

## L'exploitation de données (*Data Mining*) en bref

L'exploitation de données s'applique dorénavant à toutes les sphères de l'activité humaine comme la médecine, la sécurité publique, le sport et la plupart des domaines d'affaires. Elle est particulièrement attrayante pour les industries en croissance et pour les domaines d'affaires où les choses vont vite. On peut penser par exemple au marché boursier, au secteur financier, aux firmes de marketing, aux chaînes de commerce de détail et à l'industrie des jeux vidéo. De plus en plus d'organisations l'utilisent afin de mieux comprendre et prédire le comportement des consommateurs et pour personnaliser leur marketing.

Il s'agit de fouiller de grands ensembles de données pour découvrir des patterns, des tendances et des corrélations. Ces nouvelles connaissances améliorent et accélèrent les décisions, menant à des solutions d'affaires originales et payantes. Avec de l'information fiable, vous pourrez développer de nouvelles stratégies marketing et personnaliser vos communications-clients. Le marketing par bases de données et le marketing relationnel deviennent plus efficaces grâce au 'data mining'. Toutes ces techniques génèrent des profits et procurent des avantages concurrentiels majeurs.

L'exploitation de données vous aidera à déterminer où, quand et **pourquoi** se vend tel produit ou service. L'historique d'achat et la démographie sont analysés pour établir des profils de consommation. Ayant décrypté les perceptions et les besoins des consommateurs, vous ciblez ceux qui ont le plus de valeur pour votre entreprise et vous leur lancez des offres pertinentes. L'efficacité de vos campagnes de marketing est progressivement rehaussée. Vos ventes augmentent tandis que diminuent constamment vos coûts unitaires de marketing. Des tests à petite échelle vous permettent de mesurer l'efficacité de vos programmes et d'ajuster rapidement vos messages et votre ciblage. En personnalisant vos communications, vous réduisez l'empreinte négative laissée par de trop fréquents messages.

À partir de vos données historiques, nous développons des modèles d'acquisition de connaissances qui permettent de faire des prédictions fiables.

Les entreprises qui combinent leur savoir-faire à ces techniques analytiques ciblent mieux et deviennent plus prospères. Elles renforcent leur image de marque, fidélisent leurs clients et accroissent leurs parts de marché.

### **Stratégies marketing**

Vaut-il mieux mettre l'accent sur des programmes d'attraction, de conversion ou de rétention de la clientèle? Nos analyses fournissent des réponses rationnelles à ce genre de questions. Il est important de faire des choix stratégiques judicieux. Or nos modèles d'analyse vous aident à préciser vos stratégies, à

personnaliser vos promotions et à exploiter les ventes croisées et les ventes incitatives (*up-selling*).

L'exploitation de données met en lumière les liens qui existent entre vos résultats et vos décisions 'internes' (prix, gamme de produits et leurs caractéristiques, campagnes de promotion, média utilisés, image de marque, etc.). Nos modèles tiennent aussi compte de facteurs 'externes' comme la concurrence, les indicateurs économiques et le marché.

### **Les arbres cachent la forêt!**

De nos jours, il y a tellement de données qu'il devient difficile de percevoir les faits qui comptent réellement. L'exploitation de données fait ressortir du lot les connaissances vraiment utiles. Plus besoin de solliciter les consommateurs à l'aveugle! Vous pouvez prédire qui sont les plus susceptibles de réagir favorablement à vos promotions et à vos publicités ciblées. Cela réduit le coût de vos programmes de marketing et en accroît l'efficacité.

L'exploitation de données vous aidera à répondre à ces questions:

- Quels clients sont à risque d'être perdus et **pourquoi**?
- Quels clients sont les plus rentables pour mon entreprise?
- Quels clients sont les moins rentables pour mon entreprise?
- Quels clients sont les plus susceptibles d'acheter davantage?
- Quel produit un client en particulier est-il susceptible d'acheter?
- Quelle combinaison de produits ce client est-il susceptible d'acheter?
- Quelle est l'efficacité de ma dernière campagne de promotion?
- Comment puis-je réduire mes coûts de marketing sans nuire à mes revenus?
- Comment puis-je optimiser le prix d'un produit?
- Comment puis-je personnaliser mes promotions?
- Pourquoi ce point de vente au détail est-il plus/moins rentable que les autres?
- Quelle séquence de navigation Internet mène à un achat?
- Comment prévenir le décrochage des internautes sur mon site?
- Quels produits risquent d'être en rupture de stock dans deux semaines?
- Quelles seront les ventes du produit 'A' au cours du prochain trimestre?
- Comment améliorer la perception des clients p/r à nos produits et services?

L'exploitation de données peut vous aider à solutionner une grande diversité de problèmes, pas seulement des questions commerciales.

Pour plus d'information, veuillez visiter notre [site Internet](#) ou nous contacter.

Denis Proulx  
Associé  
**Axone Intelligence Inc.**  
[T] 514.337.5309