

Le 5 mars 2007

ADLPartner adepte de DataLab pour la construction de ses scores marketing

ADLPartner, leader européen du marketing relationnel par l'abonnement de presse, utilise DataLab depuis trois ans pour produire ses scores marketing. Serge Le Brun, directeur Etudes & Fichiers, nous explique comment DataLab lui a permis d'améliorer sa productivité.

Interview de Serge Le Brun

Pourquoi avez-vous choisi DataLab ?

« Le choix de DataLab a fait suite à un premier essai du produit, qui nous a permis de constater un gain réel sur la qualité de nos modélisations et plus encore un gain de productivité dans la production des différents modèles, nettement supérieur à ce qui pouvait exister sur d'autres produits. Nous étions et sommes toujours dans un environnement SPSS, dans lequel DataLab s'est naturellement intégré. »

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

« Nous utilisons DataLab exclusivement pour bâtir des scores. Nous avons aujourd'hui une vingtaine de modèles qui tournent dans l'année. Nous travaillons avec DataLab directement sur des fichiers SPSS qui contiennent un mix de données de paiement et de commande sur les clients ainsi que leur historique à la date de sélection. Cela nous permet de construire le modèle. DataLab va ensuite générer la syntaxe d'application du modèle en SPSS. Cette syntaxe tourne directement sous SPSS. Nous exportons ensuite les champs de prévision vers la base de données et réalisons les comptages exhaustifs de potentiels pour le marketing.

Le plus gros bénéfice pour nous est le gain de temps. Par rapport à notre mode de travail antérieur, le temps de création d'un modèle est divisé par 4 ou 5 ! Une bonne partie des validations statistiques est réalisée et fournie par DataLab, et surtout la recombinaison de variables additionnelles est incluse. On a donc besoin de passer beaucoup moins de temps à créer de nouvelles variables. Cette fonctionnalité de recombinaison automatique de variables nous permet d'ailleurs de trouver de nouveaux indicateurs discriminants, pour l'essentiel des combinaisons d'achats de produits. »

Quels sont pour vous les principales qualités et points différenciateurs de DataLab?

« Le principal élément différenciateur est la simplicité de prise en main, qui est un atout très important du produit. Je citerai aussi sa facilité d'accès aux indicateurs statistiques de validation du modèle qui sont vraiment très didactiques. On est encore une fois, à ce niveau là, dans une logique de gain de productivité, pas seulement lors de la création d'un modèle, mais aussi par exemple, lors de l'intégration, d'un nouveau collaborateur.

Pour moi, DataLab a vraiment une place à part. Ne serait-ce aussi que par son positionnement tarifaire, qui a bien sûr été un élément très important de décision ! »

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 est disponible depuis le 15 février.

www.complex-systems.fr