



6 FAÇONS DONT LES ENTREPRISES INNOVANTES RELÈVENT DES DÉFIS COMMERCIAUX AVEC LE DATA WAREHOUSE DE SNOWFLAKE



GUIDE DE
RÉUSSITE CLIENT

TABLE DES MATIÈRES

- 3** Introduction
- 4** 1. Réaliser des économies dans un monde multi-cloud
- 5** 2. Accélérer les migrations de données sans compromettre la sécurité ou la facilité d'utilisation
- 6** 3. Trouver un équilibre entre rapidité, capacité et sécurité
- 7** 4. Des pipelines plus rapides dotés d'une flexibilité inhérente
- 8** 5. Utiliser le data warehouse pour un équilibre entre performances et prix
- 9** 6. Transformer les données en une nouvelle source de revenus
- 10** Conclusion
- 11** À propos de Snowflake



INTRODUCTION

Alors que les entreprises cherchent à numériser leurs opérations, en déplaçant un nombre croissant de fonctionnalités vers différentes applications et divers partenaires cloud, il nous semble chez Snowflake qu'elles n'ont jamais eu autant besoin d'une plateforme de données centralisée.

Ceci est particulièrement vrai pour les entreprises qui aspirent à prendre des décisions basées sur les données pour l'ensemble de leur organisation, alors même que ces données sont collectées et stockées à partir d'un éventail de sources de plus en plus large. Les solutions de data warehouse disponibles au sein de plateformes de données telles que Snowflake permettent aux entreprises d'établir à la fois un référentiel de données centralisé et un mécanisme par lequel les requêtes peuvent être traitées et les analyses peuvent être effectuées rapidement et à grande échelle. La solution de data warehouse idéale permet aux entreprises d'accéder à un ensemble complet de données gouvernées et de générer des informations commerciales clés pour agir efficacement tout en entraînant des économies potentiellement significatives.

Dans les pages qui suivent, nous découvrirons six études de cas présentant des entreprises innovantes qui ont utilisé le Data Warehouse Snowflake dans le but de relever un large éventail de défis courants et d'obtenir des résultats commerciaux positifs et considérables.



1. RÉALISER DES ÉCONOMIES DANS UN MONDE MULTI-CLOUD

LE DÉFI

Les données de Western Union étaient silotées dans plusieurs data warehouses on-premise, ce qui l'empêchait d'obtenir une vue complète de ses clients. De plus, le volume de données et les besoins en ingénierie de l'entreprise ont augmenté ces dernières années, en parallèle à l'expansion du service numérique de transfert d'argent. Au fil du temps, la simple maintenance de ces systèmes existants est devenue difficile sur le plan opérationnel, ralentissant le flux de travail de Western Union tout en rendant l'extraction de précieuses informations particulièrement ardue.

« De grandes quantités de données étaient copiées jusqu'à cinq fois en raison de la pluralité des processus d'ingestion, ce qui créait des incohérences dans les données et ensembles de données » explique Deepak Murthy, Data Engineering Support Ops Leader chez Western Union.

L'entreprise a finalement décidé de consolider ses systèmes et de compiler toutes ses données au même endroit.

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

Western Union devait trouver un partenaire de plateforme capable de s'adapter aux environnements de cloud multiples de l'entreprise, chacun comportant des ensembles de données distincts. En optant pour Snowflake, l'entreprise a pu regrouper les données de 150 millions de clients sur des canaux de retail et numériques dans le monde entier. Grâce à l'architecture de données partagées multi-cluster de Snowflake, Western Union n'a pas eu à faire de compromis pour son approche multi-cloud. Ce qui est d'autant plus remarquable, c'est que cette consolidation a finalement divisé par deux les coûts de data warehouse de Western Union.

« Snowflake offrait la possibilité de choisir le cloud le plus adapté à chaque cas d'usage et de répliquer des données entre les clouds sans pipelines supplémentaires », ajoute Harveer Singh, Chief Data Architect & Global Head of Data Engineering chez Western Union.

CLIENT À LA UNE

WesternUnion

SIÈGE SOCIAL Denver, Colorado
SECTEUR Transferts financiers

WESTERN UNION A MIS EN ŒUVRE UNE STRATÉGIE MULTI-CLOUD GRÂCE À SNOWFLAKE TOUT EN RÉDUISANT SES COÛTS DE DATA WAREHOUSE DE 50 %.¹

Grâce à la collaboration avec Snowflake, les ingénieurs de Western Union sont désormais en mesure de créer et de déployer des tableaux de bord en quelques jours et non plus plusieurs semaines, ce qui leur permet d'obtenir facilement des informations exploitables.



2. ACCÉLÉRER LES MIGRATIONS DE DONNÉES SANS COMPROMETTRE LA SÉCURITÉ OU LA FACILITÉ D'UTILISATION

LE DÉFI

Flex avait besoin de déplacer son data warehouse on-premise vers le cloud. Toutefois, l'architecture existante de l'entreprise était très complexe : elle hébergeait plus de 15 000 objets, dont 17 applications différentes et plus de 2 000 rapports et tableaux de bord. À première vue, toute migration s'annonçait périlleuse, à moins que Flex ne se tourne vers le bon fournisseur de technologie. Pour compliquer davantage la situation, Flex disposait d'un vaste écosystème de partenaires, et la fluidité de partage entre ces partenaires était essentielle. En résumé, l'entreprise ne pouvait pas se permettre de prendre de risques. « Tout ce qui fonctionne dans notre plateforme existante doit fonctionner » dans la nouvelle, avait souligné Sudhakar Ramakrishnan, Director, HR IT chez Flex.

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

En collaboration avec Snowflake, Flex a établi un calendrier de migration intensif s'étalant sur cinq mois. En partenariat avec les services professionnels de Snowflake, l'entreprise a pu automatiser une grande partie de sa migration tout en limitant les étapes manuelles. Cela s'est fait en partie grâce à un accès direct à l'équipe de conversion de code de Snowflake et à l'organisation de plusieurs séances de travail. Cet exercice a permis à l'équipe de hiérarchiser les applications qui devaient être répliquées dès le départ. Au-delà de la migration des données, Flex devait également migrer les contrôles d'accès pour plus de 4 000 utilisateurs. Un Resident Solution Architect de l'équipe des services professionnels de Snowflake a joué un rôle actif dans ce processus, ce qui a permis de gagner beaucoup de temps.

« Le parcours n'est pas simple », reconnaît M. Ramakrishnan. « C'est toujours un défi... accordez-vous suffisamment de temps et planifiez. »

CLIENT À LA UNE

flex.

SIÈGE SOCIAL

Singapour

SECTEUR

Logistique de la chaîne d'approvisionnement

FLEX A PU DÉCOMMISIONNER SON DATA WAREHOUSE ON-PREMISE EN CINQ MOIS²

En s'associant à Snowflake, Flex a pu abandonner son data warehouse existant en un temps record pour une migration de son envergure, et ce avant son renouvellement.



3. TROUVER UN ÉQUILIBRE ENTRE RAPIDITÉ, CAPACITÉ ET SÉCURITÉ

LE DÉFI

Morgan Stanley gère 40 000 bases de données pour le compte de ses clients des services financiers. À l'instar de nombreuses entreprises, Morgan Stanley cherchait à générer de la valeur commerciale à partir de ses données, tout en découvrant et en éliminant le gaspillage potentiel. Pour ce faire, une méthode plus sophistiquée de gestion de la budgétisation s'imposait.

L'entreprise disposait d'outils en libre-service, faisait preuve d'un esprit d'optimisation et s'employait à réduire le besoin en processus manuels.

Morgan Stanley a d'abord choisi Snowflake pour sa sécurité des données et sa capacité à prendre en charge les analyses avancées et le partage de données. Toutefois, il était également essentiel que Snowflake permette à Morgan Stanley de suivre et déterminer le coût de ces données.

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

Morgan Stanley a commencé à travailler avec Snowflake en 2019. « Nous avons particulièrement apprécié la séparation entre les capacités de calcul et de stockage », indique Howard Goldberg, Executive Director chez Morgan Stanley. « Nous aimons également être en mesure de filtrer toutes nos données sans trop d'effort. »

Concernant les besoins spécifiques de l'entreprise en matière de sécurité, Snowflake a été en mesure de fournir un chiffrement Tri-Secret : « Notre équipe de sécurité adore ce système », affirme M. Goldberg.

Au-delà des avantages en matière de sécurité, Morgan Stanley a également gagné en visibilité (et en contrôle) sur ses dépenses, et ce, grâce au **modèle de tarification de Snowflake**, lequel est principalement basé sur l'utilisation : les clients payent uniquement pour les ressources de stockage et de calcul qu'ils utilisent et ont une visibilité sur les départements qui utilisent la plateforme. Morgan Stanley a utilisé ces données pour établir un programme de refacturation interne, en facturant l'utilisation à chaque département, au lieu de facturer les coûts informatiques à l'entreprise globale.

Toutefois, le point essentiel pour Morgan Stanley réside notamment dans l'augmentation de ses performances et la réduction de ses coûts de 50 % grâce à l'optimisation de ses besoins en matière de calcul sur Snowflake.

CLIENT À LA UNE

Morgan Stanley

SIÈGE SOCIAL New York, NY
SECTEUR Services financiers

MORGAN STANLEY AMÉLIORE SES PERFORMANCES ET EFFECTUE UN SUIVI DE VALEUR GRÂCE À UN PROGRAMME DE REFACTURATION³

Morgan Stanley a chargé Snowflake de mettre à sa disposition des capacités de data warehouse beaucoup plus importantes, tout en maintenant les normes de sécurité les plus strictes. Les capacités de data warehouse ont ainsi augmenté de 50 % en parallèle à l'évolution de l'entreprise, et peuvent aller plus loin si nécessaire.



4. DES PIPELINES PLUS RAPIDES DOTÉS D'UNE FLEXIBILITÉ INHÉRENTE

LE DÉFI

Sainsbury's, le deuxième plus grand retailer britannique, cherchait à consolider ses opérations numériques en pleine expansion dans une plateforme unique et multimarque, dans l'espoir d'éliminer ses silos de données. Le volume de données de l'entreprise est considérable et en pleine croissance. Chaque jour, le retailer ingère 30 à 40 millions d'événements en temps réel, et ce nombre double pendant les périodes de fêtes. Au fur et à mesure que le besoin d'extraire et de comprendre ces données s'est accru, l'entreprise a admis la nécessité d'une architecture beaucoup plus simple.

« Une autre équipe travaillait sur un entrepôt virtuel gigantesque. Il lui fallait 25 minutes pour interroger une table entière et cette équipe exécutait plusieurs requêtes par jour. Cela représentait un coût énorme », explique Jody Buczynski, data engineer chez Sainsbury's.

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

Sainsbury's a fait appel à un Resident Solutions Architect via l'équipe des services professionnels de Snowflake. Étant donné les fluctuations considérables des besoins de stockage de données de Sainsbury's, Snowflake a recommandé la mise en œuvre de sa fonction **Streams and Tasks** (actuellement en public preview), qui permet aux entreprises de créer des pipelines de données personnalisés et d'extraire rapidement des informations. Cela a permis une configuration des données beaucoup plus rationalisée et efficace. « Nos efforts ont porté leurs fruits et nous pouvons désormais faire des choses que nous pensions être impossibles auparavant », confie Joan Fuerte, Data Engineering Manager chez Sainsbury's.

CLIENT À LA UNE

Sainsbury's

SIÈGE SOCIAL Londres, Royaume-Uni
SECTEUR Retail

SAINSBURY'S A MULTIPLIÉ PAR 25 SON RENDEMENT À LA MINUTE⁴

Les équipes de données de Sainsbury's ont bénéficié d'une réduction de 72 % de la durée des tâches, et leur rendement à la minute a été multiplié par 25. « Nous pouvons désormais prendre des décisions concernant d'autres éléments clés du pipeline en ayant beaucoup plus confiance dans ce que nous faisons, et pour moi, c'est vraiment incroyable », ajoute M. Buczynski.



5. UTILISER L'ENTREPOSAGE POUR UN ÉQUILIBRE ENTRE PERFORMANCES ET PRIX

LE DÉFI

Cisco était déjà dans une phase relativement avancée en termes de migration vers le cloud et n'allait pas réaliser plus d'économies en transférant simplement des fonctionnalités vers le cloud. Cependant, l'entreprise cherchait à accélérer et à élargir son utilisation d'analyses puissantes, tout en limitant ses dépenses. Dans le même temps, ses solutions on-premise précédentes n'étaient plus en mesure de répondre à la demande.

« L'entreprise s'étant tournée vers un cycle accéléré de conversion des données en informations et la demande d'analyses ayant explosé, il est rapidement devenu évident que certaines de nos technologies existantes ne nous permettraient pas d'évoluer pour répondre à la demande de données », explique Anupama Rao, Senior Manager, Data & Analytics chez Cisco.

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

Pour relever ses défis en matière d'évolution, Cisco a choisi de s'associer à Snowflake, étant donné que sa plateforme a été conçue pour gérer les workloads à partir de produits de data warehouse existants tout en intégrant de nouvelles demandes et en offrant la possibilité d'augmenter ou de réduire la capacité selon les besoins.

« Les tâches de transformation qui prenaient dix heures ou plus sont désormais terminées en une heure », indique Mme Rao. Pour limiter les coûts, Cisco s'est appuyé sur le modèle de tarification à la seconde de Snowflake. Au fil du temps, l'entreprise a pu optimiser davantage ses performances en utilisant des fonctionnalités telles que les tables temporaires et transitoires, en réduisant les charges de stockage permanent et en évitant les coûts de fail-safe. Dans l'ensemble, Cisco a optimisé ses performances de 15 %.

CLIENT À LA UNE



SIÈGE SOCIAL
SECTEUR

San José, Californie
Solutions informatiques,
logiciels d'entreprise

CISCO A OPTIMISÉ SES PERFORMANCES DE 15 %⁵

Cisco a optimisé ses performances globales de 15 % sur Snowflake, tout en accélérant ses capacités d'analyse. « Les coûts de plateforme ne sont plus un problème pouvant être ignoré, ni quelque chose dont vous ne vous préoccupez que périodiquement lors de la planification des capacités », explique Mme Rao. « La capacité à suivre l'utilisation et les coûts à un niveau granulaire par application s'accompagne d'une responsabilité d'améliorer la gestion des coûts. »



6. TRANSFORMER LES DONNÉES EN UNE NOUVELLE SOURCE DE REVENUS

LE DÉFI

L'entreprise de publicité programmatique OpenX gère l'une des plus grandes plateformes indépendantes du secteur pour l'achat et la vente de publicité numérique dans le monde entier. La bourse d'annonces de l'entreprise met en relation plus de 120 000 annonceurs et plus de 130 000 éditeurs. Les transactions via la plateforme OpenX permettent de diffuser des publicités via le Web, les périphériques mobiles et les TV connectées, touchant potentiellement près d'un milliard de consommateurs dans le monde. Par conséquent, OpenX a accès à un grand volume de données de tarification et de transaction potentiellement sensibles.

Les clients publicitaires de l'entreprise exigeaient autant de données de journaux granulaires que possible pour évaluer les performances de leurs campagnes, tandis que l'entreprise cherchait à donner à ses propres équipes internes de data science les moyens de prendre des décisions à l'aide d'analyses avancées. Alors que les annonceurs continuaient à mettre en œuvre des stratégies d'achat plus complexes, en s'appuyant souvent sur des feuilles de calcul contenant des millions de lignes de données, la capacité d'OpenX à répondre aux demandes devenait lente et coûteuse. « Nous voulions être plus rapides, plus intelligents et gérer une plateforme plus allégée », explique Joseph Leichman, VP, Buyer Development chez OpenX.

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

Pour le lancement de Bidding Intelligence, le produit de données de journaux d'OpenX, l'entreprise a tiré parti de la Marketplace Snowflake, qui offrait une architecture de données partagées multi-cluster ainsi que des taux de cloud abordables. Par conséquent, les clients d'OpenX ont été en mesure d'optimiser leur utilisation des outils de Business Intelligence et des données brutes de l'entreprise pour effectuer des achats publicitaires plus précis tout en extrayant des informations utiles. Pour OpenX, ce processus est allé au-delà du data warehouse, car il a également changé la vision de l'entreprise envers les données et sa capacité à les commercialiser.

CLIENT À LA UNE



SIÈGE SOCIAL Pasadena, Californie
SECTEUR Publicité en ligne

OPENX COMMERCIALISE DES DONNÉES DE JOURNAUX GRÂCE À SNOWFLAKE⁶

Grâce à son intégration Snowflake, OpenX peut désormais traiter 230 milliards de demandes de publicité par jour. « Nous avons besoin d'une méthode évolutive, automatisée et commercialisable pour fournir des données. C'est ce que nous avons désormais », indique M. Leichman.



CONCLUSION

Les performances et la flexibilité offertes par Snowflake ont révolutionné la façon dont les entreprises peuvent accéder aux données importantes, les gérer et les exploiter. Que ce soit pour établir une vue unifiée du client ou comprendre les coûts internes, des entreprises telles que Cisco et Sainsbury's ont pu augmenter leur valeur commerciale sans sacrifier leurs performances ni leur sécurité grâce à Snowflake.

Contactez-nous pour en savoir plus sur la façon dont Snowflake peut aider votre entreprise et moderniser votre système de données.





À PROPOS DE SNOWFLAKE

Snowflake permet à chaque organisation de mobiliser ses données grâce au Data Cloud Snowflake. Les clients utilisent le Data Cloud pour réunir au même endroit leurs données silotées, analyser et partager en toute sécurité les données, et exécuter diverses charges de travail analytiques. Quel que soit l'endroit où se trouvent les données ou les utilisateurs, Snowflake offre une expérience unique qui s'étend sur plusieurs clouds et régions. Au 31 octobre 2022, des milliers de clients de nombreux secteurs, dont 543 des Forbes Global 2000 (G2K) de 2022, utilisent le Data Cloud Snowflake pour dynamiser leur activité.

En savoir plus sur [snowflake.com](https://www.snowflake.com)



© 2022 Snowflake Inc. Tous droits réservés. Snowflake, le logo Snowflake et tous les autres noms de produits, de fonctionnalités et de services Snowflake mentionnés dans le présent document sont des marques déposées ou des marques commerciales de Snowflake Inc. aux États-Unis et dans d'autres pays. Tous les autres noms de marque ou logos mentionnés ou utilisés dans le présent document le sont uniquement à des fins d'identification et peuvent être des marques de commerce de leur(s) détenteur(s) respectif(s). Snowflake ne peut être associé à, ou être sponsorisé ou approuvé par, un tel détenteur.

CITATIONS

- ¹ Western Union met en œuvre une stratégie multi-cloud grâce à Snowflake tout en réduisant les coûts de data warehouse de 50 %
- ² Flex a décommissionné son data warehouse on-premise en cinq mois | Webinaire
- ³ Morgan Stanley effectue le suivi de sa valeur grâce au programme de refacturation | Session de sommet
- ⁴ Sainsbury's a multiplié par 25 son rendement à la minute | Étude de cas
- ⁵ Cisco a optimisé ses performances de 15 % grâce à Snowflake | Articles de blog partie 1 et partie 2, Parcours de modernisation
- ⁶ OpenX commercialise des données de journaux grâce à Snowflake | Étude de cas