

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

Il y a plusieurs décennies, l'exploration de données débordait des sphères de la recherche scientifique en attirant l'attention d'entreprises des domaines de la finance, du commerce et de la publicité. De nos jours, les entreprises ont accès à des masses de données et peuvent les stocker à un coût qui ne cesse de chuter.

L'exploration de données est en plein essor puisque les données recèlent une richesse considérable pour quiconque sait comment les faire parler. D'innombrables organisations fouillent de grands ensembles de données pour découvrir de nouvelles connaissances non-intuitives, des modèles (patterns), des associations, des tendances et des corrélations. Ces connaissances leur permettent de prospérer ou, du moins, de demeurer compétitives.

Par exemple, une institution financière ou un commerçant voudra savoir où, quand et **pourquoi** se vend tel produit ou service. Les réponses tirées de l'exploration de données l'aideront à établir des profils de consommation, peaufiner ses stratégies marketing, cibler ses promotions, personnaliser ses communications-clients, etc. L'exploration de données devient un véritable moteur de rentabilité quand on l'utilise pour personnaliser/ automatiser les communications avec les consommateurs. En outre, tout programme centré sur la clientèle accroît sa fidélité.

Ayant décrypté les habitudes de consommation et lancé des offres personnalisées et pertinentes à ses meilleurs clients, le vendeur jouira d'une amélioration de ses ventes, ses profits et sa notoriété. En effet, en personnalisant vos offres vous réduirez à la fois le coût de vos campagnes de promotion et l'empreinte négative laissée par des publicités trop fréquentes, massives et mal ciblées. Bref, l'efficacité accrue de vos campagnes se traduira par des ventes supérieures à coût moindre, améliorant votre marge bénéficiaire!

Axone développe des prédictions de vente fiables à partir de vos données historiques. Nous prônons des tests à petite échelle permettant de mesurer l'efficacité des campagnes et d'ajuster rapidement le message et/ou les cibles. Nos prédictions tiennent compte de facteurs 'externes' comme la concurrence, le marché et les indicateurs économiques.

### **Stratégies marketing**

Les commerçants ont besoin de savoir s'ils doivent s'efforcer d'attirer plus de visiteurs, convertir plus de visiteurs en acheteurs ou accroître la fidélité de leurs clients. Nos analyses donnent des réponses à ces questions.

Nos modèles d'analyse vous aident à affiner vos stratégies, à personnaliser vos promotions et à exploiter les ventes croisées (*cross-selling*) et les ventes incitatives (*up-selling*).

L'exploration de données automatisée met en lumière les liens qui existent entre vos résultats et vos choix : éventail de produits & services, structure de prix, canaux de distribution et de communication, etc. De bons choix stratégiques réduisent considérablement vos coûts de marketing.

### **Les arbres qui cachent la forêt!**

Lorsque les données abondent, il devient difficile de percevoir les faits qui comptent réellement. L'exploration de données fait ressortir du lot les connaissances utiles. Plus besoin de solliciter les consommateurs à l'aveugle! Un meilleur ciblage réduit le coût de vos campagnes et en accroît l'efficacité.

L'exploration de données vous aidera à répondre à ce genre de questions:

- Quels clients sont les plus rentables pour mon entreprise?
- Quels clients sont les moins rentables pour mon entreprise?
- Quels clients ou abonnés rentables sont à risque d'être perdus et **pourquoi**?
- 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 a été l'efficacité de ma dernière campagne de promotion?
- Comment puis-je réduire mes coûts de marketing sans faire chuter mes ventes?
- Comment puis-je optimiser le prix d'un produit?
- Quelle séquence de navigation Internet mène à un achat?
- Qu'est-ce qui amène les gens à quitter mon site web?
- Quels produits risquent d'être en rupture de stock dans deux semaines?

L'exploration 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, cofondateur, Axone Intelligence Inc.

