

Le 29 janvier 2007

## **MMA choisit DataLab pour la construction de ses scores clients**

*MMA exploite, depuis 2004, la solution DataLab<sup>®</sup>, éditée par COMPLEX SYSTEMS, au sein de la Direction Marketing Développement. Franck Le Roy, responsable du pilotage marketing a choisi cette année d'équiper l'ensemble de son service avec des licences DataLab. Il nous explique ce choix.*

Interview de Franck Le Roy

### ***Pourquoi avez-vous choisi DataLab ?***

« Plusieurs éléments ont contribué au choix de DataLab. En premier lieu, son apport dans l'exploration des données. Les sorties graphiques et les tableaux de synthèse permettent de repérer facilement les critères discriminants. DataLab permet très rapidement de détecter de nouveaux croisements de variables discriminants et « robustes » garantissant ainsi l'efficacité des nouveaux critères dans le temps et sur de larges populations ; ce fut pour nous un élément déterminant. Par ailleurs, c'est un outil très ergonomique et facile à prendre en main. Nous avons ainsi gagné beaucoup de temps lors de la construction de nos scores clients. Enfin, les modèles de scores obtenus peuvent être exportés en format SAS notamment et s'intègrent de manière naturelle à nos process. »

### ***Dans quel cadre utilisez vous DataLab et que vous apporte - il ?***

« DataLab intervient dans le cadre de la construction de scores clients utilisés dans la mise en place du plan de communication client. Il contribue ainsi à la réalisation de nos objectifs business, à travers l'identification des segments de clients intéressés par une offre dans le cadre de notre CRM d'une part, et la détection éventuelle de niches de populations nouvelles, d'autre part. »

### ***Quels sont pour vous les principales qualités et points différenciants de DataLab?***

« DataLab est particulièrement performant dans la détection de critères discriminants des comportements clients, ce qui justifie au sein de MMA de l'utiliser en association avec d'autres outils de datamining. Je soulignerais également sa facilité de prise en main et la qualité des résultats en sortie, appréciables au quotidien. »

## **A propos de COMPLEX SYSTEMS**

Soutenu par Oseo Anvar (l'Agence pour l'Innovation), COMPLEX SYSTEMS apporte des solutions pour l'optimisation du marketing depuis 1996.

Solution de description et prévision des comportements marketing, DataLab a été conçu pour exploiter efficacement et rapidement toute l'information contenue dans les bases de données. DataLab a déjà convaincu de nombreuses entreprises des secteurs banque, assurance, VAD...

La version 6.5 de DataLab sera disponible le 15 février.

[www.complex-systems.fr](http://www.complex-systems.fr)