

COMARCH



Approfondissez et exploitez la connaissance clients

Smart Analytics

Un des défis aujourd'hui rencontrés par les entreprises est celui de la maîtrise des connaissances client, de la concurrence et du marché. Aujourd'hui, de nombreux outils permettent d'obtenir des informations essentielles à la prise de décisions opérationnelles et stratégiques. Néanmoins, de telles données doivent être convenablement traitées ; dans le cas contraire, analystes et décideurs seront incapables de prendre les décisions d'ordre stratégique ou opérationnel nécessaires.

■ Quand vous faites face à un manque d'information...



La seule information que vous pouvez mesurer et obtenir quant à l'efficacité des programmes de fidélité est celle concernant la situation de l'entreprise avant et après la mise en oeuvre du programme de fidélité. Cependant, ces données ne suffisent pas à tirer des conclusions précises sur la manière dont le programme ou ses composants influent sur les résultats de l'entreprise. Au cas où la situation s'est améliorée, d'autres facteurs peuvent avoir joué; au cas où la situation a empiré, rien ne prouve que le programme de fidélité n'a pas permis d'estomper la crise.

On estime qu'un quart du temps de travail en entreprise est perdu dans la recherche d'informations ciblées. C'est un gaspillage de temps et d'énergie qui ne mène à rien : vous ne trouvez que rarement ce que vous recherchez... La majorité des chefs d'entreprises et cadres dirigeants admettent que leur recherche n'apporte pas les résultats escomptés dans les temps impartis. Même si l'information est disponible, rien ne garantit qu'elle soit correctement exploitée...

■ ... Smart Analytics est là pour vous aider



La solution de business intelligence de Comarch est un outil idéal d'analyse des données. Celles-ci peuvent être issues de plusieurs systèmes dont par exemple d'un programme de fidélité. Pour ceux-ci, vous pourrez connaître la manière dont une action promotionnelle, un prix ou bien un partenaire ont influé sur votre activité. Smart Analytics est un module de la Plateforme Comarch Information Management. Les différents outils de cette plateforme vous permettront d'identifier les comportements ainsi que les préférences de vos clients. Cet outil récupère les données issues de différents systèmes : fidélité, CRM, gestion de campagnes, caisse, comptable et financier. Les analyses ainsi obtenues apportent des résultats optimaux et reflètent au plus près la dynamique du marché.

Puisque les différentes analyses comparatives sont stockées sous forme de cubes multidimensionnels – et non pas sous forme de plusieurs enregistrements - Smart Analytics dispose d'une puissance de calcul exceptionnelle ; les décideurs de l'entreprise peuvent utiliser le temps ainsi économisé à la résolution de problèmes inhérents à l'entreprise. Smart Analytics est un outil d'aide à la prise de décision et prévoit les tendances et structures du marché au lieu et date spécifiés. Smart Analytics aide également à définir l'ensemble des actions nécessaires à l'amélioration du programme de fidélité.

Smart Analytics, un outil pour tous

Cette solution s'adresse aux cadres dirigeants et employés impliqués dans la gestion du programme de fidélité –directeurs marketing, DSI, membres du conseil d'administration ou employés des services marketing/vente. L'analyse des données pourra contribuer à l'optimisation du programme de fidélité.

Les responsables de programmes de fidélité multipartenaires seront particulièrement intéressés par l'analyse d'indicateurs de performance appliqués aux différents partenaires membres de la coalition ainsi que par l'analyse et la segmentation du niveau de fréquentation du programme. Les utilisateurs de l'outil Smart Analytics pourront recevoir des rapports actualisés, clairs et faciles à interpréter.

Les collaborateurs du Service Marketing ont besoin de disposer d'analyses marketing pertinentes et actualisées au moment souhaité. Le système satisfait leurs besoins en offrant la possibilité de créer des rapports ad hoc. Les analyses des ventes permettent de définir le profil des clients et d'évaluer les actions marketing à entreprendre par rapport aux groupes de clients choisis. Smart Analytics est donc à la fois un outil d'analyse de données (telles que celles relatives au comportement du consommateur), mais également un outil de prévision et d'aide à la prise de décision.

Smart Analytics répond également aux attentes des cadres dirigeants et de la Direction qui sont confrontés à la nécessité de prendre tous les jours de bonnes décisions sans perdre de temps. Un tableau de bord spécifique, conçu pour les besoins de ce groupe, définit un ensemble d'indicateurs de performance applicable à tout type d'analyse. De tels tableaux de bord permettent de déterminer les progrès réalisés ainsi que le chemin restant à parcourir pour atteindre les objectifs stratégiques et opérationnels fixés. Une simple interprétation des indicateurs de performance suffit à cerner l'essentiel de la situation actuelle et à prendre la meilleure décision.

Une solution à la pointe des dernières avancées technologiques

Smart Analytics est basée sur la technologie de data warehouse qui désigne un type spécifique de base de données utilisée pour collecter et stocker de manière définitive des informations provenant d'autres bases de données. De part cette technologie, le temps d'accès aux informations actualisées ainsi que le contenu des informations obtenu sont optimisés. En outre, l'analyse étant transférée à un système à part entière, la charge de travail des autres systèmes informatiques est considérablement réduite. Un autre avantage considérable offert par la solution Smart Analytics est le suivant : elle repose sur la norme XML/A qui permet à l'entreprise d'employer de nombreuses applications analytiques facilement intégrables.

Utilisez l'information que vous détenez !

Tous les utilisateurs de Smart Analytics, du membre du conseil d'administration à l'agent du centre d'appel, obtiennent l'information dont ils ont besoin au moment opportun. Par ailleurs, les équipes marketing et chargées de l'analyse des données client peuvent influencer sur le comportement du client et choisir les groupes de clients stratégiques. Le système définit également la meilleure manière d'influer sur un groupe prédéfini. Au final, le programme de fidélité acquiert une attractivité sur le long terme et valorise le travail réalisé par ses organisateurs.

Différents types d'analyses offertes par le système :

○ Analyses opérationnelles :

- ventes de produits et services
- efficacité de la communication avec les clients
- activités des centres d'appel
- cumul et échange de points de fidélité
- adhésion de nouveaux membres au programme de fidélité
- activités des partenaires, des fournisseurs et des intermédiaires

○ Analyses du comportement des clients :

- segmentation du comportement client par profil
- efficacité des actions promotionnelles
- prévision du comportement client
- modèles de régression basés sur des données statistiques
- modèles économétriques basés sur des algorithmes d'extraction de données

Avantages offerts par le système :

- fidéliser les clients importants (ceux pour lesquels les recettes marginales augmentent ou augmenteront en phase avec les dépenses qui leur sont allouées)
- identifier les secteurs qui peuvent être source de recettes supplémentaires
- identifier les produits, clients et segments les plus rentables
- affiner et améliorer la qualité des décisions
- identifier et modéliser les comportements des clients
- identifier la structure et tendances du marché et anticiper les évolutions à venir

Comarch Headquarters

Al. Jana Pawla II 39 a
31-864 Krakow
Poland
phone: +48 12 64 61 000
fax: +48 12 64 61 100
e-mail: info@comarch.pl

Comarch Software SARL

19 avenue Le Corbusier
59000 Lille
Tel: (+33) 3 62 53 49 00
Tel/Fax: 09 55 24 46 94
E-mail : lille@comarch.com

Comarch Paris

Tour Egée
9/11 Allée de l'Arche
La Défense 6
92 671 Courbevoie Cedex
Tel: (+33) 1 49 97 15 90

Comarch R&D SARL

100A allée Saint-Exupéry
38330 Montbonnot St Martin
Tel: (+33) 4 57 58 23 00
E-mail : comarch_rd_grenoble@comarch.com

Poland

Gdansk, Katowice,
Krakow, Lublin,
Lodz, Poznan,
Warsaw, Wroclaw

Belgium Brussels

China Szanghaj

France Lille

Germany Dresden,

Frankfurt/Main

Lithuania Vilnius

Panama Panama City

Russia Moscow

Slovakia Bratislava

UAE Dubai

Ukraine Kiev, Lviv

USA Chicago, Miami

Vietnam Ho Chi Minh City

WWW.COMARCH.EU/FR

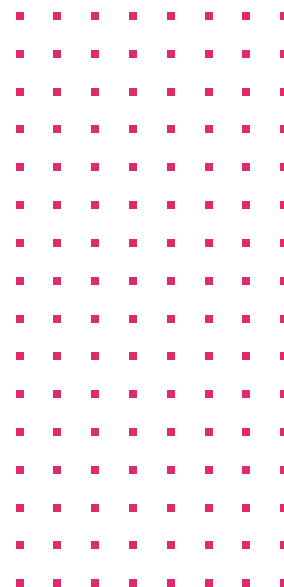
WWW.COMARCH.EU

WWW.COMARCH.PL

WWW.COMARCH.DE

WWW.COMARCH.RU

Comarch is a leading Central European IT business solutions provider specializing in forging business relationships that maximize customer profitability while optimizing business and operational processes. Comarch's primary advantage lies in the vast domain of knowledge accumulated in and applied to our software products. These products incorporate highly sophisticated IT solutions for businesses in all vertical sectors. Comarch has a multinational network of offices employing over 2800 highly-experienced IT specialists in Europe, the Middle East and the Americas.



Copyright © Comarch 2008. All Rights Reserved. Tous droits réservés.

Aucune partie de ce document ne peut être reproduite sans une autorisation expresse de Comarch.

Comarch se réserve le droit de réviser le document sans préavis. Document non contractuel.

Les marques et services de Comarch sont l'exclusive propriété de Comarch et ne peuvent être utilisés sans autorisation.

SOFTWARE SARL AU CAPITAL DE 150.000 € – RCS LILLE B 500 252 606 – LES SPECIFICATIONS PEUVENT ETRE MODIFIEES SANS PREAVIS

FR 2010-02

COMARCH