



GOLFY  


# RAPPORT DE STAGE

Socle Numérique - BTS SIO SLAM - EPSI Montpellier - 2024

*Période du 21/05/2024 au 05/07/2024*



## TABLE DES MATIÈRES

<b>I. INTRODUCTION.....</b>	<b>4</b>
A. L'entreprise.....	4
1. Réseau Golfy et segmentation.....	6
2. Service Marketing et Cartes.....	7
B. Le contexte du stage.....	9
<b>DÉVELOPPEMENT.....</b>	<b>10</b>
Mission 1 - État des lieux des canaux.....	10
A. Présentation de la mission.....	10
1 - Contexte professionnel de la mission.....	10
a) Documents/ Matériel/ Logiciels fournis :.....	10
b) Objectifs.....	10
c) Mission détaillée et réalisation.....	10
2 - Problèmes à résoudre/ contraintes/ limites.....	15
B. Démarche suivie pour effectuer ces missions.....	15
Mission 2 - Vérification de la cohérence globale des données.....	16
A. Présentation de la mission.....	16
1 - Contexte professionnel de la mission.....	16
a) Documents/ Matériel/ Logiciels fournis :.....	16
b) Objectif.....	16
2 - Problèmes à résoudre/ contraintes/ limites.....	16
B. Démarche suivie pour effectuer cette mission.....	17
C. Réalisation de la mission.....	17
1- Justification de solution retenue.....	17
2- Étapes essentielles.....	18
Mission 3 - Rédaction de scripts.....	19
A. Présentation de la mission.....	19
1 - Contexte professionnel de la mission.....	19
a) Documents/ Matériel/ Logiciels fournis :.....	19
b) Objectifs.....	19
c) Mission détaillée.....	19
2 - Problèmes à résoudre/ contraintes/ limites.....	19
B. Réalisation de la mission.....	20
Mission 4 - Participation au cahier des charges.....	21
A. Présentation de la mission.....	21
Contexte professionnel de la mission.....	21
a) Documents/ Matériel/ Logiciel fournis : .....	21
b) Objectifs.....	21
B. Réalisation de la mission.....	21
<b>Évaluation des réalisations et des compétences mobilisées.....</b>	<b>22</b>
1 - Adéquation du travail.....	22
2 – Compétences mises en œuvre.....	22
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>23</b>
<b>GLOSSAIRE.....</b>	<b>24</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE &amp; WEBOGRAPHIE.....</b>	<b>24</b>
<b>ANNEXES.....</b>	<b>25</b>

## Remerciements

Avant d'entrer dans le vif du sujet, je tenais à remercier M. Vincent ROQUE qui a été un tuteur de stage très pédagogue et très animé par son métier. Il a su maintenir mon appétence envers le métier de data scientist tout en m'apprenant beaucoup de choses, effectivement, faire part d'un début de processus nous permet de bien « mettre de sa tête » dans tous les domaines. Je tiens aussi à remercier les équipes Golfy pour leur bienveillance et leur sympathie, ça m'a fait passer de bons moments.

Je tiens également à remercier l'EPSI, plus particulièrement son ancienne directrice Mme Sylvie MALEZIEUX, qui par son accord à l'attribution d'une bourse d'étude, m'a permis de poursuivre mes études. Bien entendu, l'ensemble des équipes de l'EPSI ne restent pas à part, elles m'ont transmis beaucoup de savoir-être, de savoir-faire et de connaissances en seulement quelques mois. Cette culture d'entreprise m'a aussi énormément aidé à m'intégrer dans cette entreprise.

# I. INTRODUCTION

Je suis Yousra ZAABAT, étudiante à EPSI Montpellier afin de réaliser le parcours qui me mène au métier qui m'aspire tant : Data Scientist. Dans ce cursus, je prépare également le BTS SIO option SLAM. C'est donc dans ce cadre que je dois réaliser plusieurs semaines de stage.

Concernant la recherche de cette expérience, j'ai beaucoup cherché l'entreprise qui proposerait des missions autour de la donnée. Ce qui n'est pas chose gagnée lorsque l'on est en première année. Par mon parcours de vie antérieur, j'ai déjà de l'expérience en entreprise, mais les qualifications sont toutes autres. Par chance, l'EPSI a organisé un forum stage où j'ai pu faire un entretien avec Vincent ROQUES, représentant l'entreprise Golfy lors de cette rencontre, qui deviendra par la suite mon tuteur de stage du 21 mai 2024 au 05 juillet 2024.

## A. L'entreprise

Golfy est une entreprise basée sur Baillargues fondée par Alain JEANJEAN en réponse au succès du sport du golf ainsi que la multiplication du nombre de terrains de golf en Europe (environ 450) dans les années 1990. Depuis sa création, elle partage les valeurs d'entraide et d'équipe.

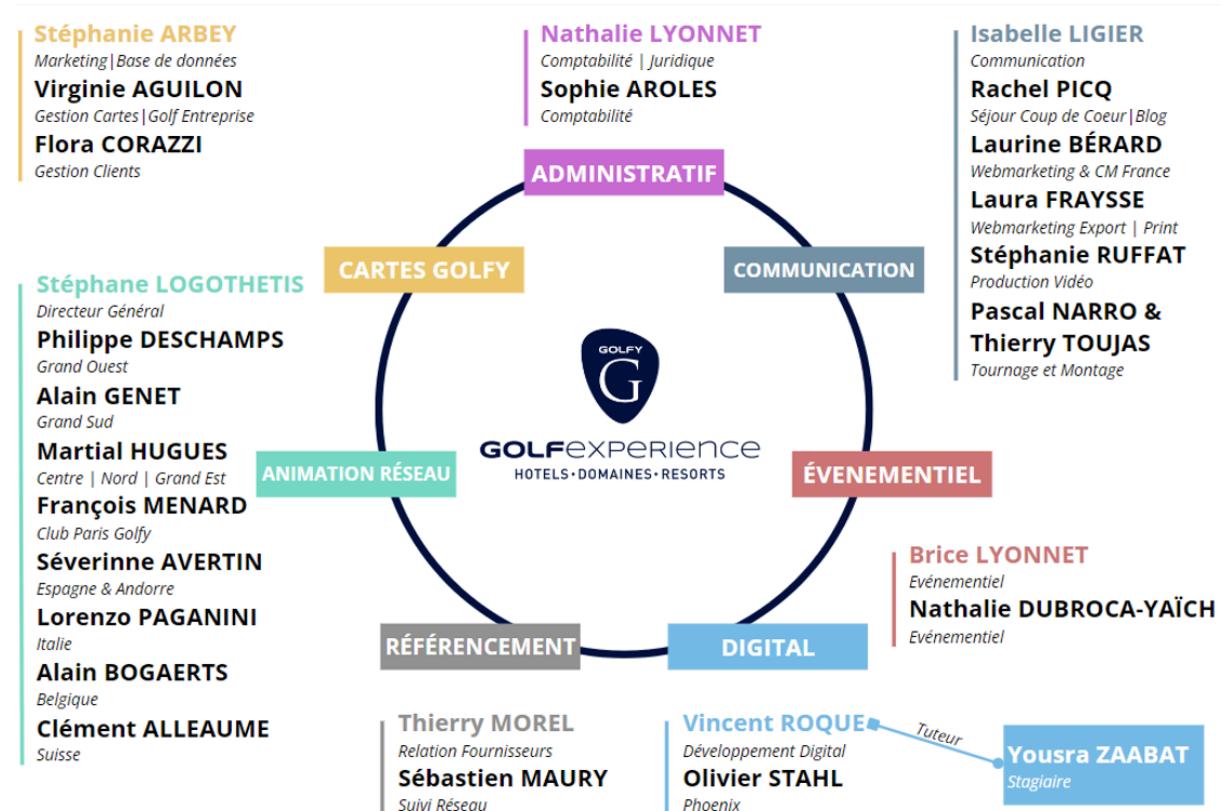
C'est en 1992 que la première carte de fidélité a été créée et que la première édition du guide Golfy a été imprimée, guide qui permet de référencer tous les golfs partenaires.

Du côté des clients, les **Golfystadors**, l'objectif de Golfy est de leurs proposer une expérience golifique complète en leur permettant de réserver un séjour complet autour du golf : C'est **Golfy Expérience**, développé afin d'organiser ces réservations. C'est un programme qui réunit des partenaires (Hôtels, restaurants, Bonnes adresses, ...) qui sont affiliés aux golfs du **Réseau Golfy**. Tous ces établissements permettront d'enrichir l'expérience golifique des Golfystadors.

*Golfy est rachetée cette année par Stéphane LOGOTHETIS, PDG de CAHPP une entreprise qui prodigue un accompagnement personnalisé pour les entreprises de santé. Ce rachat d'entreprise s'explique par la clientèle qui est assez similaire.*

L'entreprise est composée d'une équipe de 26 personnes réparties segmentées comme suivant : Les Responsables Régionaux, le Club Paris Golf, l'Équipe Cartes, l'Équipe Digital, l'Équipe Communication, l'Équipe Golfy TV, l'Équipe Centrale de référencement, l'Équipe Événementiel, l'Équipe Administratif et l'Équipe export.

Par cette répartition, Golfy assure son statut d'entreprise et est présent dans divers domaines qui permettent leur développement de manière homogène.



En plus de ses équipes, Golfy regroupe une filiale de **BeAble** qui est spécialisée dans le développement de solutions digitales comme le **CRM de Golfy**. Ils sont 3 collaborateurs au sein des bureaux Golfy sous la forme d'employés d'une société coopérative ouvrière **Phoenix**.



**PHÖNIX**

## 1. Réseau Golfy et segmentation

Golfy, c'est :

- 52000 clients ;
- 177 golfs partenaires en Europe (Espagne, Italie, Belgique et France) ;
- 180 hôtels partenaires en Europe ;
- 60 Bonnes adresses (en cours de développement).

Mais c'est aussi :



### **Golf Club Paris Golfy : 8 Golfs**

Créé en 2014 c'est une section qui vise les Golfystadors de la région parisienne. C'est le regroupement de golfs réceptifs aux conditions Golfy (tarification Golfy et pas d'avantage client de leur part).



### **Golf Hôtel Partenaire : 89 Golfs**

Cette catégorie répertorie tous les golfs partenaires ayant plus de 8 trous sans hébergement sur site, mais disposant d'un Hôtel partenaire à proximité.



### **Golf Domaine : 20 Domaines**

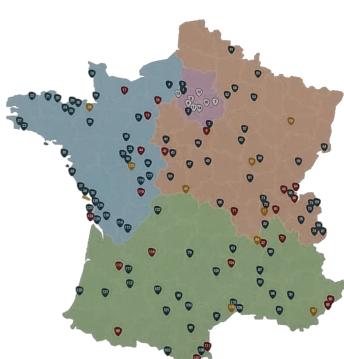
Cette catégorie répertorie tous les golfs partenaires ayant plus de 8 trous avec un hébergement hôtelier sur site de 3 étoiles minimum.



### **Golf Resorts : 14 Resorts**

Cette catégorie répertorie tous les golfs partenaires ayant plus de 17 trous avec un hébergement hôtelier sur site de 3 étoiles minimum et au moins deux activités annexes.

*Afin de mieux se développer, plusieurs responsables se voient attribuer une zone en France ou alors au reste de l'Europe:*



**Alain GENET** dirige la région **GRAND SUD** du réseau Golfy. C'est 37 Golfs Partenaires dont 13 Domaines, ainsi que 31 Hôtels Partenaires;

**Philippe DESCHAMPS** dirige **GRAND OUEST** avec ses 40 Golfs Partenaires dont 8 Domaines et 40 Hôtels Partenaires;

**Martial HUGUES** dirige **GRAND EST**, 38 Golfs Partenaires dont 10 Domaines et 32 Hôtels Partenaires;

**François MÉNARD**, **CLUB PARIS GOLFY**, réunissant 8 Golfs Paris Golfy.

Concernant l'Europe nous avons également:

**Séverine AVERTIN** qui est à la charge de 28 Golfs Partenaires dont 9 Domaines ainsi que 17 Hôtels Partenaires sur le **Réseau Golfy Espagne**;

**Lorenzo PAGANINI**, est à la charge du développement de 15 Golfs Partenaires dont 6 domaines et 5 Hôtels Partenaires sur le **Réseau Golfy Italie**;

Puis enfin, **Alain BOGAERTS** affilié aux 3 Golfs Partenaires du **Réseau Golfy Belgique**.

*Voir Annexe page 25 l'ensemble du Réseau Golfy*

## 2. Service Marketing et Cartes

Les statistiques Golfy sont issues des données concernant la fidélité des **Golfystadors**. Des Yards sont cumulés et ensuite échangés avec des **Cadeaux Golfy**.

Il y a 2 choix de programme de fidélité (Dans l'analyse de données sur CRM, on parle de couleur et non de type de carte.) : la couleur **Platine** et **l'Indigo**. Pour les porteurs de la Carte Indigo, 1 € dépensé = 2,5 Yards. Pour les porteurs de la Carte Platine, 1 € dépensé = 5 Yards.

Le Golfystador peut amener un partenaire dans chaque destination et permet également d'obtenir une remise de 30% sur l'achat de **Green-fees** dans les **Golfs Partenaires** du Réseau. Un programme poussant les clients à se déplacer au sein des Golfs Partenaires du Réseau afin de cumuler des étoiles fictives, dans le but d'obtenir différents cadeaux.

*Voir le programme de fidélité en Annexes pages 26 et 27.*

Golfy garde aussi un contact très précieux avec ses clients, et leur propose la possibilité de suivre les actualités du Réseau via plusieurs Guides/Manuels de saison.

Parmi eux figurent:

-**Le Guide Annuel du Golf Stador** regroupe des Golfs et **Hôtels Partenaires** de Golfy voire les informations en rapport avec les cartes.

-**Le Livret Cadeaux Golfy** répertorie tous les cadeaux disponibles en échange de **Yards**.

-**Le Livret des cartes Golfy** présente toutes les spécificités en rapport avec la vente de cartes, ses avantages, son prix , ...

La communication chez Golfy est centrale pour la promotion de la marque sur tous les supports. L'équipe communication collabore avec tous les services de l'entreprise, des régionaux aux golfs et se concentre sur les supports digitaux comme le site internet et les réseaux sociaux. Elle gère les réseaux sociaux, les visuels pour les compétitions, les logos pour les nouveaux segments, le référencement et les traductions multilingues.



Le blog "**Blog by Golfy**" partage les informations du réseau et valorise les partenaires. Les clients peuvent s'abonner aux newsletters mensuelles "**Golf Expérience**", envoyées à plus de 100 000 adresses. Golfy compte une communauté de plus de 30 000 personnes, 30 000 utilisateurs de l'application mobile, et 2 millions de visites annuelles sur le site internet.



Le service Communication de Golfy inclut Golfy TV, qui propose des contenus audiovisuels sur sa chaîne YouTube, comme des vidéos de présentation et des focus sur les compétitions. En partenariat avec CANAL+ et Golf+, Golfy TV diffuse l'émission **EasyDriver** avec Thomas Séraphine, qui visite les plus beaux parcours du réseau et rencontre des personnalités locales. Les premiers épisodes sont disponibles sur YouTube.

*Voir Annexe page 28*



Le service événementiel de Golfy joue un rôle clé dans la fidélisation des clients, avec des événements majeurs destinés aux clients, est inclus des compétitions comme la **GOLFYSTADOR WEEK** qui permet de découvrir différents parcours du réseau dans une même région.

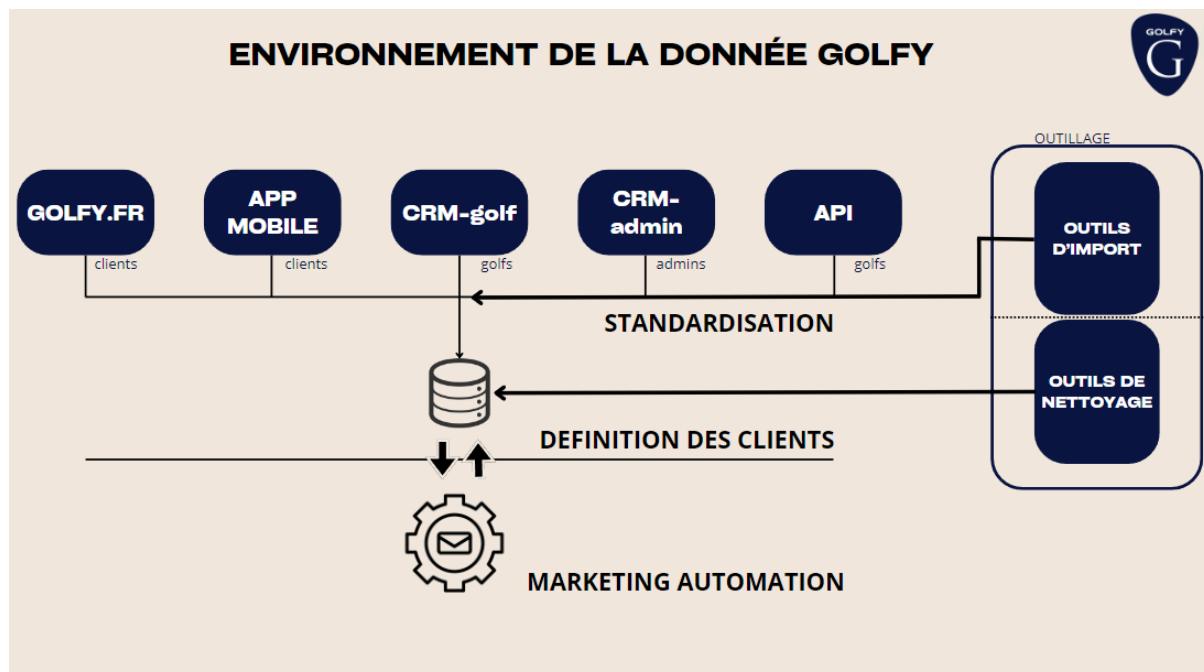


Instauré en 2021, **GRIPRESA** est une valeur ajoutée pour Golfy. Mis en place par Vincent ROQUE, ce logiciel permet aux membres de réserver en ligne des parcours sur certains golfs du réseau.

Actuellement, Golfy dispose de Sponsors, assurant le bon développement du Réseau et des activités de Golfy. *Voir l'ensemble des sponsors du dernier évènement Annexe page 28*

## B. Le contexte du stage

Comme présenté juste avant, Golfy est une vieille entreprise. Elle possède alors une base de données qui a subi plusieurs migrations. De ces dernières, s'en suivent plusieurs problèmes. Ma mission a été de faire l'état des lieux de la manière par laquelle les données sont saisies ainsi que de voir plus précisément les impacts réels de ces dernières dans la base de données.



Je présente donc suivant ce schéma, le travail que j'ai fourni, de tous les canaux (golfy.fr, CRM golfy, ...) et est issu une donnée qui doit être traitée afin de pouvoir être utilisée dans un environnement WebMarketing avec du Marketing Automation.

Dans un premier temps, je traiterai l'état des lieux des canaux je ferai par la suite, l'analyse des données afin de proposer des scripts permettant de régler la plupart des problèmes soulevés.

# DÉVELOPPEMENT

## Mission 1 - État des lieux des canaux

### A. Présentation de la mission

#### 1 - Contexte professionnel de la mission

Après une semaine d'intégration, il est temps de passer à l'œuvre. Je dois vérifier pour chaque endroit dans les "canaux" (site ou alors CRM) quels sont les soucis ainsi que les répertorier.

##### a) Documents/ Matériel/ Logiciels fournis :

- Un ordinateur portable prêt à l'emploi
- Liens et codes d'accès au CRM Golfy (Base de donnée)
- Base de données (environ 4Go)
- MySqlWorkbench, PhpMyAdmin, VisualCode Studio
- Schéma avec l'ensemble des canaux de golfy

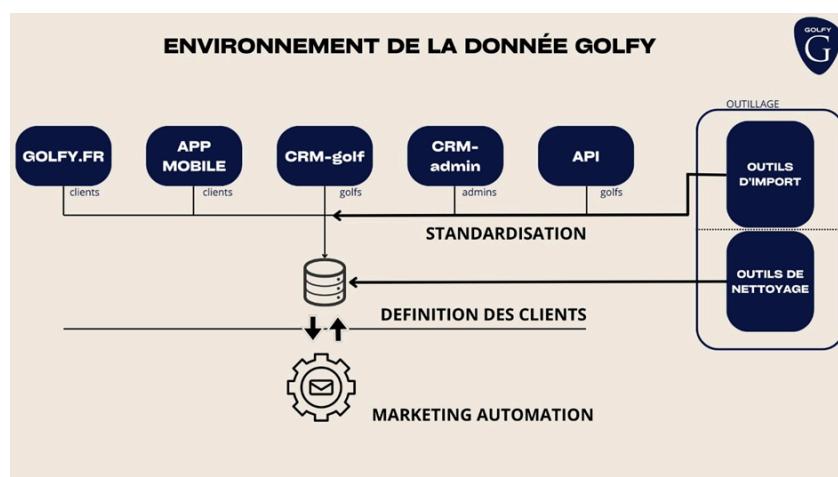
##### b) Objectifs

Identifier les manquements fonctionnels dans la base de préproduction.

##### c) Mission détaillée et réalisation

J'ai réalisé un document contenant l'ensemble des problèmes sur chacun des canaux. Voici son contenu:

Le système collecte les données des clients via différents canaux :



Formulaire d'inscription Golfy.fr

### A l'inscription : dans le formulaire via site golfy.fr

**Étape 2/5 – Votre compte Golfy**

Veuillez vérifier vos informations

 x@xx	
 Telephone fixe	
 Telephone mobile	
 votre adresse	
 Code postal	Ville
 Votre profession	
 jj/mm/aaaa	

Bienvenue parmi nos membres du Réseau Golfy

Précédent
Continuer

### **Étape 2/5 - Votre compte Golfy**

- La civilité doit être mise à jour. (Enlever **Mademoiselle**, ajouter **Autre**) ;
- Le code postal doit être relié à la ville et au pays : Demander le pays puis le CP puis la Ville ;
- L'email doit avoir un format d'email ;
- Ne pas pouvoir copier-coller le mail/mdp dans confirmation mail/mdp..

### Lors de l'achat d'un abonnement (devenir client) :

**Étape 3/5 – Options**

**Choix des green fees offerts \***

*\* Green-fees échangeables, sous réserve de stock disponible, jusqu'à 1 mois avant la date d'échéance. A classer par ordre de préférence. Réception par mail.*

1	ABLEGES	▼
2	ABLEGES	▼

**Ajoutez une observation**

*Vous pouvez préciser ici toute demande spécifique pour Golfy. Ces informations sont des précisions à fins de traitement administratif ne pouvant impliquer un engagement contractuel de réalisation de service.*

Précédent
Continuer

La seule condition est un format de mail valide ;

- Date de naissance sans condition (être né en 2222 ou aujourd'hui n'empêche pas le passage au paiement) ;
- Les deux choix de green fees par ordre de préférence peuvent être identiques ;
- On ne sait pas quelle est l'erreur (côté utilisateur).

### Demande de devis séjours :

Le formulaire est identique à celui pour création de compte via golfy.fr

## Création de compte GRIPRESA :

### CRÉER UN COMPTE UTILISATEUR

#### INFORMATIONS PERSONNELLES

Prénom \*

Nom \*

#### INFORMATIONS DE CONNEXION

Email \*

Mot de passe \*

Confirmer le mot de passe \*

Le mot de passe doit respecter les règles suivantes :

- doit contenir au moins 8 caractères
- doit contenir une majuscule, une minuscule, un nombre et un caractère spécial

J'ai lu et j'accepte les [Conditions générales de réservation](#) ainsi que les [Mentions légales](#)

**CRÉER UN COMPTE**

[Créer avec mon compte Golfy](#)

Le mail est à formater, il prend en compte le mail que s'il y a un « @ » rien d'autre (pas de « .fr » par exemple ).

### *Formulaire de réservation de compétition*

## Compétition Préinscription :

Information identique au formulaire d'inscription, le deuxième formulaire est sans format non plus: On peut ne pas saisir de numéro d'adhérent, l'email est mal vérifié côté utilisateur.

Lorsqu'on met un caractère autre qu'un chiffre, le numéro adhérent et le nombre d'index se mettent à 0 sans indiquer que ça été modifié pour telle raison.

## Formulaire de création de carte CRM

### Golf - Ajout prospect via CRM :

The screenshot shows a web-based CRM interface for adding a new prospect. It consists of two main panels:

- Étape 1 - Recherche:** This panel contains fields for Name, First name, Date of birth (format jj/mm/aaaa), and Zip code. A note at the top says: "Veuillez rentrer ces informations afin de vérifier si le client n'existe pas déjà." Below the fields is a "Rechercher" button.
- Étape 2 - Utiliser un compte existant:** This panel displays a table with columns: N° carte, Nom, Prénom, Anniversaire, Code postal, Ville, Pays, Email. A note at the top says: "Veuillez utiliser un compte existant si celui-ci existe, ou créer un nouveau." Below the table is a note: "Veuillez remplir les informations du client". At the bottom right of this panel is a "Créer un nouveau +" button.

### Étape 1 - Recherche

Veuillez rentrer ces informations afin de vérifier si le client n'existe pas déjà.

**Nom/Prénom** : Doivent être au format chaîne de caractères, pas en nombre et caractères spéciaux; Pour formater, lors de la saisie, le premier caractère du prénom ainsi que le nom se mettent en majuscule automatiquement (rendant l'accentuation facultative).

**Date de naissance** : Doit être inférieur à Now-18y; Doit être au format jj/mm/aaaa;

**Code postal** : Doit exister, avoir une longueur de 5 caractères ou 2 (2B pour Bastia par exemple).

### Étape 2 - Utiliser un compte existant

Veuillez utiliser un compte existant si celui-ci existe, ou créer un nouveau.

**Numéro de carte** : Doit être un nombre naturel avec au minimum 5 chiffres. (Formatage fortement déconseillé car Primary key.)

**Nom/Prénom** : Identique à [Étape 1](#).

**Anniversaire** : Doit être inférieur à Now-18y ; Doit être au format jj/mm/aaaa

**Code postal** : Doit exister (Recherche<sup>1</sup>), avoir une longueur de 5 caractères ou 2 (2B pour Bastia par exemple).

**Ville** : Doit exister (Liste déroulante de villes<sup>1</sup>), Ne doit pas contenir de Nombres.

**Pays** : Doit exister (Liste déroulante de pays<sup>1</sup>), Ne doit pas contenir de Nombres

<sup>1</sup> : Le mieux serait de saisir Pays à CP à Ville et chacun en fonction du précédent.

**Titre** : Renommer « Civilité »; Enlever Mlle

**Nom & Prénom** : Rien à changer (Du moment où c'est bien saisi avant, à Peut-être la possibilité de modifier afin d'éviter de retourner à la page précédente et de refaire l'[Étape 1](#).)

**Email** : Doit respecter format mail ----@--------

**Téléphone** : - Doit être un entier de 10 caractères ; Ajouter un indicatif juste avant.

**Adresse** : Imposer le Google search (griser ensuite les champs saisis automatiquement).

**Numéro de licence** : Doit avoir 9 caractères. Ne pas contenir d'autre type que nombre dans le champ de saisie.

### Golf - Ajout Client – Indigo / Platine via CRM :

Renvoie au même formulaire que les prospects, la seule différence entre un client et un prospect ici est que le format du mail est vérifié avant de cliquer sur. Il n'est pas totalement vérifié. « a@a » fonctionne ET si une adresse mail déjà existante dans la base est saisie, cela fonctionne aussi. De même avec les numéros de téléphone.

Généralement, c'est un site bien fonctionnel. Le seul bémol, c'est que les champs de saisie sont libres et permissifs. Comme dans la BDD les données sont vérifiées, cela crée des trous pour les données mal saisies. Il faut moins de tolérance.

### CONCLUSION

**Mettre en place des validations plus strictes** : Ajouter des contrôles de saisie pour vérifier que les champs essentiels ne sont pas laissés. Ne pas pouvoir valider le champ avant une bonne saisie.

**Ajouter des messages d'erreur clairs** : Informer les utilisateurs lorsque des champs obligatoires ne sont pas remplis ou mal remplis.

<https://crm.golfy.preprod.phoenix.bzh/#/admin/treatment-log>

<https://www.golfy.preprod.phoenix.bzh/mon-compte/#!/summary>

<https://www.golfy.preprod.phoenix.bzh/mon-compte/#!/information>

<https://www.golfy.preprod.phoenix.bzh/mon-compte/#!/yards>

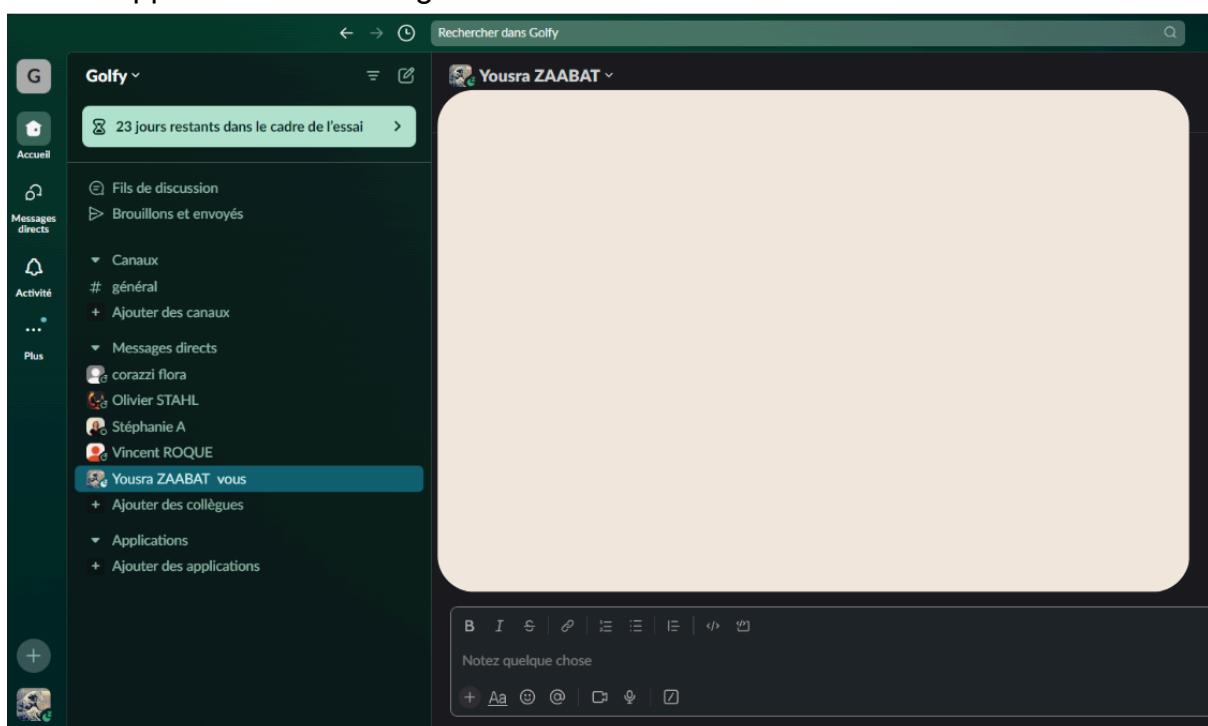
## 2 - Problèmes à résoudre/ contraintes/ limites

Cette tâche ne m'a pas donné tant de mal que ça, j'ai facilement repérer où étaient les informations que je cherchais.

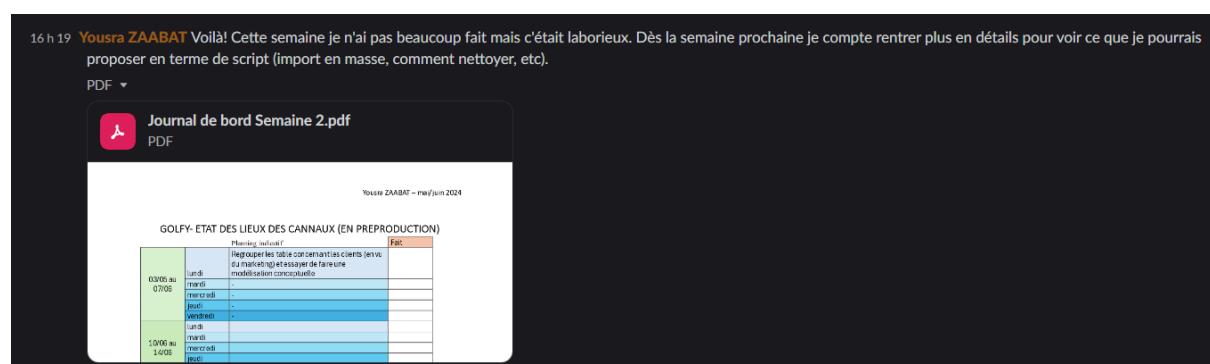
## B. Démarche suivie pour effectuer ces missions

*Processus suivi - méthode & Organisation des missions*

Chaque 2 semaines les responsables mettent à jour leur avancée, personnellement, j'envoie chaque semaine (au départ puis ensuite un rapport final) un document récapitulatif de ce que j'ai fait durant la semaine à mon tuteur de stage via une application de messagerie **Slack** :



Le matin je planifie ce que je vais faire durant la journée, je le dis de vive voix à mon tuteur, ainsi je commence mes tâches quotidiennes. J'inscris tous sur mon journal de bord que j'utilise pour faire les comptes rendus hebdomadaires.



Planning hebdomadaire		Fait
Régroupes les table concernant les clients (envie ou marketing) et essayez de faire une modélisation concrète		
06/06 au 07/06	Lundi mardi mercredi jeudi vendredi samedi dimanche	
10/06 au 11/06	mardi mercredi jeudi	

## Mission 2 - Vérification de la cohérence globale des données

### A. Présentation de la mission

#### 1 - Contexte professionnel de la mission

Avant d'avoir accès à la base de données, j'ai de mon côté essayé de comprendre quelles étaient les tables à simple vue des formulaires du site. Ensuite, une semaine plus tard, j'ai eu accès à cette dernière. J'ai listé des problèmes engendrant des mauvaises lignes dans la BDD.

##### a) Documents/ Matériel/ Logiciels fournis :

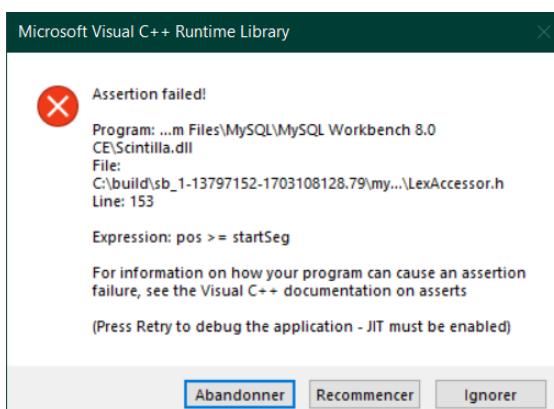
- Logiciel Workbench, phpMyAdmin, DbSchema
- Un ordinateur portable prêt à l'emploi
- Base de données (environ 4Go)

##### b) Objectif

Pour une structuration et nettoyage de la base de données, vérifier la cohérence globale des données, en utilisant SQL.

#### 2 - Problèmes à résoudre/ contraintes/ limites

J'ai eu du mal à exploiter autant de données, 4 Go c'est énorme pour des logiciels courants. J'ai donc partitionné le document afin qu'il soit moins lourd et fait des requêtes d'insertion par 100 requêtes à la fois, j'ai en quelque sorte bricolé une base beaucoup plus légère sur laquelle je pouvais travailler. Elle ne contenait que les tables qui m'étaient utiles dans l'analyse des données clients.



*\*Message d'erreur indiquant l'impossibilité pour le logiciel de tout faire tourner d'un coup (4Go).*

L'environnement de données était très complexe à mon niveau, mais en relisant plusieurs fois et en posant beaucoup de questions, j'ai bien saisi la structure en peu de temps, ce qui m'a permis de m'avancer sur mes tâches.

J'ai constaté que la complexité d'une requête avait ses limites, même si j'ai pu en exploiter beaucoup de fonctions nouvelles pour moi.

J'ai normalement aucun mal à rédiger des comptes rendus, hors dans le cadre d'une entreprise, j'ai bien compris qu'ils devaient être rédigés en temps réel.

## B. Démarche suivie pour effectuer cette mission

*Processus suivi - méthode & Organisation des missions*

J'ai eu une entrevue avec Stéphanie ARBEY, responsable de la donnée. En discutant avec elle, j'ai bien compris quels étaient les objectifs de mon intervention. le "Pourquoi du comment". Après avoir tout bien listé ensemble, j'ai commencé à faire des requêtes qui cherchaient la donnée dont on avait besoin.

## C. Réalisation de la mission

### 1- Justification de solution retenue

Je me suis beaucoup documentée sur l'utilisation de Workbench, mais j'ai fini par utiliser DbSchema que j'ai relié à ma base de données sur phpMyAdmin.

Workbench ne faisait pas tourner la base de données intégralement, avec phpMyAdmin à qui je suis déjà familiarisé par ma formation antérieure et actuelle, j'ai pu bricoler une donnée identique à celle de golfy en local pour éviter tout problèmes. C'est pour cela que j'ai finalement utilisé PhpMyAdmin ainsi que DbSchema qui sert à visualiser les tables dans un autre écran de manière plus intuitive. DbSchema est lié à phpMyAdmin via Wampserver et un Mapping.



## 2- Étapes essentielles

J'ai parcouru dans un premier temps l'ensemble des tables:

phpMyAdmin

Serveur courant : MySQL

Récentes Préférées

Filtres

Contenant le mot :

Table	Action	Lignes	Type	Interclassement	Taille	Perte
activityarea		59	InnoDB	latin1_swedish_ci	16,0 kio	-
address		~671 482	InnoDB	utf8mb3_general_ci	63,1 Mio	-
capgolf		973	InnoDB	utf8mb3_general_ci	224,0 kio	-
capgolfagent		969	InnoDB	utf8mb3_general_ci	176,0 kio	-
capgolfold		218	InnoDB	utf8mb3_general_ci	112,0 kio	-
card		~211 382	InnoDB	utf8mb3_general_ci	54,6 Mio	-
city		~85 902	InnoDB	utf8mb3_general_ci	15,1 Mio	-
customer		~337 446	InnoDB	utf8mb3_general_ci	65,1 Mio	-
customersearch		~321 985	InnoDB	latin1_swedish_ci	203,0 Mio	-
department		271	InnoDB	latin1_swedish_ci	80,0 kio	-
email		~214 071	InnoDB	utf8mb3_general_ci	34,6 Mio	-
importprospect		67	InnoDB	latin1_swedish_ci	16,0 kio	-
language		28	InnoDB	utf8mb3_general_ci	16,0 kio	-
mail		~535 158	InnoDB	latin1_swedish_ci	384,8 Mio	-
phone		~765 764	InnoDB	utf8mb3_general_ci	55,1 Mio	-
profession		101	InnoDB	utf8mb3_general_ci	16,0 kio	-
region		60	InnoDB	latin1_swedish_ci	32,0 kio	-
user		1 353	InnoDB	utf8mb3_general_ci	144,0 kio	-

Console de requêtes SQL

~3 147 289 MyISAM utf8mb4\_unicode\_ci 876,2 Mio 0 o

Et j'ai vu qu'il y avait beaucoup de "trous" dans la donnée à l'aide de requêtes SQL (que je ne peux divulguer pour des raisons de protection de données).

J'ai aussi fait un rapport avec toutes ces données où je comptais le taux de mails/numéro de téléphone invalide, ...

Par exemple, le nombre de prospects sans adresse mail valide: des champs vides ou NULL

## Mission 3 - Rédaction de scripts

### A. Présentation de la mission

#### 1 - Contexte professionnel de la mission

Une fois que je sais récupérer la donnée qu'il y a à traiter, reste à faire des scripts qui met à jour cette donnée ou alors la supprime (en cas de doublon par exemple)

##### a) Documents/ Matériel/ Logiciels fournis :

- Un ordinateur portable prêt à l'emploi
- Base de données (environ 4Go)

##### b) Objectifs

Préparer des scripts pour dédoublonner et compléter les informations manquantes dans la base réelle.

##### c) Mission détaillée

Préparer des scripts à exécuter sur la base réelle pour dédoublonner la base efficacement et remplir les informations manquantes.

#### 2 - Problèmes à résoudre/ contraintes/ limites

J'ai eu du mal à choisir mes outils de développement, j'avais mal saisi cette mission, il fallait faire un script SQL afin de l'insérer dans un outillage. J'ai perdu du temps dans la confection de l'outillage (J'ai quand même revu comment faire un formulaire en Flask ça n'était pas inutile.)

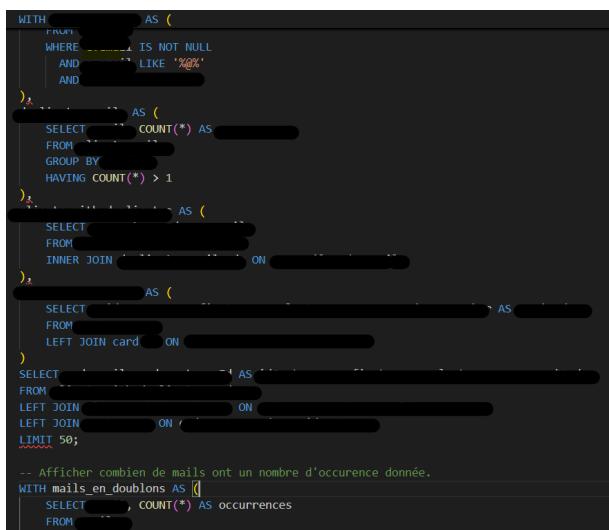
## B. Réalisation de la mission

Voici ce sur quoi je m'étais lancée: en Flask

```
@app.route('/connect', methods=['POST'])
def connect():
    user = request.form['user']
    password = request.form['password']
    host = request.form['host']
    database = request.form['database']
    config = {
        'user': user,
        'password': password,
        'host': host,
        'database': database
    }
    try:
        conn = mysql.connector.connect(**config)
        cursor = conn.cursor()
        cursor.close()
        conn.close()
        session['config'] = config
        flash('Connexion réussie !', 'success')
        return redirect(url_for('dashboard'))
    except mysql.connector.Error as err:
        flash(f'Erreur de connexion: {err}', 'danger')
        return redirect(url_for('index'))
```

Puis par la suite des requêtes SQL afin de nettoyer les mails vides par exemple

```
DELETE FROM email WHERE (email IS NULL OR
email = '' OR LENGTH(email) < 7);
```



J'ai regroupé l'ensemble des scripts dans un fichier que j'ai envoyé au développeur de Golfy pour qu'il s'en serve d'appui.

Ce sont des prestataires qui n'ont pas forcément le temps de se concentrer sur ce genre de détail. J'ai pointé du doigt ce que Golfy attendait très explicitement (jusqu'au code) puis après correction peut-être, ces scripts pourraient prendre part au nouveaux outillages prévus.

## Mission 4 - Participation au cahier des charges

### A. Présentation de la mission

#### Contexte professionnel de la mission

Lors de mon premier jour de stage, j'ai participé à la présentation de Actito et Datacadabra, il n'y avait pas qu'eux qui attendaient une réponse afin de savoir s'ils allaient s'occuper du Marketing automation de la donnée Golfy.

*Voir Annexes page 29 et 30*

#### a) Documents/ Matériel/ Logiciel fournis :

- Guides et Cahier des charges
- GOLFY\_Marketing\_digital\_-\_Grille\_de\_sélection\_des\_solutions\_v0.2.xls

#### b) Objectifs

Construction d'un écosystème DATA MARKETING :

- Participer à la construction de l'écosystème DATA de Golfy.
- Aider à la rédaction d'un cahier des charges.

### B. Réalisation de la mission

Documentation fonctionnelle et technique du produit	
Indiquer la liste des supports disponibles, ainsi que les langues correspondantes	
Sous quel format sont-ils disponibles et pour quelles versions sont-ils disponibles	
Le manuel utilisateur détaille-t-il les fonctionnalités de manière exhaustive ?	
Le manuel utilisateur est-il mis à jour à chaque version du logiciel ?	
Y a-t-il une aide en ligne ?	
Dans quelles conditions ces éléments sont-ils fournis ?	
Proposez-vous des procédures techniques d'installation, d'exploitation et de reprise sur incident ?	
Proposez-vous des manuels de développement, de paramétrage, d'évolution, d'administration, d'exploitation ?	
Proposez-vous un modèle conceptuel de données ?	C'est à Golfy d'indiquer son MCD après nettoyage de la BDD
Cette documentation est-elle systématiquement envoyée lors de la mise à jour de la solution ?	
Animez-vous une communauté d'utilisateurs et/ou de développeurs ? Dans quelles modalités ?	
Proposez-vous des galeries de bonnes pratiques pour l'utilisation optimale de la solution ?	
Comment sont gérées les mises à jour de la documentation fonctionnelle et technique en fonction des évolutions de la solution ?	

Retenant le cahier des charges qui liste les attentes des solutions WebMarketing, j'ai relu le Document .xls que Vincent.R envoyait aux prestataires prétendant. J'y ajoutais, enlevais, modifiais, sous forme de suggestion (en surbrillance colorée juste en bas de la cellule concernée et en commentant dans celle de droite, comme sur l'image ci dessus);

# Évaluation des réalisations et des compétences mobilisées

## 1 - Adéquation du travail

L'avant dernier jour de mon stage, j'ai présenté aux responsables mes observations sous forme d'une soutenance qui a duré à peu près une heure et qui a résumé tout ce que j'ai fait durant ces 7 semaines.

## 2 – Compétences mises en œuvre

Rétrospective des compétences exploitées :

Compétences mobilisées:

- **Adaptation:** J'ai dû m'adapter au matériel existant et aux logiciels gratuits qui n'offrent pas les mêmes fonctionnalités. J'ai dû m'adapter aussi à l'entreprise et son univers golfique que je ne connaissais pas. Il y a aussi eu une culture d'entreprise pour laquelle j'ai dû m'accorder.
- **Esprit d'équipe:** Valeur même de l'entreprise.
- **Organisation:** Savoir quoi faire et quand le faire est une des choses qui m'ont permise de ne pas être submergée par le travail.
- **Synthèse écrite/orale:** Afin de restituer le travail issus de mes missions, j'ai dû réaliser de multiples documents.
- **Concevoir une solution algorithmique:** Sous forme de script, ces solutions algorithmiques sont utilisables sur tous les logiciels prenant en compte le SQL, même adaptables pour l'utiliser en programmation impérative.
- **Amélioration d'une base de données:** Par ces scripts la qualité des données s'est améliorée, j'ai pu réduire les doublons et ainsi alléger la base de données existante. Je l'ai testé en local, reste à déployer

# CONCLUSION

Pendant ce stage, j'ai appliqué des concepts théoriques de ma formation (Marketing Digital, SEO, SMO, etc.), essentiels pour comprendre mes missions et leur importance stratégique. J'ai amélioré mes compétences techniques grâce à la veille technologique, découvrant de nouvelles fonctionnalités des langages utilisés. Travailler dans ce contexte professionnel m'a enrichi humainement et organisationnellement, nécessitant une adaptation à un nouveau fonctionnement et une nouvelle ambiance. J'ai acquis des compétences interpersonnelles, comme la communication, la collaboration et la gestion du temps, et appris à m'auto-évaluer et à identifier mes points forts et d'amélioration.

Je suis satisfaite du travail confié et des conditions de réalisation, avec des missions motivantes et des retours constructifs de mes supérieurs. Ce stage m'a préparée à affronter de futurs défis avec plus de confiance et de compétence. En résumé, cette expérience a renforcé mes connaissances théoriques, acquis de nouvelles compétences techniques, adapté à un nouvel environnement professionnel, et développé une approche stratégique de mon travail, jouant un rôle essentiel dans mon épanouissement personnel et professionnel.

Je pense qu'un prochain stage dans la même entreprise serait intéressant afin de voir la fin du processus que j'ai vu débuter. Je pense aussi que de découvrir une nouvelle entreprise plus accès développement m'intéresserait.

# GLOSSAIRE

**Base de données:** Un ensemble structuré de données stockées et accessibles électroniquement.

**CRM (Customer Relationship Management):** Système de gestion de la relation client utilisé pour suivre et gérer les interactions avec les clients et prospects.

**Déduplication:** Processus de suppression des doublons de données pour améliorer la qualité des informations.

**Flask:** Micro-framework web en Python utilisé pour le développement d'applications web.

**Golfy:** Réseau et entreprise centrée sur la gestion et la promotion de parcours de golf et d'événements associés.

**GRIPRESA:** Logiciel mis en place par Vincent ROQUE en 2021 pour permettre aux membres de réserver en ligne des parcours de golf.

**Marketing Automation:** Utilisation de logiciels pour automatiser les processus de marketing comme les campagnes par email, les réseaux sociaux, et les actions sur le web.

**MySQL Workbench:** Outil graphique pour la conception, le développement et l'administration de bases de données MySQL.

**PhpMyAdmin:** Outil d'administration de bases de données MySQL accessible via une interface web.

**SQL (Structured Query Language):** Langage de programmation utilisé pour gérer et manipuler les bases de données relationnelles.

**Visual Studio Code:** Éditeur de code source développé par Microsoft pour Windows, Linux et macOS, supportant le développement de multiples langages de programmation.

**WebMarketing:** Ensemble des techniques marketing utilisées sur Internet pour promouvoir des produits et services en ligne.

# BIBLIOGRAPHIE & WEBOGRAPHIE

**CRM Golfy. (s. d.). *crm.golfy.preprod.phoenix.bzh.***

<https://crm.golfy.preprod.phoenix.bzh>

**Gripresa (s. d.). site de réservation en ligne pour Golfy Experience**

<https://www.grip-resa.preprod.phoenix.bzh/enregistrement>

**Compétition (s. d.). site de réservation pour compétition**

<https://www.golfy.fr/>

**GOLFY\_Marketing\_digital\_-\_Grille\_de\_sélection\_des\_solutions\_v0.2.xls**

**Workbench (s. d.). Documentation**

<https://dev.mysql.com/doc/workbench/en/>

**Architecture\_digitale\_v0.5\_13-03-2024.pptx**

**Journal\_de\_bord\_Golfy.docx**

**Compte\_Rendu\_Golfy\_Yousra\_ZAABAT.docx**

# ANNEXES



**LA CARTE  
PLATINE  
+ 2 GREEN-FEES  
18 TROUS INCLUS<sup>(1)</sup>**

**228€**

**30% DE REMISE  
SUR VOS  
GREEN-FEES  
POUR VOUS ET VOTRE  
PARTENAIRE DE JEU**

**LA CARTE IDÉALE  
POUR LES MORDUS DE GOLF**

**REMISES**

- 30% SUR LES GREEN-FEES**  
Green-fees 18 trous dans les golfs 18 trous et green-fees 9 trous dans les golfs 9 trous.
- 25% SUR LES COUPS DE CŒUR**  
Profitez d'escapades golfitiques sur le Réseau à tarif préférentiel.
- LE MEILLEUR TARIF GARANTI SUR L'HÉBERGEMENT**  
dans une sélection d'Hôtels Partenaires, Domaines & Resorts Golfy pour le jour choisi au moment de la réservation.
- 5% DE REMISE SUPPLÉMENTAIRE**  
dans une sélection d'Hôtels Partenaires, Domaines & Resorts Golfy participant à l'opération (voir Golfy.fr).
- 10% DE REMISE CHEZ GOLF AT HOME**  
Commandez sur [www.golfathome.com](http://www.golfathome.com) avec le code : PLATINE10

**AVANTAGES**

- INVITEZ UN PARTENAIRE DE JEU**  
La carte Platine est nominative et vous en êtes l'unique titulaire. Toute personne qui se présente chez un partenaire avec votre carte aura droit à la remise liée à votre carte. L'invité peut être toujours le même ou tout autre, c'est à vous qui décidez ! En revanche, celle-ci ne peut prétendre à la remise si elle n'est pas présente. Pour l'hébergement, la remise s'applique au porteur de carte et à son accompagnateur s'ils partagent la même chambre.
- RÉSERVEZ VOS DÉPARTS EN LIGNE**  
Réservez vos green-fees dans plus de 60 Golfs Partenaires et réglez en ligne, tout en bénéficiant de vos remises sur Golfy.fr.
- DES YARDS SUR VOS VOYAGES**  
Cumulez des Yards auprès de nos partenaires Havas Voyages et MSC Croisières.
- LES BONNES ADRESSES**  
Cumulez des Yards auprès des Bonnes Adresses, nos partenaires à proximité des golfs pour une GolfExpérience enrichie.
- DES AVANTAGES EXCLUSIFS GOLFY**  
L'assurance de pratiquer le golf en toute sérénité. Sous réserve d'une carte active au moment du sinistre. Voir page 14.
- LE PROGRAMME DE FIÉLITÉ GOLFY**  
Cumulez des Yards pour vos achats<sup>(2)</sup> sur le Réseau, et échangez-les contre des cadeaux<sup>(3)</sup>.

(1) Non cumulable avec toute autre promotion ou remise. En cas d'achat dans un golf, l'achat devient le jour d'achat de la carte sur le golf où sont effectués les green-fees calculés à votre carte Golfy, valable 12 mois dans le golf Golfy de votre choix, hors golfs étrangers et Club Paris Golfy; avec les conditions de remise et de validité de la carte. (2) Achats réalisés dans les partenaires du réseau dans le golf Golfy de votre choix, hors golfs étrangers et club Paris Golfy. Hors membres des golfs Golfy, cartes offertes et bonus - (3) Voir page 12 - (3) Sous réserve de stock disponible.

# LES CARTES GOLFY

**Des réductions & avantages exclusifs**  
toute l'année et en illimité sur plus de 180 parcours et dans plus de 180 hôtels en Europe.

**Vivez le meilleur du golf**  
Gastronomie, culture, bien-être & découvertes... profitez de la GolfExpérience by Golfy !

**Une communauté de 53.000 golfeurs**  
Partagez vos expériences et bons plans.

Achetez votre carte Golfy Indigo ou Platine personnelle et valable 12 mois de date à date. Carte dématérialisée. Réservée aux + de 18 ans.

Bénéficiez de remises toute l'année et aussi souvent que vous le souhaitez.

Partez à la conquête de 180 parcours dans 5 pays d'Europe.

Cumulez des Yards lors de vos dépenses et échangez-les contre des cadeaux.

**OÙ ACHETER VOTRE CARTE ?**

à l'accueil de nos Golfs Partenaires, en France et en Europe.

par téléphone au +33 (0)4 67 91 25 35 du lundi au vendredi de 9h à 12h et de 14h à 17h.

24h/24 en ligne sur [www.golfy.fr](http://www.golfy.fr) ou sur l'app mobile.

**QUI SOMMES-NOUS ?**  
Golfy, c'est une aventure qui a débuté en 1990 avec pour mission d'accompagner les clubs indépendants dans leur développement, et de proposer aux joueurs des avantages et services pour leur faciliter la pratique du golf.  
Aujourd'hui, Golfy, est l'un des acteurs majeurs du parcours golfitique, avec 180 parcours en France, Belgique, Suisse, Espagne et Italie ; un vaste terrain de jeu pour les 53.000 porteurs de cartes Golfy en quête de découvertes. Avec une offre d'hébergement très large, les opportunités de découvrir de nouveaux parcours sont grandes, et peuvent renforcer de nombreuses activités complémentaires autour de nos Bonnes Adresses.  
Au-delà d'un simple parcours de golf, Golfy vous donne accès à un véritable parcours d'expériences.

**GOLFY S'ENGAGE**  
POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE & LA SANTE ENVIRONNEMENTALE.



**LA CARTE  
INDIGO**

**25% DE REMISE  
SUR VOS  
GREEN-FEES**

**LA CARTE INDISPENSABLE  
POUR DÉCOUVRIR LE RÉSEAU GOLFY**

**REMISES**

- 25% SUR LES GREEN-FEES**  
Green-fees 18 trous dans les golfs 18 trous et green-fees 9 trous dans les golfs 9 trous.
- 15% SUR LES COUPS DE CŒUR**  
Profitez d'escapades golfiques sur le Réseau à tarif préférentiel.
- LE MEILLEUR TARIF GARANTI SUR L'HÉBERGEMENT**  
dans les Hôtels Partenaires, Domaines & Resorts Golfy pour le jour choisi, au moment de la réservation.
- 7,5% DE REMISE CHEZ GOLF AT HOME**  
Commandez sur [www.golfathome.com](http://www.golfathome.com) avec le code : INDIGO75

**AVANTAGES**

- RÉSERVEZ VOS DÉPARTS EN LIGNE**  
Réservez vos green-fees dans plus de 60 Golfs Partenaires et réglez en ligne, tout en bénéficiant de vos remises sur Golfy.fr.
- DES YARDS SUR VOS VOYAGES**  
Cumulez des Yards auprès de nos partenaires Havas Voyages et MSC Croisières.
- LES BONNES ADRESSES**  
Cumulez des Yards auprès des Bonnes Adresses, nos partenaires à proximité des golfs pour une GolfExpérience enrichie.
- DES AVANTAGES SUR LES INTERRUPTIONS DE JEU**  
L'assurance de pratiquer le golf en toute sérénité.  
Sous réserve d'une carte active au moment du sinistre. Voir page 14.
- LE PROGRAMME DE FIÉLITÉ GOLFY**  
Cumulez des Yards pour vos achats<sup>(1)</sup> sur le Réseau, et échangez-les contre des cadeaux<sup>(2)</sup>.  
(liste des golfs participants à retrouver sur [Golfy.fr](http://Golfy.fr)).

(1) Voir page 12 - (2) sous réserve de stock disponible.

## Découvrez les Cartes Golfy

2 green-fees inclus

**INDIGO**

75 € par an

**PLATINE**

228 € par an

1 invité bénéficiant des mêmes remises



Remises sur les green-fees \*



25%

30%

Remises sur les séjours Coups de Cœur



15%

25%

Meilleur tarif garanti le jour de la réservation dans les Hôtels Partenaires et les Domaines Golfy

5 Yards / € dépensé

7,5 Yards / € dépensé

Les Rendez-Vous Platine : jusqu'à 50% de remise sur les green-fees



5% de remise sur le meilleur tarif garanti sur une sélection d'hébergements partenaires



Programme de fidélité : cumulez des Yards et échangez-les contre des cadeaux

+ de 200 cadeaux

+ de 500 cadeaux

Voyages Golf Havas Voyages

5 Yards / € dépensé

10 Yards / € dépensé

Validité 12 mois et en illimité



Prise en charge : interruption d'abonnement, remise à niveau et trou en un



\* La remise s'applique sur les green-fees 18 trous sur les parcours 18 trous, et sur les green-fees 9 trous sur les parcours 9 trous du Réseau Golfy.

Green-fees : tarifs remisés arrondis à l'euro le plus proche.

**COMMANDER**

**COMMANDER**

# LE GRAND .JEU



## Golfy

@golfy · 1,64 k abonnés · 375 vidéos

Le Réseau Golfy est le premier Réseau de golfs en France avec plus de 180 golfs partenaires...[plus](#)  
[facebook.com/GolfyReseau](https://facebook.com/GolfyReseau) et 2 autres liens

[S'abonner](#)



Mutuaide

groupe pomona



SRIXON



GÉRARD BERTRAND  
L'ART DE VIVRE LES VINS DU SUD



CAHPP  
Conseil et Référencement



Cleveland GOLF

DANONE

ASSUREVER

GOLF  
MAGAZINE

HAVAS VOYAGES

+ + +

# datacadabra

Offres ▾ Fonctionnalités ▾ Solutions ▾ Références Blog Contact Connexion

Nos solutions

## Par besoin

 Segmenter ses clients

 Améliorer la performance marketing

 Prédire l'attrition clients

 Proposer la bonne offre

 Comprendre le profil de ses clients

 Piloter son activité

 Identifier les zones géographiques les plus performantes

 Prévoir les volumes de ventes

 Mesurer la performance de son plan d'animation

 Comprendre la structure de sa base

 Modéliser les comportements clients

 Générer de la dataviz

 Définir des cibles pour ses opérations

Nos solutions

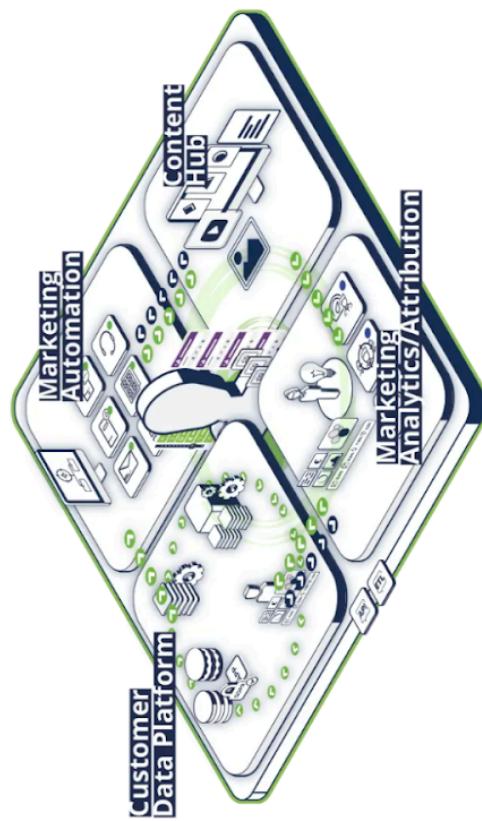
## Par profil

 Data scientists

 Experts marketing et CRM

# Les capacités clés d'Actito

**Exploitez l'ensemble de vos données** et offrez des expériences personnalisées tout le long du parcours d'achat. **Transformez chacun de vos clients en clients engagés** qui génèrent des revenus à long terme.



## Plateforme de Données Client (CDP)

Notre CDP va au-delà de la simple connexion de vos sources de données : elle vous offre **une compréhension complète de chaque client**. Utilisez cette connaissance pour créer des **campagnes ultra-personnalisées** qui stimulent l'engagement et **maximisent vos revenus**. Avec Actito, vous enrichissez votre connaissance client dès le premier jour et réalisez un retour sur investissement rapide.

## Marketing Automation

Grâce à l'union de notre CDP et du marketing automation, donnez une nouvelle dimension à vos campagnes multicanales. **Chaque canal devient un vecteur d'interaction personnalisée, enrichi en temps réel avec des données pertinentes**. Avec Actito, chaque interaction est une opportunité pour satisfaire vos clients et dépasser leurs attentes. Notre solution rivalise avec les géants du marché en termes de **puissance et de flexibilité**.

## Content Hub

Notre Content Hub est votre atelier de création de contenus personnalisés. **En un clic, personnalisez chaque élément de vos campagnes pour créer des expériences client uniques**. Avec Actito, vous avez le bon message, au bon moment, sur le bon canal. Facile à utiliser, Actito permet à vos équipes de déployer du contenu impactant sans effort.

## Marketing Analytics

Avec notre solution d'analytique marketing vous prenez le contrôle de votre stratégie. **Mesurez l'impact de vos actions, réalisez des tests A/B et affinez vos stratégies en temps réel**. Avec Actito, identifiez ce qui génère le meilleur ROI et restez toujours au plus près de vos clients. Ne suivez pas les tendances, créez-les. Notre outil d'analyse puissant vous offre des insights précieux pour un retour sur investissement rapide.

