

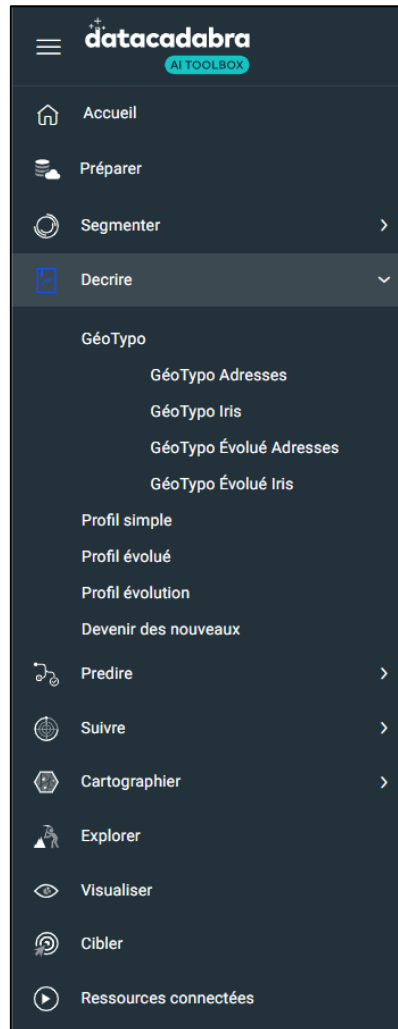
GUIDE DE PRISE EN MAIN

Le module **Décrire** 

1. <u>DÉCRIRE / NOUVELLE ANALYSE</u>	page 3
2. <u>DÉCRIRE / NOUVELLE ANALYSE / PRÉPARATION DES DONNÉES</u>	page 8
3. <u>DÉCRIRE / NOUVELLE ANALYSE / UTILISER DES DONNÉES PRÉPARÉES</u>	page 10
4. <u>DÉCRIRE / NOUVELLE ANALYSE / PRÉPARER DE NOUVELLES DONNÉES</u>	page 15
5. <u>DÉCRIRE / GÉOTYPO ADRESSES/ FOCUS SUR VOTRE RAPPORT</u>	page 18
6. <u>DÉCRIRE / GÉOTYPO ADRESSES / BÉNÉFICES</u>	page 22



 DÉCRIRE / NOUVELLE ANALYSE



Choisissez l'analyse qui correspond le mieux à votre besoin. Dans le tableau en slide suivante retrouvez une description de chaque analyse.

GÉOTYPO ADRESSES

Vous le savez, chaque client est différent. Ce qui rend l'étude de leur comportement de consommation très complexe. Il faut identifier ce qui les différencie et ce qui les rassemble. Grâce à la méthode du « profiling » et du « lookalike », GEOTYPO Adresses vous apporte cette lecture fine de votre base de données en se basant sur l'adresse postale de vos clients.

GÉOTYPO IRIS

Vous le savez, chaque client est différent. Ce qui rend l'étude de leur comportement de consommation très complexe. Il faut identifier ce qui les différencie et ce qui les rassemble. Grâce à la méthode du « profiling » et du « lookalike », GEOTYPO IRIS vous apporte cette lecture fine de votre base de données en se basant sur l'IRIS dans lequel vit votre client.

GÉOTYPO ÉVOLUÉ ADRESSES

Grâce à GEOTYPO vous allez pouvoir comparer le profil sociodémographique de différents groupes de clients en ne vous basant que sur leur adresse postale. Que vous souhaitiez comparer des clients selon leur source d'acquisition, leur valeur, leur profil de consommation, cette méthode vous permettra de découvrir les différences de profil entre chaque groupe.

GÉOTYPO ÉVOLUÉ IRIS

Grâce à GEOTYPO vous allez pouvoir comparer le profil sociodémographique de différents groupes de clients en ne vous basant que sur l'Iris dans lequel ils vivent. Que vous souhaitiez comparer des clients selon leur source d'acquisition, leur valeur, leur profil de consommation, cette méthode vous permettra de découvrir les différences de profil entre chaque groupe.

PROFIL SIMPLE

Grâce au Profil simple, vous allez obtenir une photographie synthétique des caractéristiques de votre clientèle. Quelles que soient les données en entrée, notre méthode va vous restituer des statistiques simples à comprendre et à exploiter sur vos clients.

PROFIL ÉVOLUÉ

Grâce au Profil évolué, vous allez pouvoir comparer vos différents groupes de clients sur les différentes données à votre disposition. Que vous regroupiez vos clients par segment, par tranche d'âge, par localisation géographique... Notre méthode vous fournira de nombreux indicateurs de comparaison tant sur les données de caractérisation (âge, sexe, ancienneté client,...) que sur les données de transactions.

PROFIL ÉVOLUTION

Grâce au Profil évolution, vous allez pouvoir identifier les évolutions de comportements dans le temps suite à un événement identifié (première utilisation d'une promotion, première réclamation, premier achat sur internet,...). Que vous regroupiez vos clients par segment, par tranche d'âge, par localisation géographique... Notre méthode vous fournira de nombreux indicateurs de comparaison.

DEVENIR DES NOUVEAUX

Quand on parle de recrutement la première priorité des enseignes est de réussir à recruter massivement afin de réduire les coûts d'acquisition. Bien évidemment tous les clients n'ont pas le même potentiel et afin d'optimiser les dispositifs de recrutement, il convient d'analyser finement les différents profils de clients recrutés afin de trouver des leviers d'optimisation.

datacadabra
AI TOOLBOX

DECRIRE / GÉOTYPO ADRESSES

Vous le savez, chaque client est différent. Ce qui rend l'étude de leur comportement de consommation très complexe. Il faut identifier ce qui les différencie et ce qui les rassemble. Grâce à la méthode du « profiling » et du « lookalike », GEOTYPO Adresses vous apporte cette lecture fine de votre base de données.

Qu'est-ce que c'est ?

Basée sur les **données issues de l'Open Data** (recensement, DGFIP, équipements...), GEOTYPO décompose le territoire français en segments homogènes à un niveau de découpage IRIS. Regroupés en **6 familles et 23 segments**, GEOTYPO offre une lecture fine du territoire selon **5 dimensions** :

- La démographie
- Le logement
- Le niveau de vie
- Les équipements et services
- L'économie et les commerces

Comment ça fonctionne ?

Grâce à la géolocalisation de chaque client et avec nos référentiels, vous allez pouvoir attribuer à chaque contact un segment GEOTYPO. Vous obtiendrez ainsi un profiling simple de votre base de données en comparaison avec le profil de la population Française dans son ensemble.

[Lancer l'analyse](#)

Une fois le type d'analyse choisie retrouvez une description de la méthode puis vous pouvez lancer l'analyse.



DÉCRIRE / NOUVELLE ANALYSE /
PRÉPARATION DES DONNÉES

The screenshot shows the Datacadabra 'AI TOOLBOX' interface. The main content area is titled 'DECRIRE - GÉOTYPO ADRESSES' and contains the instruction: 'Afin de lancer votre analyse, veuillez choisir le mode d'import des données :'. Below this, there is a section 'Choisir le mode d'import' with three options, each in a white box with a dark 'Continuer' button at the bottom:

- UTILISER DES DONNÉES PRÉPARÉES** (with a document icon)
- PRÉPARER DES NOUVELLES DONNÉES** (with a database icon)
- IMPORTER DES DONNÉES EXTERNES** (with an upload icon)

A dark blue callout box at the bottom center contains the text: 'Choisissez la source de vos données. La plupart du temps vous préparerez de nouvelles données ou utiliserez des données préparées. Mais vous pouvez également en importer si besoin.' A light blue arrow points from the callout box to the 'PRÉPARER DES NOUVELLES DONNÉES' option.



DÉCRIRE / NOUVELLE ANALYSE /
UTILISER DES DONNÉES PRÉPARÉES

DÉCRIRE / NOUVELLE ANALYSE / UTILISER DES DONNÉES PRÉPARÉES

En choisissant d'utiliser des données préparées, vous aurez la possibilité de réutiliser les paramètres de vos précédentes analyses.

Cliquez sur lancer pour obtenir le détail de votre base.
Si ce dernier correspond à l'attendu, cliquez sur valider.

The screenshot shows the Datacadabra AI Toolbox interface. The main content area is titled 'DECRIRE GÉOTYP0 ADRESSES' and contains the instruction: 'Pour lancer votre analyse, veuillez choisir les données préparées à utiliser depuis l'historique ci-dessous :'. Below this is a search bar and a table with the following columns: Module, Méthode, Date, Liens, and Action. The table lists several prepared data entries, each with a 'Lancer' button in the Action column. A blue arrow points to the 'Lancer' button in the first row.

Module	Méthode	Date	Liens	Action
Préparer	GéoTypo Adresses - Préparer GéoTypo Adresses du 28-09-2023	2023-09-28 13:42:22	XLS	Lancer
Préparer	GéoTypo Adresses - Préparer GéoTypo Adresses du 15-09-2023	2023-09-15 10:13:35	XLS	Lancer
Préparer	GéoTypo Adresses - Préparer GéoTypo Adresses du 15-09-2023	2023-09-15 10:13:33	XLS	Lancer
Préparer	GéoTypo Adresses - Préparer GéoTypo Adresses du 14-09-2023	2023-09-14 11:36:48	XLS	Lancer
Préparer	GéoTypo Adresses - Préparer GéoTypo Adresses du 14-09-2023	2023-09-14 11:36:47	XLS	Lancer
Préparer	GéoTypo Adresses - Préparer GéoTypo Adresses du 14-09-2023	2023-09-14 11:34:23	XLS	Lancer
Préparer	GéoTypo Adresses - Préparer GéoTypo Adresses du 14-09-2023	2023-09-14 11:34:22	XLS	Lancer

datacadabra
AI TOOLBOX

PROFIL GÉOTYPO ADRESSES
Etape 2/4 : Validation de l'import de vos données

Merci de vérifier le nombre de lignes importées et la cohérence des premières lignes...

DÉTAILS DES TABLES IMPORTÉES

Clients

Fichier clients:
313 enregistrements.

Extrait des 100 premières observations.

Rechercher... 10 Lignes

ID Client	Adresse	Code Postal	Commune	Pays
1704740	6 du Neuf Novembre Rue	7040	QUEZVY	BE
2690149	137 Chaussée de Douai	7610	RUMES	BE
3491560	Paul Pastur Avenue	7350	HENSIES	BE
3555941	Grand-Rue	7780	COMINES-WARNETON	BE
3747495	10 Klaproosstraat	8560	WEVELGEM	BE

Vous obtenez un extrait des données importées et vous pouvez vérifier la cohérence de chaque contact qui la composent.

datacadabra AI TOOLBOX

PROFIL GÉOTYPO ADRESSES
Etape 3/4 : Synthèse de votre analyse

Libellé de l'analyse :

Rappel de la méthode choisie

- Module : Décrire
- Méthode : GéoTypo Adresses
- Coût : inclus dans votre offre

Valider

Choisissez ensuite le libellé (nom) de cette analyse.

Vous obtenez ici le récapitulatif du paramétrage de l'analyse qui va être lancée. Au clic sur valider, vous lancez votre GéoTypo Iris.

datacadabra
AI TOOLBOX

PROFIL GEOTIPO - ADRESSES
Etape 4/4 : Résultats de votre analyse

La réalisation de votre profil GéoTypo Adresses est maintenant terminée, vous trouverez ci-dessous l'ensemble des résultats ainsi que 2 fichiers à télécharger :

- le rapport excel présentant le profil de votre fichier clients versus la population française
- le book pdf présentant l'ensemble des segments.

XLS
PDF

Valider

Vous obtenez ici le résultat de votre analyse sous forme de 2 fichiers. Ils seront archivés et disponibles dans l'accueil de votre interface.



DÉCRIRE / NOUVELLE ANALYSE /
PRÉPARER DE NOUVELLES DONNÉES

datacadabra
AI TOOLBOX

PROFIL GÉOTYPÉ BASÉ SUR L'ADRESSE DE VOS CLIENTS :

Etape 1/2 : choisissez les paramètres de mise à jour de votre profil Géotipo :

Libellé de votre préparation de données : Préparer Géotipo Adresses du 26-09-2024

Date de mise à jour : 22/09/2024

Filtres à appliquer :

Magasin de rattachement : -- tous clients --

Catégorie client : -- tous clients --

Pays de résidence : -- tous clients --

Contactables Postal : -- tous clients --

Contactables Email : -- tous clients --

Contactables SMS : -- tous clients --

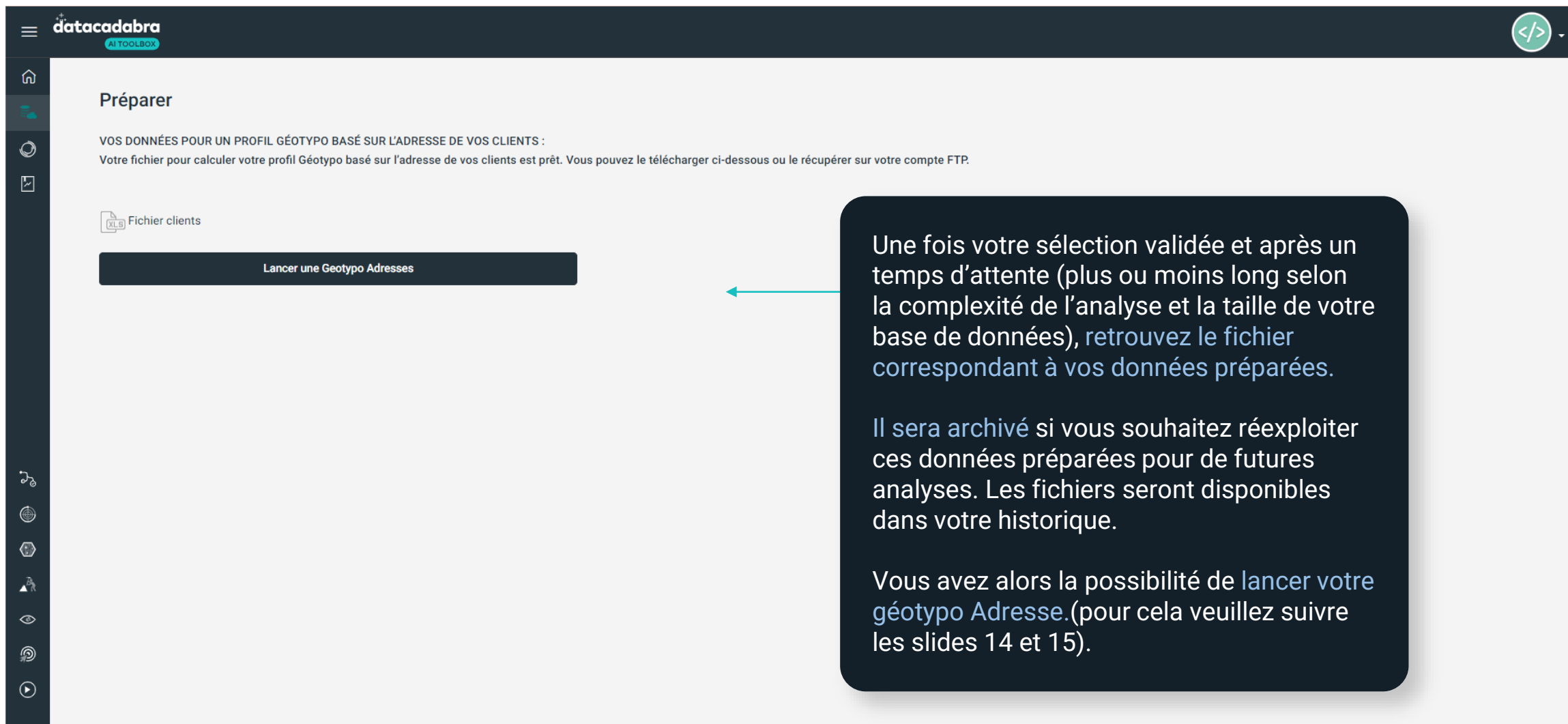
Catégorie de produits : -- tous les produits --

Famille de produits : -- tous les produits --

Valider

Les filtres permettent de définir le périmètre de l'analyse souhaitée.

Il se peut que les données affichées ci-contre ne correspondent pas tout à fait aux vôtres, elles sont en effet personnalisées selon les données de votre projet.



datacadabra AI TOOLBOX

Préparer

VOS DONNÉES POUR UN PROFIL GÉOTYPO BASÉ SUR L'ADRESSE DE VOS CLIENTS :
Votre fichier pour calculer votre profil Géotypo basé sur l'adresse de vos clients est prêt. Vous pouvez le télécharger ci-dessous ou le récupérer sur votre compte FTP.

Fichier clients

Lancer une Geotypo Adresses

Une fois votre sélection validée et après un temps d'attente (plus ou moins long selon la complexité de l'analyse et la taille de votre base de données), retrouvez le fichier correspondant à vos données préparées.

Il sera archivé si vous souhaitez réexploiter ces données préparées pour de futures analyses. Les fichiers seront disponibles dans votre historique.

Vous avez alors la possibilité de lancer votre géotypo Adresse. (pour cela veuillez suivre les slides 14 et 15).



DÉCRIRE / GÉOTYPO ADRESSES /
FOCUS SUR VOTRE RAPPORT

datacadabra

Paramètres de réalisation de votre profil GéoTypo :

Libellé de l'analyse :	GéoTypo du 02/08/2023 à 15h05
Date d'exécution :	02/08/2023
Nombre de clients en entrée :	9 910

NB : nos sorties sont pré-dimensionnées pour une impression. Il suffit donc de cliquer sur Fichier > Imprimer > Imprimer le classeur entier.

1. Paramètres | 2. GéoTypo | 3. Indicateurs bruts | GLOSSAIRE | +

L'onglet de paramètres synthétise les paramètres de l'analyse et vous permet de vous replonger dans l'analyse a posteriori en maîtrisant précisément ce qui a été réalisé.

DECRIRE / GÉOTYPO ADRESSES / FOCUS SUR VOTRE RAPPORT

Libellé des segments	Population française	%	Votre fichier	%	Indices
Les Etudiants					
A1 Les Etudiants des Périphéries	560 192	0,9%	0	0,0%	0
A2 Les Etudiants des Métropoles	1 943 684	3,1%	9	8,7%	284
Les Précaires					
B1 Les Familles Ouvrières	1 597 956	2,5%	4	3,9%	153
B2 Les Logements Sociaux des Métropoles	4 395 903	7,0%	3	2,9%	42
B3 Les Logements Sociaux des Périphéries	2 851 881	4,5%	4	3,9%	86
B4 Les Urbains Démunis	3 013 153	4,8%	13	12,6%	264
Les Classes Moyennes					
C1 Les Célibataires des Villes Moyennes	4 142 221	6,6%	9	8,7%	133
C2 Les Jeunes Actifs	4 702 780	7,5%	9	8,7%	117
C3 Economie et Tourisme	1 414 568	2,2%	0	0,0%	0
C4 Les Couples des Petites Agglomérations	2 018 321	3,2%	5	4,9%	152
C5 Les Familles de Classe Moyenne	2 723 498	4,3%	5	4,9%	112
Les Classes Supérieures					
D1 Les Banlieues Résidentielles	4 342 981	6,9%	7	6,8%	99
D2 Les Classes Moyennes Supérieures	3 079 634	4,9%	11	10,7%	219
D3 Les Classes Supérieures en Devenir	4 127 645	6,5%	4	3,9%	59
D4 Les Elites	2 165 195	3,4%	6	5,8%	170
Les Ruraux					
E1 Les Campagnes Traditionnelles	3 253 480	5,2%	1	1,0%	19
E2 Les Villages Touristiques	2 758 749	4,4%	0	0,0%	0
E3 Les Classes Moyennes Rurales	2 729 714	4,3%	3	2,9%	67
E4 Les Classes Supérieures Rurales	1 950 461	3,1%	5	4,9%	157
Les Retraités					
F1 Les Retraités des Campagnes	3 787 524	6,0%	3	2,9%	48
F2 Les Retraités des Bourgs	2 746 901	4,4%	2	1,9%	45
F3 Retraite et Villégiature	1 771 367	2,8%	0	0,0%	0
F4 Les Retraités Citadins	992 535	1,6%	0	0,0%	0
Total	63 070 343	100,0%	103	100,0%	
Les non-segmentés	-	-	8	7,2%	
Volume total	-	-	111		

Ce tableau compare la répartition des différents groupes de clients avec géotypo et met en valeur les surreprésentations sociodémographiques pour chacun des groupes

DÉCRIRE / GÉOTYPO ADRESSES / FOCUS SUR VOTRE RAPPORT

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Comparaison sur les indicateurs bruts :							
2								
3			France	Votre fichier	Indices			
4	Occupation	Chômeurs	9,3%	9,3%	100			
5		Etudiants	10,2%	11,0%	108		■	
6		Retraités	8,7%	8,8%	102			
7		Inactifs autres	8,7%	8,8%	101			
8		Agriculteurs	1,1%	0,3%	28		■	
9		Chefs d'entreprise	3,9%	2,9%	75		■	
10		Cadres	10,6%	10,8%	102			
11		Professions intermédiaires	16,1%	16,5%	103			
12		Employés	17,9%	16,8%	94		■	
13		Ouvriers	13,7%	13,8%	101			
14	Diplomes	Sans diplôme	17,6%	16,5%	94		■	
15		CEP	10,3%	10,3%	100			
16		BEPC, brevet collèges	6,1%	5,5%	90		■	
17		CAP-BEP	23,9%	23,9%	100			
18		BAC-BP	16,4%	15,8%	96			
19		Enseignement supérieur court	12,3%	13,0%	105		■	
20		Enseignement supérieur long	13,4%	14,1%	105		■	
21		0-2 ans	3,6%	3,6%	97			
22		3-5 ans	3,7%	3,4%	93		■	
23		6-10 ans	6,2%	6,0%	97			
24		11-17 ans	8,4%	8,4%	100			

Nous avons ici un détail des sur et sous-représentations, au niveau des indicateurs bruts principaux qui permettent de caractériser les différents quartiers.

Les bénéfices



Vous avez maintenant une meilleure connaissance de votre fichier client.



De manière opérationnelle, cela va vous permettre de :

- Mieux identifier les profils sociaux démographiques spécifiques à votre fichier client vs la population française.
- Avoir une première approche de persona vous permettant d'affiner votre positionnement de marque.



Votre CSM est à votre disposition pour aller plus loin dans la mise en application opérationnelle de vos analyses.