-b bg-white py-4 shadow-sm">
29     <div class="container mx-auto px-6">
30       <h1 class="text-2xl font-bold text-gray-800 flex items-center gap-2">
31         <i class="fa-solid fa-chart-line text-emerald-600"></i>
32         ChroniquIA - Tableau de bord KPIs
33       </h1>
34     </div>
35   </header>
36
37   <main class="container mx-auto px-6">
```

[>-]

Perfect, now re
design principle
Dashboard for t
Canmore Canva
Awesome and S



Preview



Thought for 26 seconds >

<> Chroniquia-kpi-dashboard

Answer in chat instead >

J'ai déposé dans le canvas un tableau de bord HTML complet :
cinq cartes Tailwind stylées, chacune avec son icône Font
Awesome et sa sparkline SVG. Vous pouvez pré-visualiser, ajuster
les couleurs, ou brancher vos vraies données en remplaçant les
valeurs et chemins des courbes. N'hésitez pas si vous souhaitez
d'autres variantes (dark-mode, animation, intégration React, etc.).

Ask anything



ChatGPT can make mistakes. Check important info. See [Cookie Preferences](#).

```
11     rel="stylesheet"
12     href="https://cdn.jsdelivr.net/npm/font-awesome@6.5.0/css/all.min.css"
13     integrity="sha512-dZQ4YH9QbM9/7Fq9QWPKHvcY8Fh0b0n0qL7cNWJa4i0F7B+v/nYe1nD0eZh3RP2lg4Ks1Km5vDPi1
14     crossorigin="anonymous"
15     referrerpolicy="no-referrer"
16   />
17   <style>
18     /* Sparkline style for crisp lines */
19     .sparkline path {
20       fill: none;
21       stroke-width: 2;
22       stroke-linejoin: round;
23       stroke-linecap: round;
24     }
25   </style>
26 </head>
27 <body class="min-h-screen bg-gray-100 font-sans antialiased">
28   <header class="mb-8 border-b bg-white py-4 shadow-sm">
29     <div class="container mx-auto px-6">
30       <h1 class="text-2xl font-bold text-gray-800 flex items-center gap-2">
31         <i class="fa-solid fa-chart-line text-emerald-600"></i>
32         ChroniquIA – Tableau de bord KPIs
33       </h1>
34     </div>
35   </header>
36
37   <main class="container mx-auto px-6">
```

[>]

Perfect, now reflect profoundly on design principles and build a HTML Dashboard for these five metrics in your Canmore Canvas using Tailwind, Font Awesome and Sparkline visuals.

Thought for 26 seconds >

</> Chroniquia-kpi-dashboard

Answer in chat instead >

J'ai déposé dans le canvas un tableau de bord HTML complet : cinq cartes Tailwind stylées, chacune avec son icône Font Awesome et sa sparkline SVG. Vous pouvez pré-visualiser, ajuster les couleurs, ou brancher vos vraies données en remplaçant les valeurs et chemins des courbes. N'hésitez pas si vous souhaitez d'autres variantes (dark-mode, animation, intégration React, etc.).

📄 🌐 🔊 🗣️ 🔄

Ask anything

+

🌐

🔊

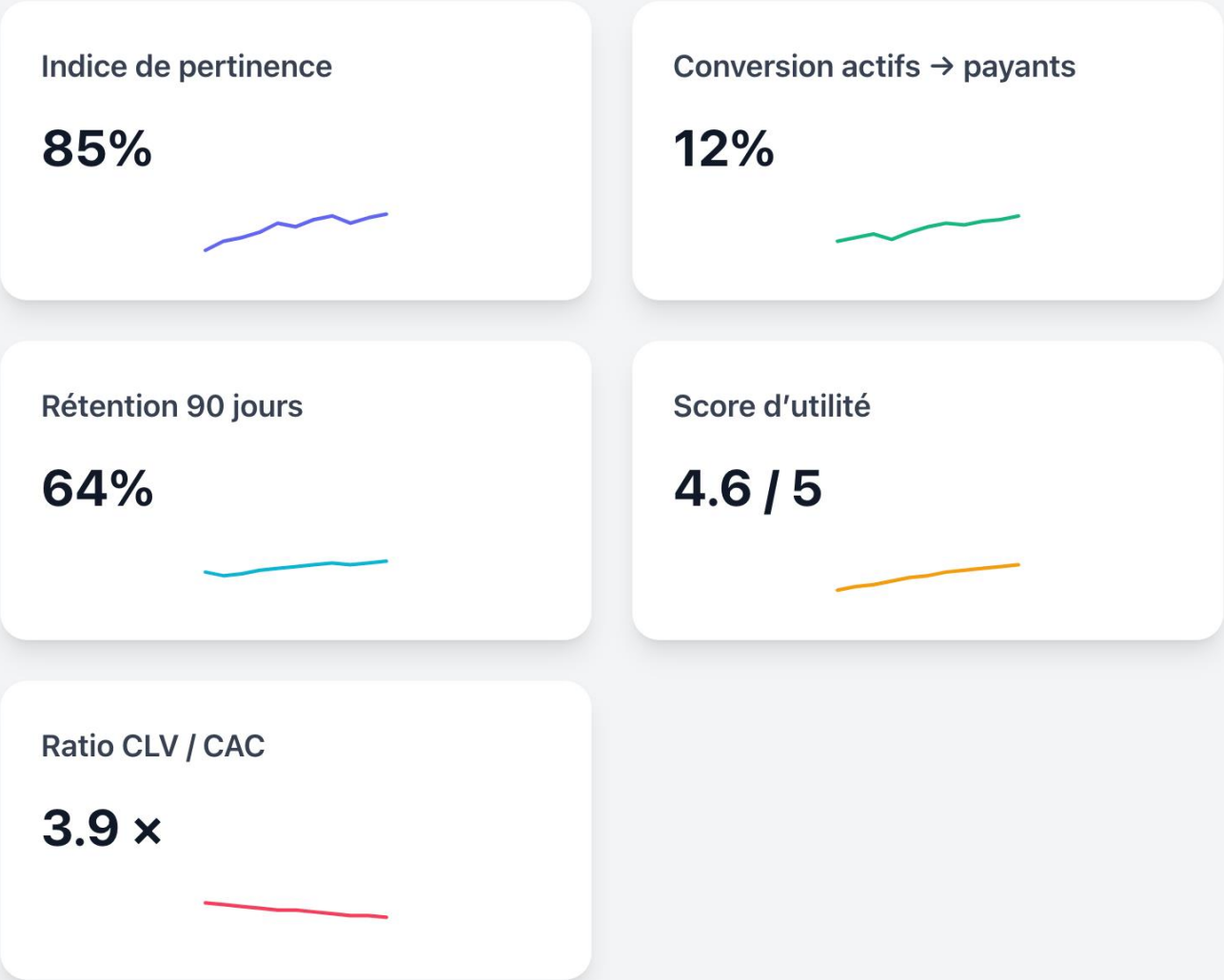
🗣️

⋮

🎤

🔊

ChroniquIA — Tableau de bord KPIs





ChroniquiA — Tableau de bord KPIs



Indice de pertinence

85%



- 72 % d'utilisateurs : contenu « pile au bon niveau »
- +18 % de clics sur la version avancée (M/M)



Conversion
payants

12%



- Taux d'upgrade
+3 pts sur 30 jours



Rétention 90 j

64%



- Cohorte "Pro" : 78 %
de rétention



Score utilité

4.6 / 5



- 42 retours positifs la semaine dernière
- 87 % recommanderaient le service



CLV / CAC

3.9 x



- CAC amorti en 7 mois
- CLV moyenne : 430 \$ / utilisateur

ACTE 3 : LA SUITE **IA**



Dans les cubicules, fort au travail pour accomplir le “BI”



L'équipe technologique de ChroniquIA**
et Jason qui ne lâche pas le morceau !**

Comment implémenter le “BI” ?



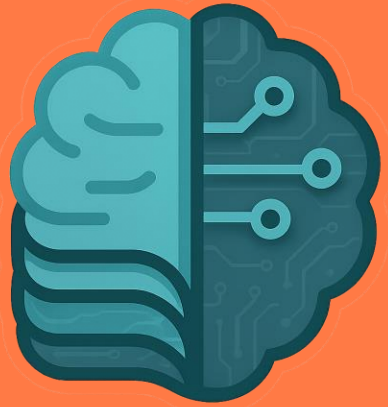
Cher directeur
technologique,
avez-vous toutes les
données pour
alimenter les
métriques et KPIs ?

Comment implémenter le “BI” ?



Cher directeur
technologique,
avez-vous toutes les
données pour
alimenter les
métriques et KPIs ?

Cher directeur
technologique,
pourriez-vous
simplement partager
votre code et base
de données actuelle.



Stratégie *GenAI* #3 : Projet de connaissance



- Anthropic Claude / OpenAI ChatGPT
- Accumulez des données multimodales
(PDF, texte, images, pages web)
- Profitez au maximum de l'effet RAG
- Pérennité constructive de la connaissance
- Historique groupé des conversations



ChatGPT

Share



ChatGPT



Operator



Sora



Library



Explore GPTs

Projects



New project

Previous 7 Days

Design critique summary

Image Théâtre Technologique



Project name



AnalyZ 2025 - ChroniquIA



What's a project?

Projects keep chats, files, and custom instructions in one place. Use them for ongoing work, or just to keep things tidy.

Cancel

Create project



Search



Deep research





ChatGPT o3 



AnalyZ 2025 - ChroniquaA

New chat in this project



Search



Add files

Chats in this project can access file content



Add instructions

Tailor the way ChatGPT responds in this project



ChatGPT

Operator

Sora

Library

Explore G

Projects

AnalyZ 2

Today

Image Théâtre

Previous 7 Days

Design critique



AnalyZ 2025 - ChroniquaA

Project files

Add files



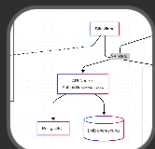
site-web.html

File



Analyse Stratégique des KPIs Clés de ChroniquaA.pdf

PDF



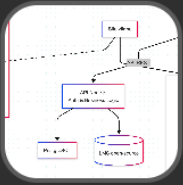
architecture-de-solution.png

Image



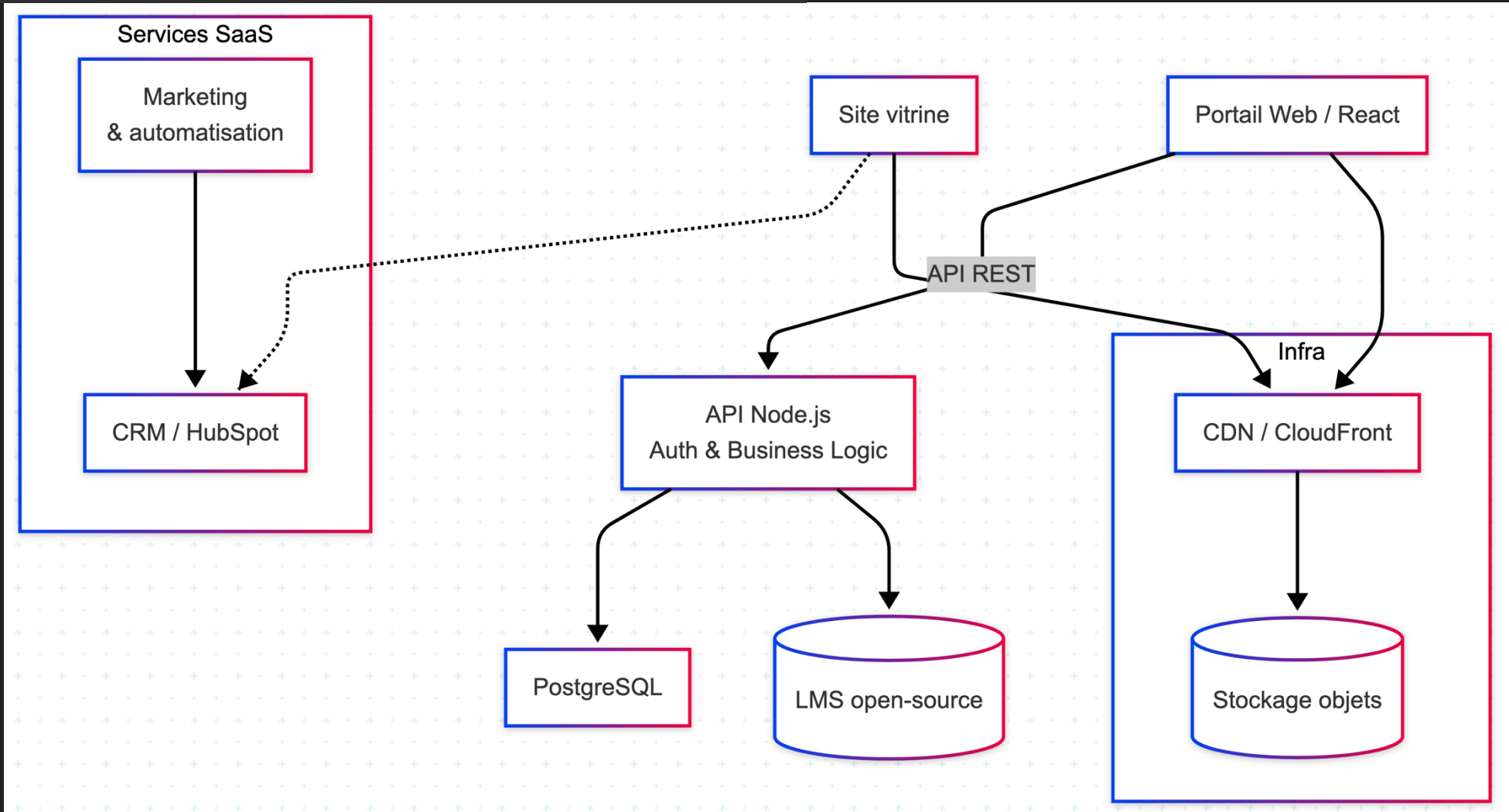
schema-base-de-données.txt

Document



architecture-de-solution.png

Image





schema-base-de-données.txt

Document

```
-- ===== ENTITÉS PRINCIPALES =====
```

```
CREATE TABLE organisations (  
    org_id          SERIAL PRIMARY KEY,  
    nom             VARCHAR(255) NOT NULL,  
    secteur         VARCHAR(100),      -- privé, pub  
    taille_effectif INT,               -- nb d'emplo  
    date_inscription DATE NOT NULL  
);
```

```
CREATE TABLE utilisateurs (  
    user_id         SERIAL PRIMARY KEY,  
    org_id          INT REFERENCES organisations,  
    email           VARCHAR(255) UNIQUE,  
    role            VARCHAR(50),      -- décideur,  
    date_creation   TIMESTAMP NOT NULL,
```

```
CREATE TABLE contenus (  
    content_id      SERIAL PRIMARY KEY,  
    titre           VARCHAR(255),  
    type            VARCHAR(50),  
    niveau          VARCHAR(20),  
    date_publication DATE  
);
```

```
CREATE TABLE formations (  
    formation_id    SERIAL PRIMARY KEY,  
    titre           VARCHAR(255),  
    durée_jours     NUMERIC(4,1),  
    prix_total      NUMERIC(10,2),  
    mode            VARCHAR(30)  
);
```

AnalyZ 2025 - Chroniqua

Basé sur le site vitrine de Chroniqua, l'analyse des cinq métriques et KPIs ciblés pour la croissance de la compagnie, analyser l'architecture et le schéma de base de données de la solution logicielle actuelle pour faire l'inventaire des données et identifier les travaux requis pour construction d'un tableau de bord BI.



 Search



Project files

4 files



Add instructions

Tailor the way ChatGPT responds in this project



1. Inventaire rapide des sources et jeux de données

Domaine	Tables / sources existantes	Utilité pour les 5 KPIs	Lacunes constatées
Contenu & engagement	<code>contenus</code> , <code>consultations_contenu</code> , logs Site vitrine (Google Analytics)	Indice de pertinence (vol. vues, durée, rebond, tags)	Absence de tags SEO, score de feedback et temps de lecture dans <code>contenus</code> ; pas de table « ratings »
Parcours utilisateur	<code>utilisateurs</code> (statut : lead/actif/payant), <code>inscriptions_formation</code>	Conversion utilisateurs → clients payants, rétention 90 j	Pas de <code>date_premiere_activite</code> / <code>date_derniere_activite</code> pour suivre l'engagement
Revenu & commandes	<code>commandes</code> , <code>lignes_commande</code>	CLV, part "valeur" du ratio CLV/CAC	OK pour le CA, mais manque un champ « remise / coûts variables » (marge)
Marketing & acquisition	HubSpot CRM, <code>campagnes_marketing</code> , <code>attribution_lead</code>	CAC et attribution par canal	Les coûts sont globaux ; il faut un mécanisme d'allocation au lead/client
Perception de valeur	(aucune)	Score d'utilité perçue	Créer table <code>evaluations</code> (<code>user_id</code> , <code>objet</code> , <code>score</code> , <code>verbatim</code> , <code>dt</code>)

2. Analyse détaillée par KPI

KPI	Données nécessaires	Couverture actuelle	Travaux requis
Indice de pertinence du contenu	- Métadonnées : thème, tags SEO - Engagement : vues, temps moyen - Feedback : score « utile » par article	Vues via <code>consultations_contenu</code> . Pas de tags ni feedback.	• Ajouter colonnes <code>tags</code> & <code>seo_keywords</code> dans <code>contenus</code>. • Créer table <code>content_feedback</code>. • Ingestion GA4 pour temps de lecture.
Conversion actifs → payants	- Statut utilisateur & dates - Achats (commandes)	Champ <code>statut</code> existe mais dates manquantes.	• Ajouter <code>dt_statut_lead/actif/payant</code> ou historiser dans table <code>user_status_history</code>. • ETL HubSpot → PostgreSQL pour leads.
Rétention 90 j	- Date 1^{re} activité - Dernière activité (consult, login, achat)	Non stocké.	• Ajouter champs d'audit dans <code>utilisateurs</code> (ou vue matérialisée calculée depuis événements). • Centraliser events LMS + portail React. <code>schema-base-de-données</code> <code>schema-base-de-données</code>
Score d'utilité perçue	- Enquêtes post-contenu/formation	Absent.	• Nouvelle table <code>evaluations</code> liée à <code>contenus</code> / <code>formations</code>. • Widget sondage dans LMS & site vitrine. <code>architecture-de-solution</code> <code>schema-base-de-données</code>
Ratio CLV / CAC	- Revenus par client (CLV) - Coût marketing alloué (CAC)	Revenus OK via <code>commandes</code> . Coûts marketing globaux.	• Procédure d'allocation : <code>cout_total</code> / <code>nb_leads_attr</code> dans <code>campagnes_marketing</code>. • Jointure <code>attribution_lead</code> pour calcul unitaire. • Sortir coûts partner/événements de HubSpot. <code>schema-base-de-données</code>

3. Impact sur l'architecture

- **Data Lake / Warehouse** – Ajouter un entrepôt (Snowflake, BigQuery ou PostgreSQL-DW) recevant ETL/ELT de : PostgreSQL applicatif, HubSpot CRM, LMS, Google Analytics, sondages. L'API Node.js publie déjà vers PostgreSQL ; même pipeline peut pousser dans le lake via Debezium/Kafka.

architecture-de-solution

schema-base-de-données

- **Modèle en étoile** – Créer faits : `faits_consultation`, `faits_commande`, `faits_campagne`, `faits_evaluation`. Dimensions : temps, utilisateur, organisation, contenu, formation, campagne.
- **Tracking événements** – Instrumenter SPA React + Site statique (GA4 → BigQuery) pour `page_view`, `session_duration`, `cta_click`.
- **Governance & qualité** – Définir dictionnaire de données + tests dbt sur indicateurs calculés.

4. Plan de travaux BI (6–8 semaines)

1. Sprint 0 – cadrage

- Définir définitions formelles des 5 KPIs (formule, périodicité, seuils).

2. Sprint 1 – fondations data

- Migration schéma : nouvelles colonnes & tables (tags, feedback, audit activité, ...)
- Connecteurs HubSpot / LMS / GA4 → lake.

3. Sprint 2 – modélisation

- dbt : vues modèles en étoile.
- Tests de calcul (ex. rétention 90 j par cohorte).

4. Sprint 3 – visualisation

- Power BI : tableau de bord “Vue exécutive” + pages détaillées KPI.
- Alertes (Power BI / Teams) sur seuils critiques (ex. CLV/CAC < 2).

5. Sprint 4 – itérations

- Validation métier, raffinement visuels, automatisation refresh toutes les 24 h.

5. Synthèse

Le socle de données actuel couvre ≈ 60 % des besoins. Les compléments critiques :

- métadonnées SEO & feedback de pertinence ;
- horodatage complet du cycle de vie utilisateur ;
- table d'évaluation post-contenu pour l'utilité perçue ;
- allocation fine des coûts marketing.

Une fois ces écarts comblés et le pipeline d'intégration déployé, ChroniquiA disposera d'un **tableau de bord BI unifié** reliant expérience de contenu, engagement, monétisation et rentabilité, parfaitement aligné avec les cinq KPIs stratégiques identifiés.

architecture-de-solution





ChroniquiA — Tableau de bord KPIs

 Indice de pertinence

85%



- 72 % d'utilisateurs : contenu « pile au bon niveau »
- +18 % de clics sur la version avancée (M/M)

 Conversion payants

12%



- Taux d'upgrade +3 pts sur 30 jours

 Rétention 90 j

64%



- Cohorte "Pro" : 78 % de rétention

 Score utilité

4.6 / 5



- 42 retours positifs la semaine dernière
- 87 % recommanderaient le service

 CLV / CAC

3.9 x



- CAC amorti en 7 mois
- CLV moyenne : 430 \$ / utilisateur



Une perspective d'élite en IA générative





NATE B. JONES | AI & PRODUCT



Upgrade to founding



HomeNotesChatMentorshipTikTokArchiveLeaderboardAbout



**The Compression of Time
in the AI era**

12:39

@nate.b.jones

The Compression of Time in the AI Era

Time feels like it's compressing: while we race harder and harder, is time changing for AI too? How are AI intelligence and AI agency combining to shape...

 MAY 9 · NATE

 14  3  

<https://natesnewsletter.substack.com/>



L'importance des spécialistes en intelligence d'affaires !



Pour clarifier de façon explicite,
notre exercice aujourd'hui illustre le pouvoir des
analystes d'affaires de faire les premières étapes
pour **initier une feuille de route BI**.

Bien sûr, pour la suite de tels projets,
il est crucial de s'adjoindre les services de
spécialistes dans le domaine !



Pour des projets d'envergure en intelligence d'affaires



videns Services ▾ Industries ▾ Réalisations Blogue Qui nous sommes Carrières **Contact** ▾

Accueil > Services

Intelligence d'affaires

Grâce à notre expertise en intelligence d'affaires, nous permettons aux entreprises de prendre des décisions éclairées, optimisant ainsi leur avantage concurrentiel. Nous vous accompagnons à chaque étape, de la collecte de données brutes à l'exploitation des insights stratégiques, en forgeant des solutions qui renforcent vos capacités décisionnelles et organisationnelles. Dans ce marché où les données jouent un rôle crucial, Videns s'avère être le partenaire de choix vers une croissance durable.



<https://www.videns.ai/services/intelligence-daffaires>

The image features a pair of teal-colored curtains with a subtle, lighter teal pattern, possibly representing circuitry or veins. The curtains are pulled back to reveal a light blue background. Centered on this background is the word "MERCIA" in a bold, sans-serif font. The letters "M", "E", "R", "C", and "I" are a dark teal color, while the final "A" is a bright orange color.

MERCIA

Feuille de route BI

Stratégies *GenAI*



**A : Objectifs
d'affaires**

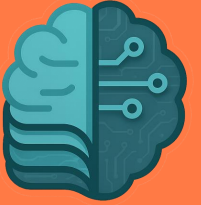


**B : Tableau
de bord**

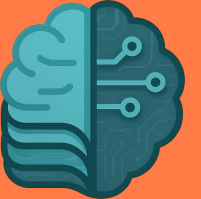


**C : Inventaire
des données**

**#1 : Recherche
approfondie**



**#2 : Visualisation
interactive**



**#3 : Projet de
connaissance**

