

jahia Day

RETOUR D'EXPERIENCE



Filiale du groupe Crédit Agricole S.A

10 000 collaborateurs dans 19 pays

Marque Sofinco

Acteur majeur du crédit à la consommation

Un des objectifs majeurs : Etre N°1 en terme de recommandation client

Nouveaux enjeux : Adapter ses offres et en développer de nouvelles



Direction Services Numériques France

Equipe en charge :

des frameworks d'entreprise

de la software factory

des principaux sites web B2C/B2B

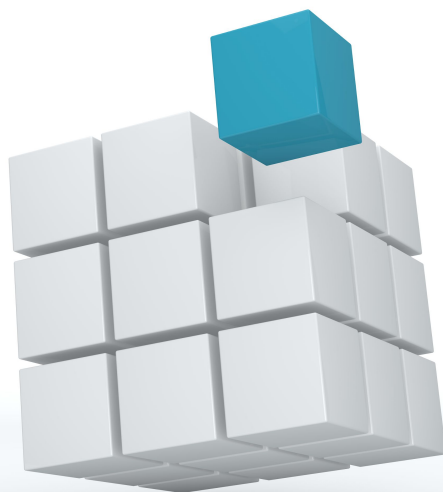
POURQUOI JAHIA?

En 2015, besoins de :

- Moderniser notre site
- Faciliter le time to market grâce à la publication de contenus

Ce qui a fait la différence :

- Socle technique **modulaire** en java : briques open source
- Contrainte d'intégration de **contenus dynamiques**
- **API REST**
- Très bon retour d'expérience chez B4Bank
- Intégration à notre annuaire d'entreprise



LES ETAPES DU PROJET INITIAL

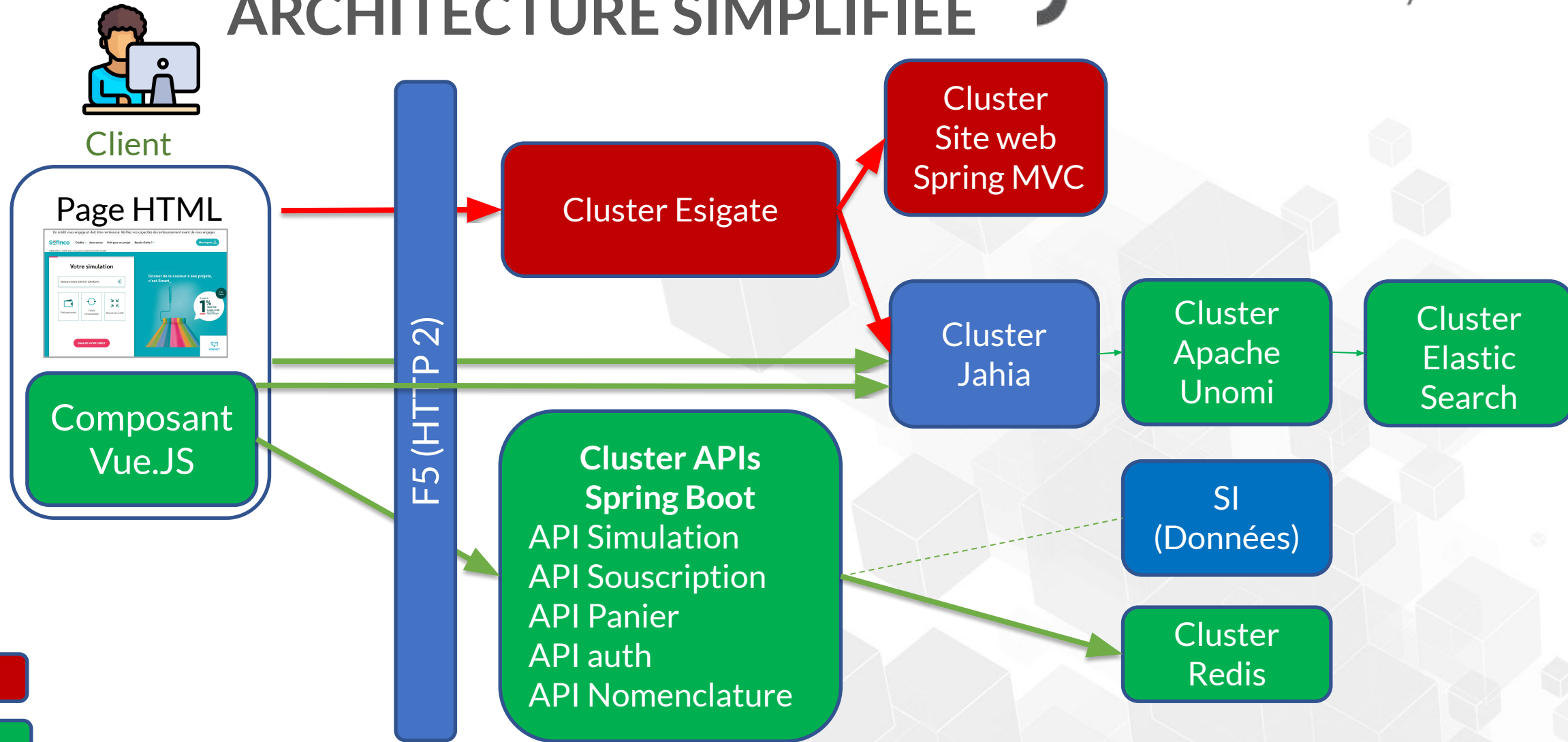
jahia Day

(Projet mené en méthode SCRUM)

- Socle technique
- Chantier gouvernance
- Sécurité
- Robustesse
- Formations



ARCHITECTURE SIMPLIFIEE

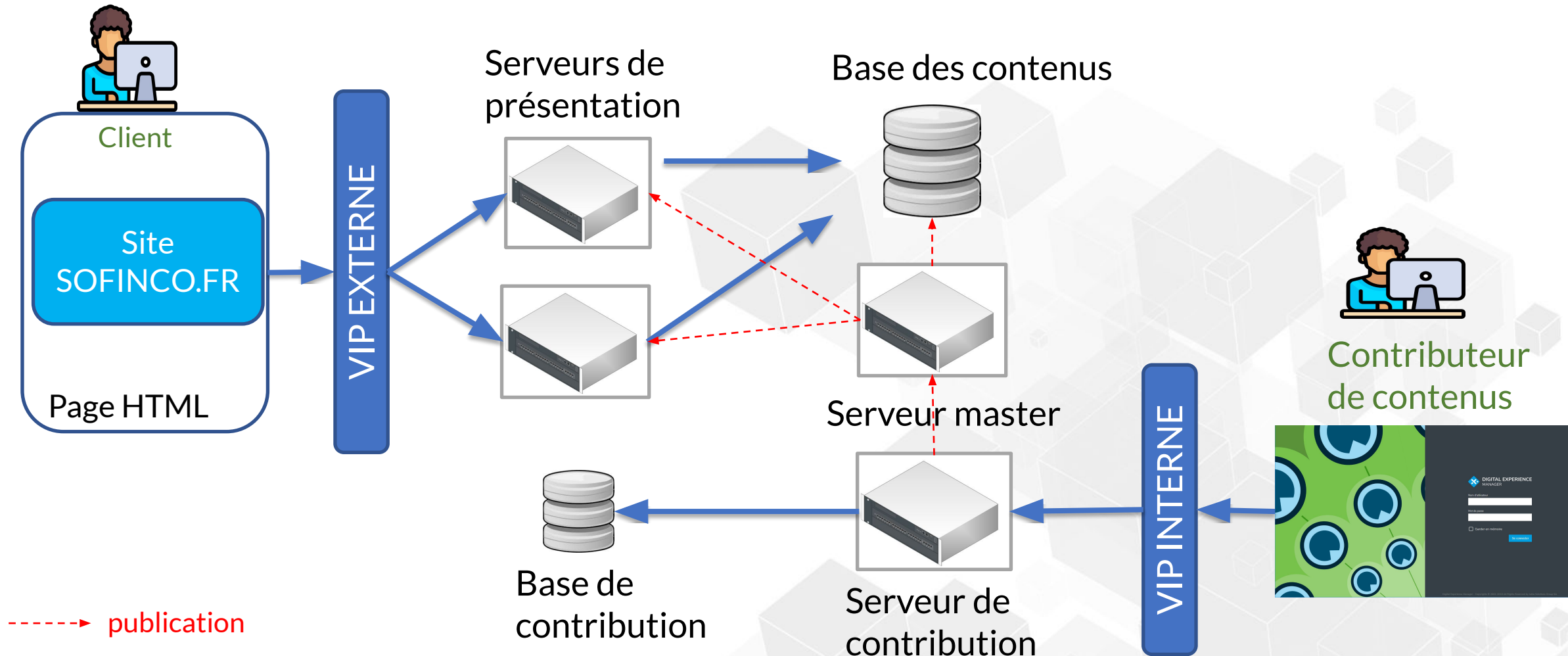


Version
2015

Version
2019

ZOOM SUR L'ARCHITECTURE JAHIA

jahia Day



LA SITUATION AUJOURD'HUI

jahia Day

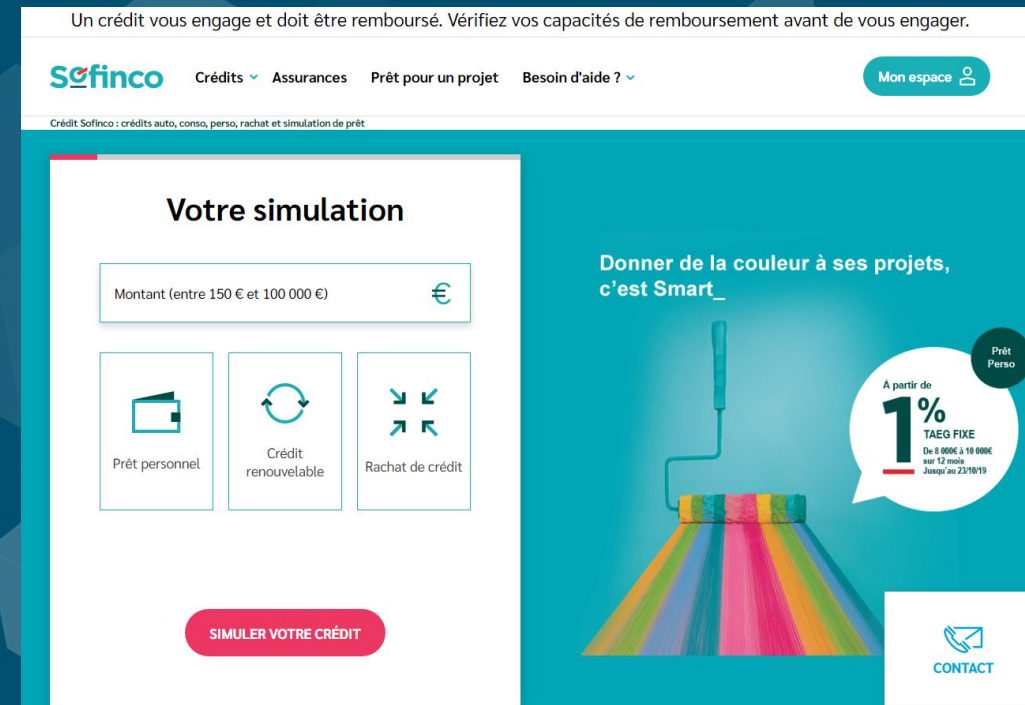
Une toute nouvelle version du site SOFINCO.FR
publiée le 26 sept. 2019

Approche produit vs projet

A la main des équipes marketing et des
équipes responsables des parcours web.

1 million de visites par mois

1 upgrade majeur réalisé lors de l'intégration de
Marketing Factory (v7.2.3.4)



ET DEMAIN...

jahia Day

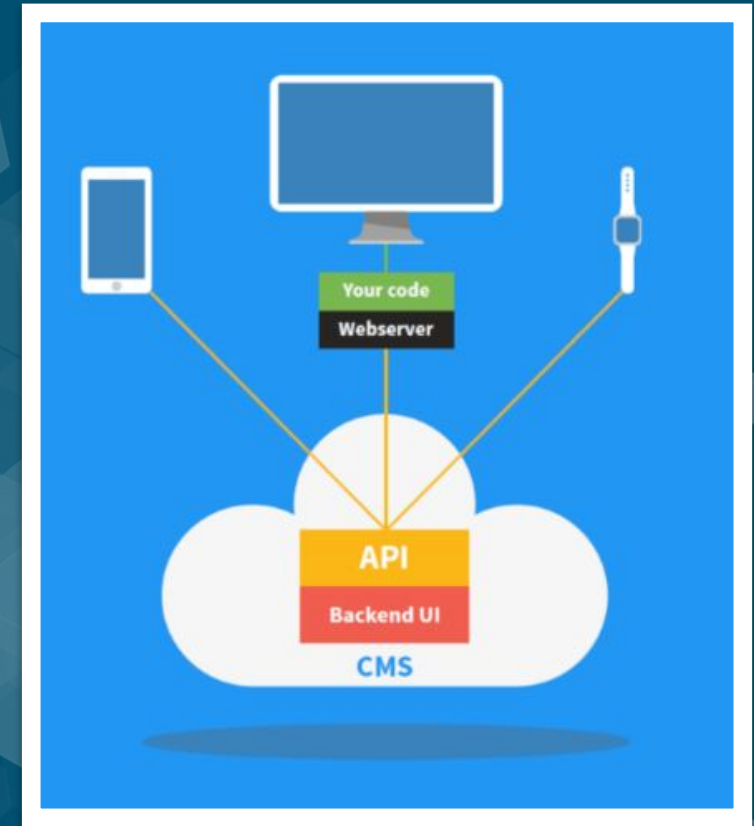
Simplification de l'architecture (publication à distance)

Intégration dans d'autres parcours en mode "headless"

Une volonté de rester dans la logique produit vs projet

POC Marketing Factory (alimentée depuis juillet)

POC A/B Testing



jahia Day

MERCI

