

GUIDE DE PRISE EN MAIN

Le module **Prédire** 

TABLE DES MATIÈRES

1. PRÉDIRE / LE MENU page 3
2. PRÉDIRE / HISTORIQUE page 5
3. PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE page 7
4. PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE / PRÉPARATION DES DONNÉES page 13
5. PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE / UTILISER DES DONNÉES PRÉPARÉES page 15
6. PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE / PRÉPARER DE NOUVELLES DONNÉES page 23
7. PRÉDIRE / SCORE D'ATTRITION/ FOCUS SUR VOTRE RAPPORT page 26



 PRÉDIRE / LE MENU

The screenshot shows the 'datacadabra AI TOOLBOX' interface. The main header includes the logo and 'AI TOOLBOX' label. The top right corner has icons for a grid, settings, a refresh arrow, and a user profile. The central area is titled 'PRÉDIRE'. On the left, a sidebar menu lists various tools: 'Préparer', 'Segmenter', 'Decrire', 'Predire', 'Prévision', 'Acquisition', 'Fidélisation', 'Fin de cycle', 'Score d'attrition', 'Score de reactivation', 'Autres méthodes', 'Suivre', 'Cartographeur', and 'Cibler'. The 'Prévision' item is highlighted with a red arrow pointing to it from a text box. The text box contains the following text:

Dans le module prédire, vous rentrez dans les analyses par la thématique métier sur laquelle vous souhaitez travailler.

Par exemple, si vous souhaitez travailler sur des problématiques d'attrition, cliquez sur l'onglet Fin de cycle.

Copyright © 2023 - MGS Solutions



 PRÉDIRE / HISTORIQUE

The screenshot displays the 'Mes dernières analyses' (My last analyses) section of the datacadabra AI TOOLBOX. The interface includes a sidebar with navigation options like 'Accueil', 'Préparer', 'Segmenter', 'Decrire', 'Predire', 'Suivre', 'Cartographier', 'Cibler', 'Administration', and 'Explorer'. The main area features a table with columns for 'Module', 'Méthode', 'Date', and 'Liens'. A blue button at the bottom of the table reads 'Voir toutes mes analyses'. A red arrow points from a text box on the right to this button. The footer shows 'Copyright © 2023 - MGS Solutions'.

Module	Méthode	Date	Liens
Decrire	GéoTypo Évolué Iris	2023-03-13 11:09:02	
Decrire	GéoTypo Évolué Iris	2023-03-10 15:29:31	
Préparer	GéoTypo Évolué Iris	2023-03-10 15:20:36	
Préparer	RFM	2023-02-27 09:21:27	
Préparer	RFM	2023-02-27 09:21:00	
Segmenter	RFM	2023-02-27 09:15:38	
Préparer	RFM	2023-02-27 09:15:23	
Segmenter	RFM	2023-02-27 09:13:37	

Mis à jour le 13/03/2023 01:20:12 pm

Copyright © 2023 - MGS Solutions

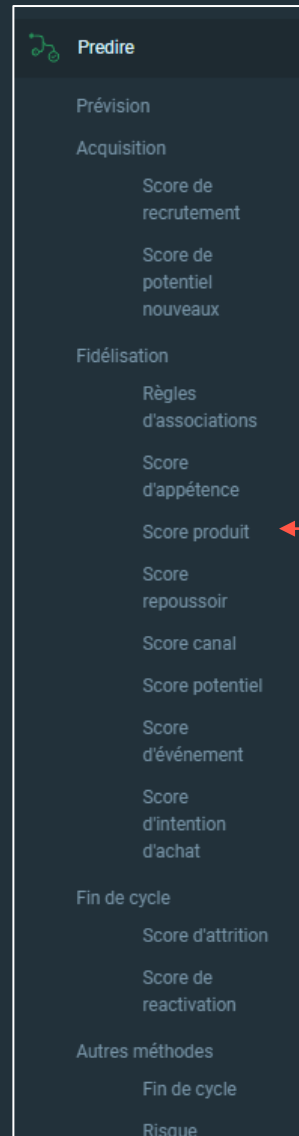
Retrouvez vos précédentes analyses dans l'onglet Accueil.

Au clic sur Voir toutes les analyses, vous pourrez rechercher votre analyse dans cette liste via un moteur de recherche.

C'est dans cette liste que vous avez la possibilité d'activer ou désactiver votre score. Si vous choisissez de le désactiver, vous pourrez toujours le réactiver par la suite.



PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE



Choisissez l'analyse qui correspond le mieux à votre besoin.

Dans le tableau en slide suivante retrouvez une description de chaque analyse.

SCORE REPOUSSOIR

Le score repoussoir est un score utilisé en marketing afin de d'exclure des opérations de marketing direct les clients les moins susceptibles d'être intéressés.

Le score repoussoir est particulièrement utile pour le ciblage des opérations email en identifiant les clients ayant une forte probabilité de n'ouvrir aucun des emails que vous leur enverrez sur une période donnée.

SCORE CANAL

Le score canal est un score utilisé en marketing afin de d'identifier les clients les plus appétents à un canal donné.

Le score canal est particulièrement utile pour définir quel canal privilégié pour communiquer avec vos clients, dès lors que vous avez un score pour chacun de vos canaux de communication. Il va aussi vous permettre sur des opérations de masse d'exclure les clients les moins appétents au canal considéré.

SCORE DE POTENTIEL

Le score de potentiel est un score utilisé en marketing afin de déterminer le potentiel de vos clients à devenir (ou à rester) des clients à forte valeur à moyen terme. Le score de potentiel est particulièrement utile pour probabiliser le devenir de vos clients et différencier le plan d'animation en fonction de leur niveau d'activité futur. Il va donc vous permettre d'anticiper les évolutions de comportement avant que celles-ci soient avérées. On rentrera donc dans une démarche préventive plutôt que curative.

SCORE D'ATTRITION

Le score d'attrition est un score utilisé afin de déterminer la probabilité qu'un client résilie son contrat ou devienne inactif. Anticiper ce risque vous permettra d'adapter le plan d'animation afin de maintenir la relation avec le client.

SCORE ANTI-CHURN

Le score anti-churn est un score utilisé afin de déterminer la survie d'un contrat clients. Anticiper ce risque vous permettra d'adapter le plan d'animation afin de maintenir la relation avec le client.

SCORE DE RÉACTIVATION

Le score de réactivation est un score utilisé en marketing afin de d'identifier les clients inactifs les plus susceptibles de se réactiver à court et moyen terme. Le score de réactivation est particulièrement utile pour différencier les actions à mener sur les inactifs en fonction de leur probabilité de se réactiver. Il va donc permettre de diminuer les coûts inhérents à votre stratégie de réactivation des inactifs.

PRÉVISION

Notre méthode de prévision se base sur votre historique. Selon le degré de précision que vous souhaitez (prévisions quotidiennes, mensuelles, annuelles), le module vous permettra d'établir un modèle et une série de projections sur l'avenir.

SCORE DE RECRUTEMENT

Le score de recrutement est un score utilisé en marketing afin de déterminer la probabilité qu'un prospect devienne client. Le score de recrutement est particulièrement utile pour le ciblage des campagnes d'acquisition que vous mettrez en place. Pour garantir la rentabilité d'une campagne avec un coût contact élevé (téléphone, postal), on privilégiera les clients avec le plus fort niveau de score (ou plus forte probabilité).

Score de potentiel nouveaux

Le score de potentiel des nouveaux clients est un score utilisé en marketing afin de déterminer la probabilité qu'un nouveau client devienne à moyen termes un client à forte valeur pour votre entreprise. Le score de potentiel nouveaux est particulièrement utile pour différencier le cycle d'accueil des nouveaux clients entre les clients à potentiel et ceux à convaincre.

Association produit

Le but de l'association est de découvrir des liens entre les produits d'un panier de consommateur lors de transactions. Par exemple, une règle d'association dans un supermarché pourrait indiquer qu'un client achetant des chips et de la bière simultanément, serait susceptible d'acheter également une pizza.

Score d'évènement

Lorsqu'on anime une population de clients, il peut être utile de détecter en amont la survenance future d'un événement (appel à venir d'un client, réclamation, utilisation d'une promotion, visite en magasin, premier achat e-commerce,...) afin d'anticiper les ressources nécessaires et les impacts business que peuvent avoir ces événements globalisés sur un volume d'individu plus conséquent. Le score d'évènement est particulièrement utile pour identifier les clients présentant une forte probabilité de survenance de l'évènement en question.

Score d'intention d'achat

Afin de personnaliser la relation avec ses prospects ou ses clients, il peut être intéressant d'anticiper leurs intentions d'achat dans une fenêtre de temps défini. Le score d'intention d'achat est particulièrement utile pour identifier les clients présentant une forte probabilité d'achat et ainsi personnaliser la relation en fonction de sous-populations identifiées grâce à ce score.

The screenshot shows the Datacadabra AI Toolbox interface. The top left features the logo and 'AI TOOLBOX' label. The top right has navigation icons and a user profile. The left sidebar lists various prediction categories: 'Prévision', 'Acquisition' (with sub-items like 'Score de recrutement', 'Score de potentiel nouveaux'), and 'Fidélisation' (with sub-items like 'Règles d'associations', 'Score d'appétence', 'Score produit', 'Score repoussoir', 'Score canal', 'Score potentiel', 'Score d'événement', 'Score d'intention'). The main content area is titled 'PRÉDIRE' and displays the 'SCORE D'ATTRITION' analysis. It includes a definition: 'Qu'est-ce que c'est ?' (Le score d'attrition est un score utilisé afin de déterminer la probabilité qu'un client résilie son contrat ou devienne inactif. Anticiper ce risque vous permettra d'adapter le plan d'animation afin de maintenir la relation avec le client.) and a description: 'Comment ça fonctionne ?' (Grâce à cette méthode, vous allez pouvoir de façon autonome calculer le modèle associé à votre problématique. Après avoir intégré vos données, nos algorithmes vont identifier les variables les plus pertinentes. Vous obtiendrez la formule du score et un rapport Excel présentant le résultat de la modélisation.) A blue button labeled 'Lancer l'analyse' is at the bottom. A callout box on the right, with an arrow pointing to the 'Comment ça fonctionne ?' section, contains the text: 'Une fois le type d'analyse choisie retrouvez une description de la méthode puis vous pouvez lancer l'analyse.'



PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE /
PRÉPARATION DES DONNÉES

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.

The screenshot shows the Datacadabra AI Toolbox interface. On the left is a navigation menu with categories like 'Prévision', 'Acquisition', and 'Fidélisation'. The main area is titled 'PRÉDIRE' and contains a sub-section 'PRÉDIRE SCORE D'ATTRITION'. Below this, a prompt asks the user to choose a data import mode. Three buttons are presented: 'UTILISER DES DONNÉES PRÉPARÉES' (with a neural network icon), 'PRÉPARER DES NOUVELLES DONNÉES' (with a database icon), and 'IMPORTER DES DONNÉES EXTERNES' (with an upload icon). Each button has a 'Continuer' label and a right-pointing arrow. A red arrow points from the text above to the 'Choisir le mode d'import' header.



PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE /
UTILISER DES DONNÉES PRÉPARÉES

datacadabra
AI TOOLBOX

PRÉDIRE

PRÉDIRE SCORE D'ATTRITION

Pour lancer votre analyse, veuillez choisir les données préparées à utiliser depuis l'historique ci-dessous :

Module	Méthode	Date	Liens	Action
Préparer	Score d'attrition	2023-03-15 15:12:14		Lancer
Préparer	Score d'attrition	2022-04-01 10:02:58		Lancer
Préparer	Score d'attrition	2020-10-30 10:20:23		Lancer

Showing 1 to 3 of 3 entries

← 1 →

Étape 1 : 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 vos données.

PRÉDIRE

SCORE ATTRITION
Étape 2/6 : 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

Table d'analyse

Contenu de la table indicateurs:
Extrait des 100 premières observations:

id_client	cibleScore	categorie_client	contactAddress	contactEmail	contactPhone	Country	Top_PType1_Nonalimentaire_6M	Qty_PType1_Nonalimentaire_6M	nb_Purchase_F
6645947	1	Categorie 1	1	1	1	FR	1	21	6
6784846	0	Categorie 1	0	1	1	FR	1	9	5
6528965	0	Categorie 1	1	0	0	FR	1	2	2
2364886	0	Categorie 1	1	1	1	FR	1	3	2

Étape 2 : vous obtenez un extrait des données importées et vous pouvez vérifier la cohérence de chaque contacts qui la composent.

Copyright © 2023 - MGS Solutions

Étape 3 : Choisissez ensuite le libellé (nom) de cette analyse. Cette étape est primordiale. Ce nom sera utilisé dans le déploiement. Il faut donc éviter les espaces, les accents et autres caractères spéciaux.

The screenshot shows the 'PRÉDIRE' (Predict) interface in the Datacadabra AI Toolbox. The main heading is 'SCORE ATTRITION' with the sub-heading 'Étape 3/6 : Paramétrage'. A text input field labeled 'Libellé du score à construire:' contains the text 'Score_attrition'. Below this, there is a 'VARIABLES' section with four tabs: 'variable CIBLE', 'variables BINAIRES', 'variables CONTINUES', and 'variables NOMINALES'. The 'variable CIBLE' tab is active, showing a list of variables with 'cibleScore' selected. At the bottom of the configuration area is a blue 'Valider' button. A red arrow points from the explanatory text above to the 'Score_attrition' input field.

datacadabra
AI TOOLBOX

PRÉDIRE

SCORE ATTRITION
Etape 4/6 : Discrétisation et choix des variables

VARIABLES

Discrétisation Choix des variables

Variable	Classe 1 : De	Classe 1 : À	Classe 2 : De	Classe 2 : À
Top_PType1_Nonalimentaire_6M	0	0	1	1
Qty_PType1_Nonalimentaire_6M	0	58	58	76
nb_Purchase_PType1_Nonalimentaire_6M	0	6	6	38
nb_Month_Purchase_PType1_Nonalimentaire_6M	0	4	4	7

Copyright © 2023 - MGS Solutions

Étape 4 : Afin d'optimiser la performance du modèle, datacadabra va discrétiser les variables continues. Vous avez la possibilité de modifier les bornes de classes. A noter que les bornes proposées sont les bornes optimales.

The screenshot displays the 'datacadabra AI TOOLBOX' interface. On the left is a navigation sidebar with icons for 'Accueil', 'Préparer', 'Segmenter', 'Decrire', 'Predire', 'Prévision', 'Acquisition', 'Fidélisation', 'Fin de cycle', 'Score d'attrition', 'Autres méthodes', 'Sulvre', 'Cartographe', 'Cibler', 'Administration', 'Explorer', and 'Administration'. The 'Predire' section is expanded, showing 'Score d'attrition' as the selected method. The main area is titled 'PRÉDIRE' and contains the following information:

- SCORE ATTRITION**
Etape 5/6 : Synthèse de votre analyse
- Rappel de la méthode choisie :**
Module:Prédire
Méthode:Score d'attrition
Coût: inclus dans votre offre
- Paramètres d'exécution:**
Nom du score: Score_attrition
Nom de la variable cible: cibleScore
- Liste des variables explicatives en entrée:**
categorie_client_2
categorie_client_3
contactAddress_2
contactEmail_2
contactPhone_2
Country_2
Country_3
Country_4
Country_5
Top_PType1_Nonalimentaire_6M_2
Qty_PType1_Nonalimentaire_6M_2
nb_Purchase_PType1_Nonalimentaire_6M_2
nb_Month_Purchase_PType1_Nonalimentaire_6M_2
Income_PType1_Nonalimentaire_6M_2
Discount_PType1_Nonalimentaire_6M_2
Top_PType1_Nonalimentaire_4M_2
Qty_PType1_Nonalimentaire_4M_2
nb_Purchase_PType1_Nonalimentaire_4M_2
nb_Month_Purchase_PType1_Nonalimentaire_4M_2

An orange callout box with a red arrow pointing to the 'Paramètres d'exécution' section contains the text: 'Étape 5 : Vous avez ici un récap de l'ensemble des variables choisies. Au clic sur Valider, vous lancez le calcul du score.'

Copyright © 2023 - MGS Solutions

Étape 6 : Découvrez les résultats de votre score directement dans l'interface.
Au clic sur valider vous obtenez également ces résultats au format .xls.

RÉSULTATS

Coefficients du modèle Courbe de lift Courbe de rendement Equation de modèle

Rechercher...

Variables	Coefficients
CONSTANTE	-1.5446
nb_Month_Purchase_4M_2	1.0093
Qty_Canal_Caisse_12M_3	-0.6143
delai_PType2_BOULANGERIEPATISSERIE_12M_3	0.4064
nb_Purchase_PType1_Alimentaire_1M_3	-17
nb_Purchase_Canal_Caisse_6M_2	0.4201
delai_PType2_EPICERIE_12M_4	0.3299
delai_PType2_BOISSONS_12M_3	0.2704

PRÉDIRE / ACTIVER/DESACTIVER VOTRE SCORE

Une fois votre score réalisé, il vous faudra l'activer depuis la page d'accueil. Si par la suite vous n'utilisez plus votre score, vous pouvez le désactiver depuis la même page pour qu'il ne ressorte plus dans la liste des ciblages. Il ne sera plus exporté non plus.

Module	Méthode			
Predire	Score d'attrition			
Cibler	Aucun libellé	2023-03-07 11:12:23	XLS	
Predire	Score d'attrition	2023-03-07 11:05:27	XLS	Activer
Predire	Score d'attrition	2023-03-07 11:04:55		
Segmenter	RFM	2023-03-07 10:54:57	XLS TXT	
Predire	Score d'attrition	2023-03-07 09:21:10		
Predire	Score d'attrition	2023-03-07 09:19:26		
Segmenter	RFM	2023-03-07 09:18:57		
Predire	Score d'attrition	2023-03-06 14:25:29	XLS	Activer
Préparer	Devenir des nouveaux	2023-02-28 10:41:33	XLS XLS	Lancer

[Voir toutes mes analyses](#)



PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE /
PRÉPARER DE NOUVELLES DONNÉES

PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE / PRÉPARER DE NOUVELLES DONNÉES

PRÉPARER

SCORE D'ATTRITION

ÉTAPE 1/2 : POUR CONSTRUIRE L'ÉCHANTILLON POUR VOTRE SCORE, CHOISISSEZ LE NOMBRE DE MOIS SUR LESQUELS DOIT ÊTRE CALCULÉE L'INACTIVITÉ :

Date de référence :

18/03/2022

Durée de prédiction en mois :

6

FILTRES

Segmentation :

— tous segments —

Magasin de rattachement :

— tous clients —

Catégorie client :

— tous clients —


Choisissez la date de référence de votre analyse et la durée de prédiction. Par exemple si vous réalisez un score au 18/10/22 sur une période de 3 mois. Alors le score se calculera du 18/10/22 au 18/01/23.

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

PRÉPARER

VOS DONNÉES POUR UN SCORE D'ATTRITION

 Fichier format

 Fichier donnees

Lancer un score d'attrition

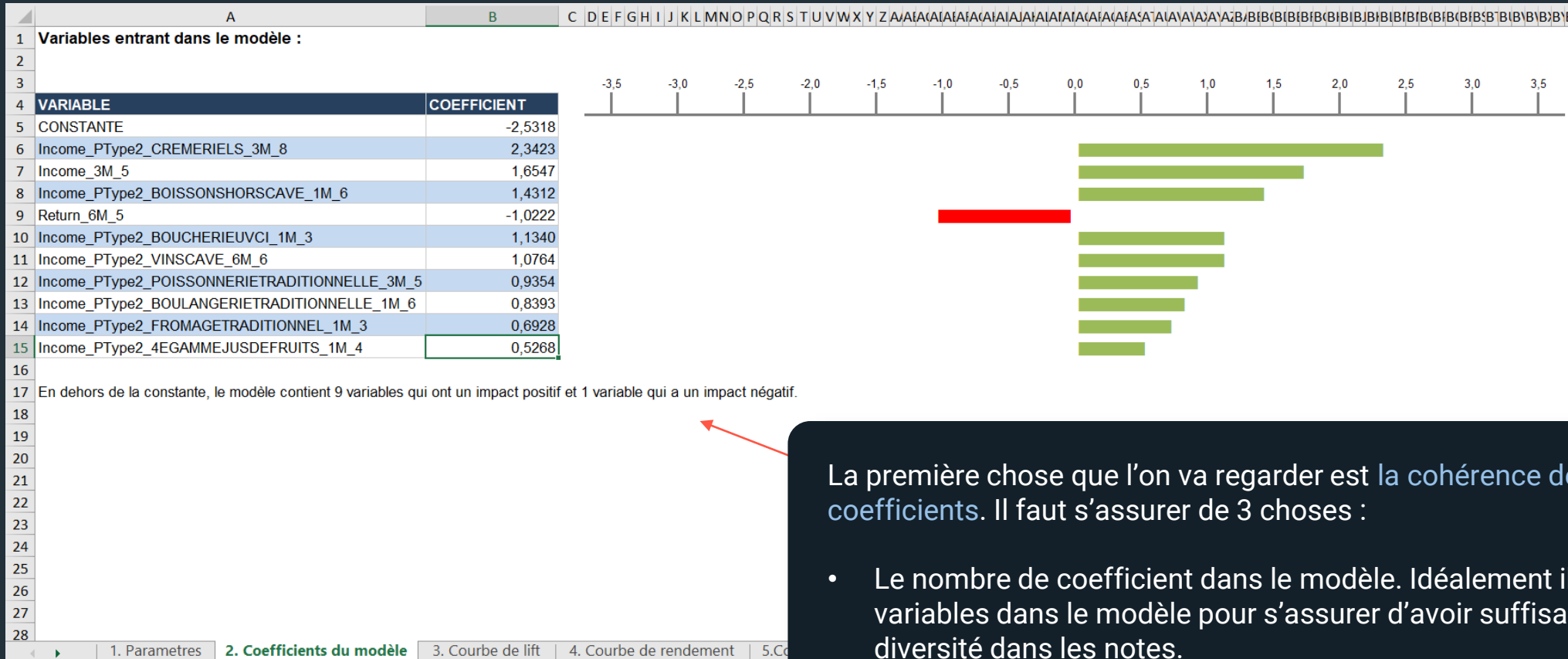
Une fois votre sélection validée et après un temps d'attente (plus ou moins long selon la complexité de l'analyse et la taille de votre base de données), retrouvez le fichier correspondant à vos données préparées.

Vous avez alors la possibilité de lancer votre score. Et suivre les slides 15 à 19 de ce document.



PRÉDIRE / SCORE D'ATTRITION/
FOCUS SUR VOTRE RAPPORT

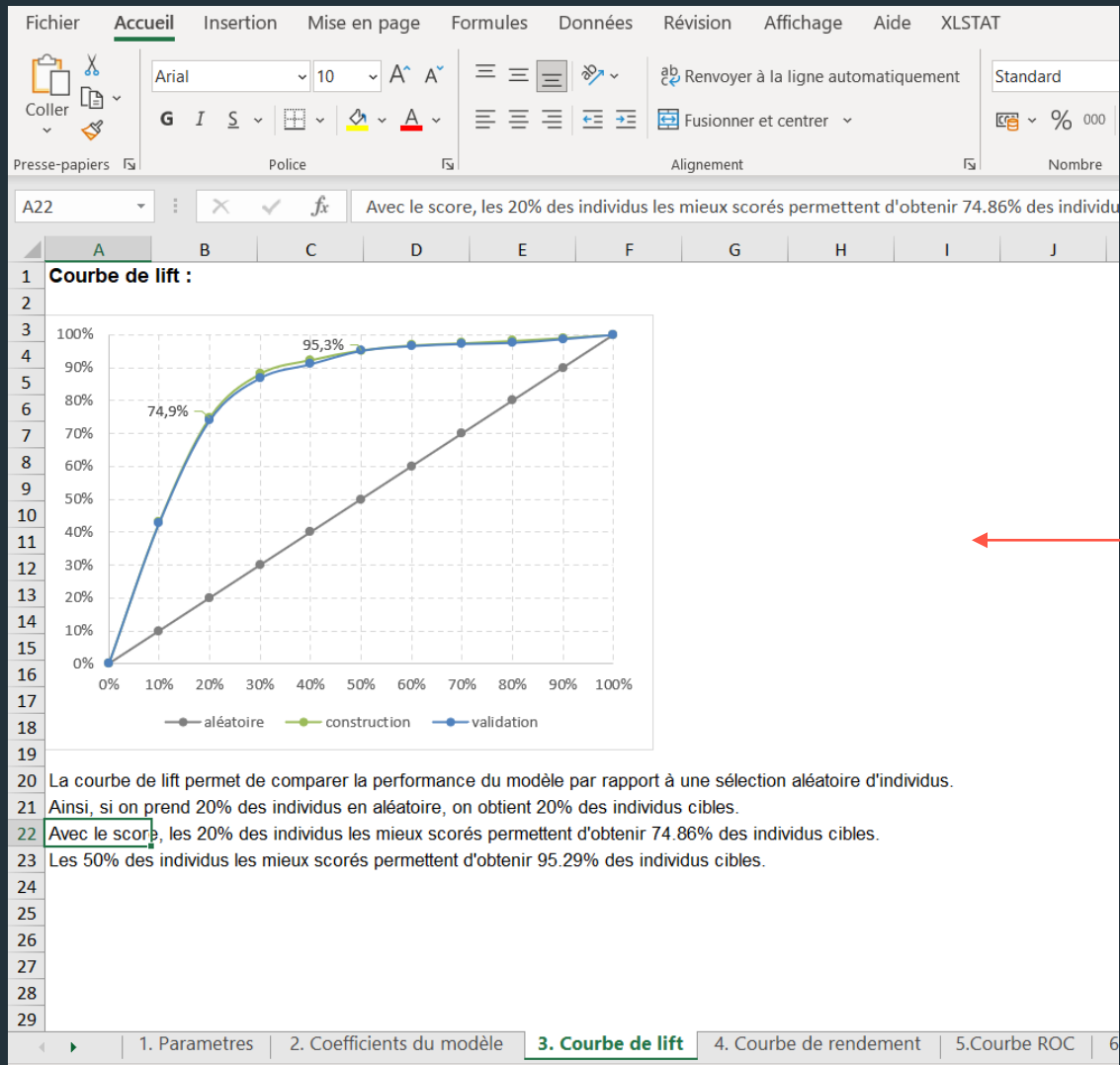
PRÉDIRE / SCORE D'ATTRITION / FOCUS SUR VOTRE RAPPORT



La première chose que l'on va regarder est la **cohérence des coefficients**. Il faut s'assurer de 3 choses :

- Le nombre de coefficient dans le modèle. Idéalement il faut 6/7 variables dans le modèle pour s'assurer d'avoir suffisamment de diversité dans les notes.
- La pertinence métier des variables intégrées (est-ce que le sens du coefficient paraît logique avec votre expérience du sujet).
- Le fait que les coefficients ne présentent pas de valeurs aberrantes (supérieures à + ou - 3).

PRÉDIRE / SCORE D'ATTRITION / FOCUS SUR VOTRE RAPPORT

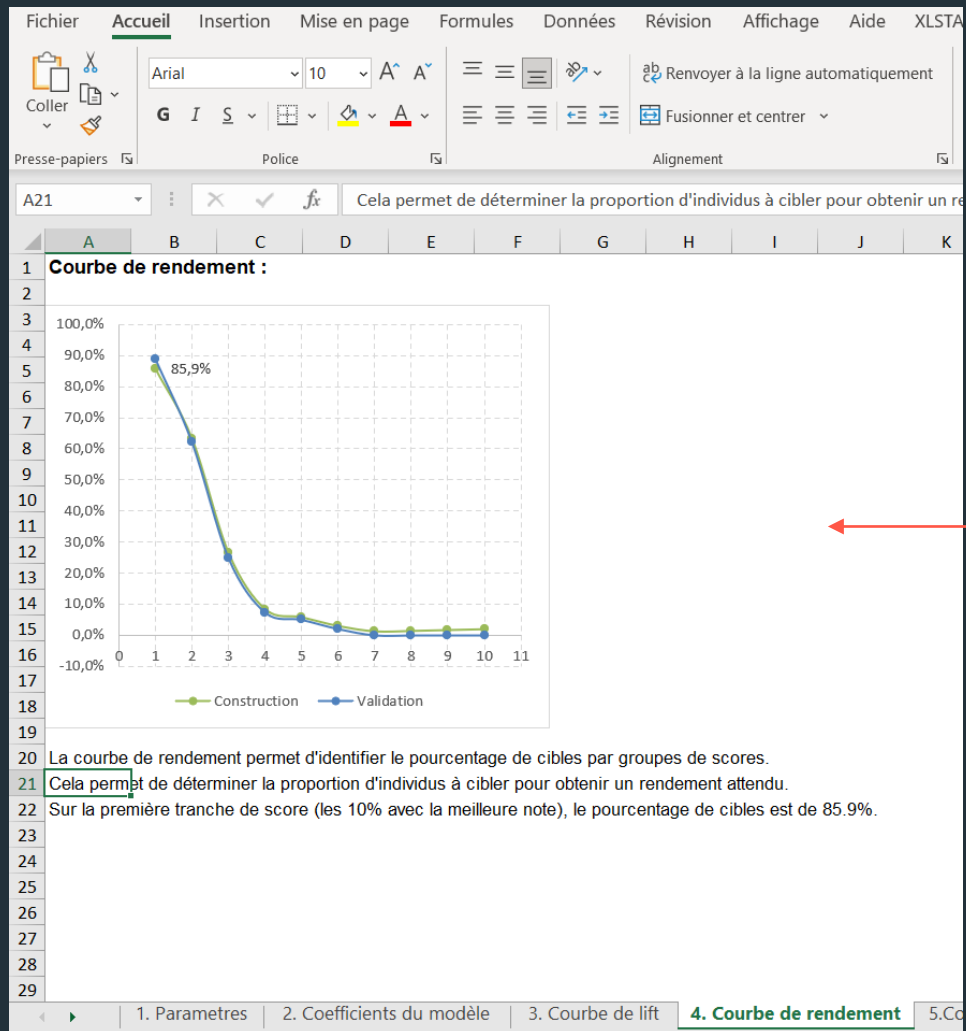


On va ensuite regarder la courbe de lift.

Ici le but est de voir l'effet de levier du modèle par rapport à l'aléatoire. On regarde souvent le seuil de 50%. Avec une sélection aléatoire 50% du potentiel, donne 50% des ventes. Avec un score, on doit obtenir beaucoup plus. Ici on obtient 95% des ventes, ce qui est excellent. A partir de 75% on peut considérer que le modèle est bon. A partir de 70% c'est acceptable.

Il convient aussi de vérifier que les courbes des échantillons de Construction et de Validation (courbes bleues et vertes) sont très proches l'une de l'autre et que donc le modèle sera stable dans le temps.

PRÉDIRE / SCORE D'ATTRITION / FOCUS SUR VOTRE RAPPORT

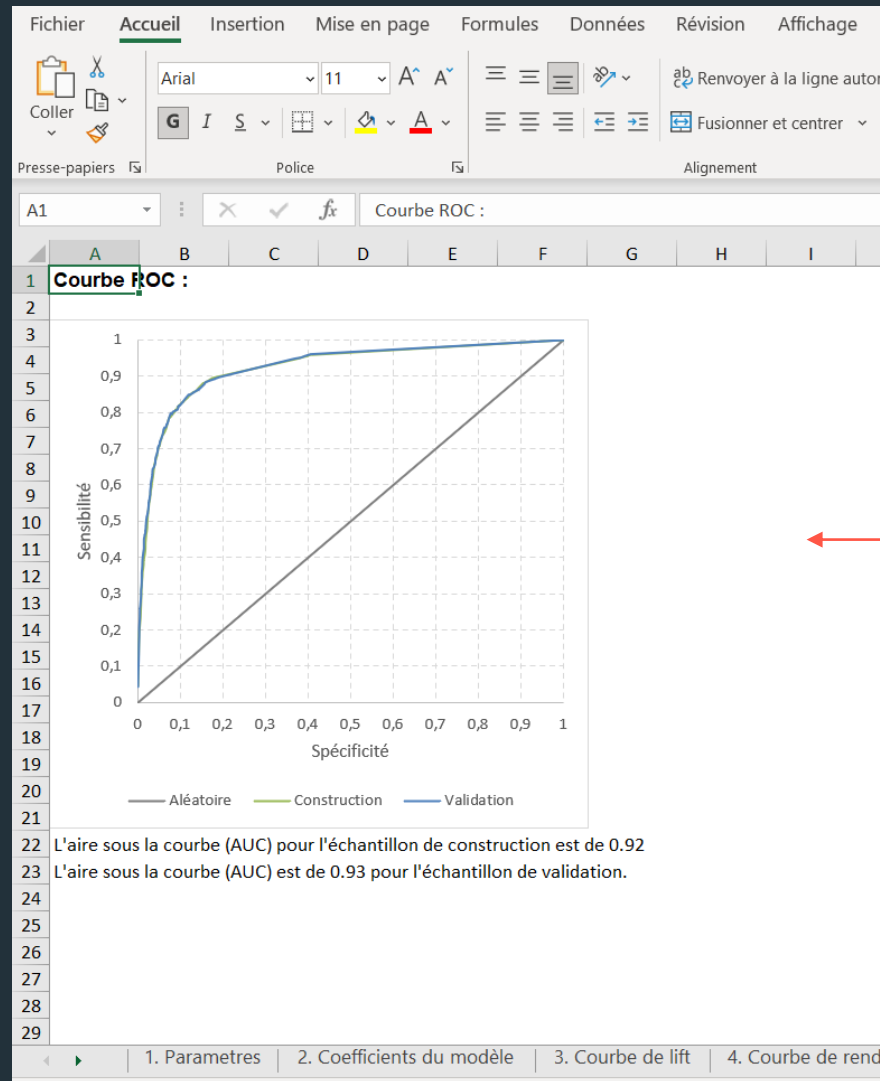


On s'intéresse ensuite la **courbe de rendement** qui va surtout servir à déterminer le potentiel intéressant en termes de ciblage.

Ici on voit que sur la première tranche, 85,9% des clients vont faire ce que l'on attend d'eux (acheter le produit, devenir inactif,...). Sur la 2^e tranche, on descend à 62% et on arrive à 25% sur la tranche 3.

On va donc pouvoir déterminer jusqu'à quel niveau du potentiel global on va descendre. Chaque tranche représente 10%. Si le potentiel total est de 500 000 contacts, alors les 3 premières tranches représentent un volume de 150 000 contacts par exemple.

PRÉDIRE / SCORE D'ATTRITION / FOCUS SUR VOTRE RAPPORT



Dernier élément de contrôle : la courbe ROC. Ici de la même manière l'aire sous la courbe doit être supérieure à 75%

Les bénéfices



Vous avez maintenant la possibilité de prédire la tombée en inactivité de votre base de données.



Cette information essentielle va vous permettre de mieux cibler vos actions marketing dédiées à l'attrition.



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