



Lefebvre Dalloz réorganise la collecte des données et la gestion des tags pour répondre aux nouvelles exigences en matière de consentement de la collecte des données



Problématique

Remplacer un ensemble disparate d'outils « faits maison » de collecte de tags sur ses pages web par une solution plus efficace, afin de se conformer aux nouvelles réglementations.



Solution

Grâce à Tealium, Lefebvre Dalloz a créé une couche agnostique visant à harmoniser la collecte de données relatives aux visiteurs de sites Web, permettre un tagging plus efficace et se conformer aux nouvelles directives sur le consentement aux cookies.



Résultats

La société a mis en conformité la collecte des données et le consentement aux cookies sur plus de 60 sites Web en l'espace de trois mois seulement, afin de répondre aux nouvelles exigences imposées par les autorités françaises responsables de la protection des données.

Lefebvre Dalloz réorganise la collecte des données et la gestion des tags pour répondre aux nouvelles exigences en matière de consentement de la collecte des données.

Lefebvre Dalloz accompagne ses clients du secteur juridique ainsi que d'autres branches particulièrement réglementées grâce à des solutions à forte valeur ajoutée, telles que l'édition, la formation et les solutions logicielles. Le respect de la confidentialité des données demeure une priorité pour le leader européen dans le domaine des connaissances juridiques, fiscales et de conformité. Malgré cela, en 2020, un certain nombre d'outils « faits maison » étaient encore utilisés sur les sites Web de Lefebvre Dalloz, ce qui rendait la gestion des tags inefficace.

Face aux nouvelles recommandations, Lefebvre Dalloz n'avait que trois mois pour mettre à jour ses outils et processus de consentement aux cookies et ainsi se conformer aux nouvelles directives de la CNIL (Commission Nationale Informatique et Libertés). Pour y parvenir, la société a collaboré avec Tealium afin de remplacer en un temps record l'ensemble de ses outils inefficaces et bientôt non conformes, tout en rationalisant la collecte de données sur les visiteurs des sites Web et le tagging afin d'augmenter le nombre de clients potentiels sur ses sites Web.



Chez Lefebvre Dalloz, nous attachons beaucoup d'importance au respect de la réglementation des données et au consentement des utilisateurs. Pour respecter nos exigences très strictes en matière de conformité des données et répondre aux nouvelles directives françaises sur le consentement aux cookies, nous devons rapidement transformer nos outils de collecte de données et de consentement sur de nombreux sites Web. Notre collaboration avec Tealium nous a permis de remplacer l'ancien ensemble disparate d'outils de gestion des tags en un temps record, tout en améliorant notre système de gestion des données afin de tirer le meilleur parti des données que nos clients nous fournissent. »

Jean-Marie Noble

Lefebvre Dalloz — Responsable E-commerce et acquisition

Lefebvre Dalloz a pour la première fois fait appel à Tealium en 2018, en déployant le système de gestion des tags iQ de Tealium pour créer une couche agnostique unique sur ses différents sites Web, capable de regrouper les données collectées par différents outils. La société s'est ensuite appuyée sur ce système en déployant la Customer Data Platform (CDP) de Tealium et en choisissant de l'intégrer à la plateforme de gestion du consentement (CMP) de Didomi.



Désormais, nous sommes totalement conformes aux directives françaises sur le consentement aux cookies et nous pouvons mieux exploiter les données first-party. Cette transformation rapide n'a été possible que grâce au soutien sans faille de Tealium et Didomi, ainsi qu'à l'intégration simplifiée entre les deux systèmes. Ainsi, ce qui aurait pu constituer une opération onéreuse s'est finalement avéré être une mise en œuvre rapide et sans difficulté. »

Jean-Marie Noble

Lefebvre Dalloz — Responsable E-commerce et acquisition

La simplicité de l'intégration entre les deux systèmes a permis à Lefebvre Dalloz de centraliser les données clients issues de toutes les sources, d'unifier ces données en une vue complète du client et de mettre ces données à la disposition d'autres systèmes. Surtout, Lefebvre Dalloz a également pu se conformer à une réglementation de plus en plus stricte en matière de données et, notamment, aux nouvelles directives sur le consentement aux cookies en vigueur en France. En remplaçant les outils « faits maison » par une CDP et une CMP qui fonctionnent parfaitement ensemble, Lefebvre Dalloz a transformé sa collecte de données et son consentement aux cookies sur 65 sites Web en à peine trois mois, ce qui lui a permis de se conformer rapidement et dans les temps aux nouvelles directives de la CNIL.

Ce cas client a été publié par



Tealium connecte vos données client web, mobile, offline et objets connectés pour que vous puissiez vous connecter à vos clients. L'écosystème d'intégration clé en main de Tealium supporte plus de 1300 fournisseurs et technologies client-side et server-side permettant aux marques de créer une infrastructure de données client unifiée et en temps réel. Collecter, enrichir et activer vos données clients. L'Universal Data Hub de Tealium comprend la gestion de tags, un API hub, une Customer Data Platform avec machine learning ainsi que des solutions de data management. Les données client ont alors une plus forte valeur, sont plus facilement disponibles et mieux sécurisées. Cela permet en temps-réel aux entreprises de tirer partie des données pour créer des expériences digitales riches et mieux personnalisées avec les différentes équipes, technologies et les multiples points d'interactions client. Plus de 1000 entreprises dans le monde entier font confiance à Tealium pour piloter leur stratégie de données clients.

Pour en savoir plus, veuillez consulter : tealium.com/fr