

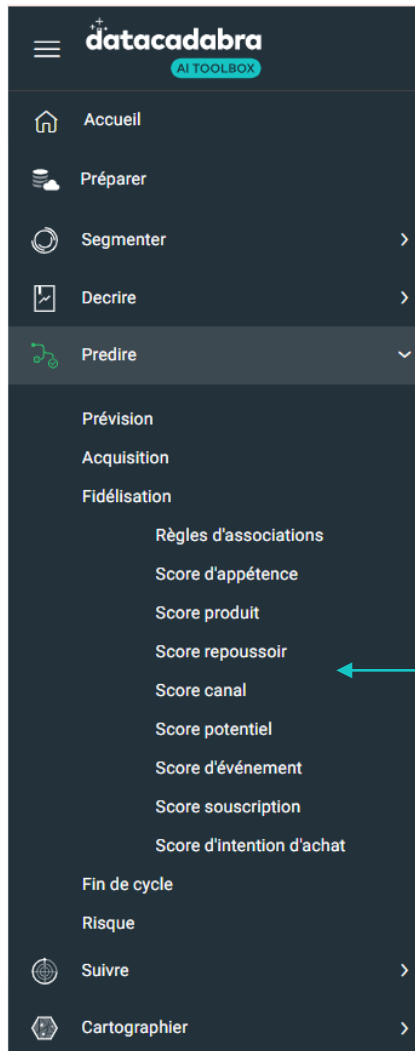
GUIDE DE PRISE EN MAIN

Le module **Prédire** 

1. <u>PRÉDIRE / LE MENU</u>	page 3
2. <u>PRÉDIRE / HISTORIQUE</u>	page 5
3. <u>PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE</u>	page 7
4. <u>PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE / PRÉPARATION DES DONNÉES</u>	page 13
5. <u>PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE / UTILISER DES DONNÉES PRÉPARÉES</u>	page 15
6. <u>PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE / PRÉPARER DE NOUVELLES DONNÉES</u>	page 23
7. <u>PRÉDIRE / SCORE PRODUIT / FOCUS SUR VOTRE RAPPORT</u>	page 27
8. <u>PRÉDIRE / SCORE PRODUIT / BÉNÉFICES</u>	page 31



PRÉDIRE / LE MENU



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'appétence, cliquez sur l'onglet Fidélisation.



PRÉDIRE / HISTORIQUE

datacadabra AI TOOLBOX

SOLUTIONS

Des outils pour exploiter vos données sur toute la chaîne Data :

1. Préparation simplifiée 2. Analyses packagées 3. Activation clients 4. Modules complémentaires

Préparer vos données de manière simplifiée pour réaliser tout type d'analyse

PRÉPARER
Préparez vos données pour vos analyses
GO !

Mes dernières analyses

Module	Méthode	Date
Suivre	Recrutement - TDB Recrutement du 18/09/2024 à 09h28	2024-09-18 09:27:18
Préparer	Score produit - API Automatisation	2024-09-18 10:07:02
Préparer	Recrutement - Préparer tableau de bord recrutement du 18-09-2024	2024-09-18 09:34:20
Préparer	Recrutement - Préparer tableau de bord recrutement du 18-09-2024	2024-09-18 09:14:23
Segmenter	RFM - RFM Segmentation 2024-09-13 at 15:19	2024-09-13 15:19:32

[Voir toutes mes analyses](#)

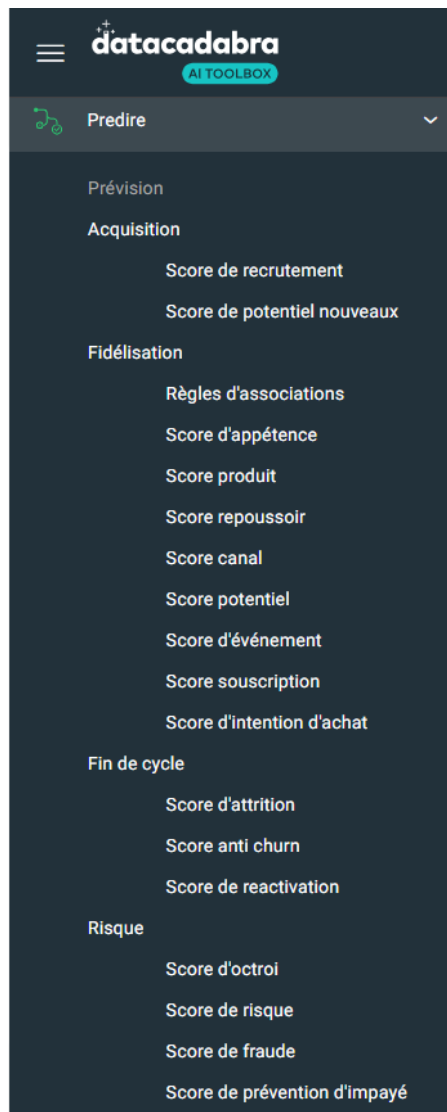
Retrouvez vos précédentes analyses dans l'onglet Accueil.

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 DES 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'ÉVÉNEMENT

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'événement est particulièrement utile pour identifier les clients présentant une forte probabilité de survenance de l'événement 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.



datacadabra
AI TOOLBOX

PRÉDIRE / SCORE PRODUIT

Qu'est-ce que c'est ?

Le score de produit est un score utilisé en marketing afin de déterminer la probabilité qu'un client achète prochainement le produit que vous souhaitez mettre en avant.
Le score produit est particulièrement utile pour le ciblage des campagnes promotionnelles sur certains produits en permettant de distinguer les clients appétents (et donc sur lesquels il n'est pas nécessaire de faire d'offre) de clients moins appétents pour lesquels la promotion va permettre de vendre plus.

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.

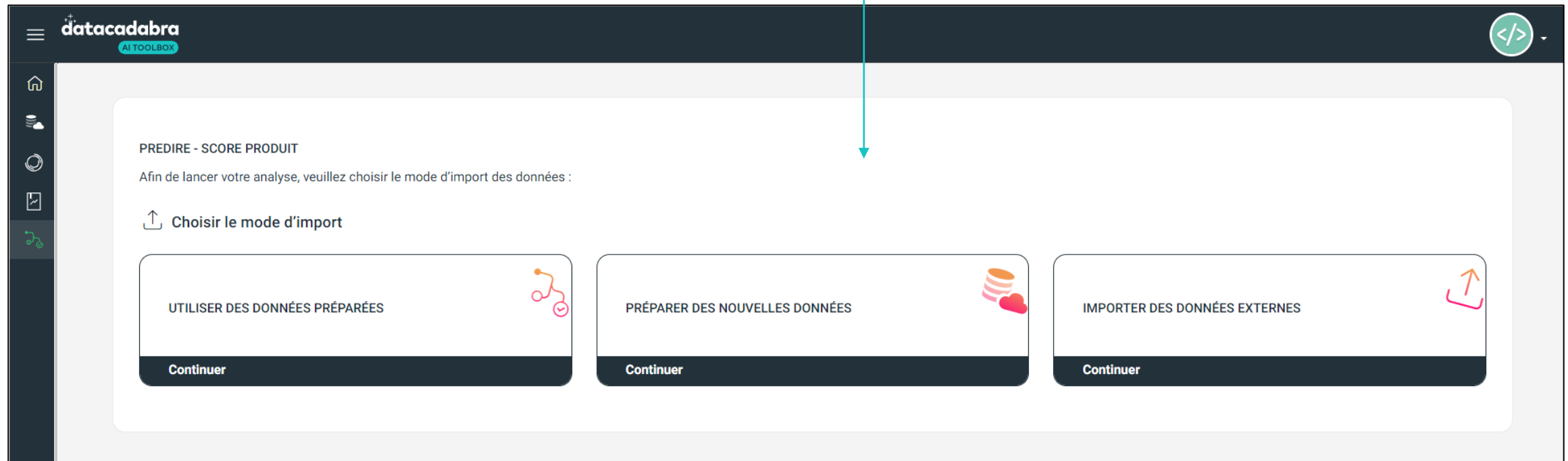
Lancer l'analyse

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. At the top left, the logo 'datacadabra AI TOOLBOX' is visible. A sidebar on the left contains navigation icons. The main content area is titled 'PRÉDIRE - SCORE PRODUIT' and contains the instruction: 'Afin de lancer votre analyse, veuillez choisir le mode d'import des données :'. Below this, there is a button labeled 'Choisir le mode d'import'. Three options are presented in rounded rectangular cards, each with an icon and a 'Continuer' button at the bottom:

- UTILISER DES DONNÉES PRÉPARÉES**: Represented by a pink icon of a network or graph.
- PRÉPARER DES NOUVELLES DONNÉES**: Represented by a pink icon of a database cylinder with a red heart.
- IMPORTER DES DONNÉES EXTERNES**: Represented by a pink icon of an upward arrow pointing into a bracket.

A blue arrow from the text box above points to the 'Choisir le mode d'import' button.



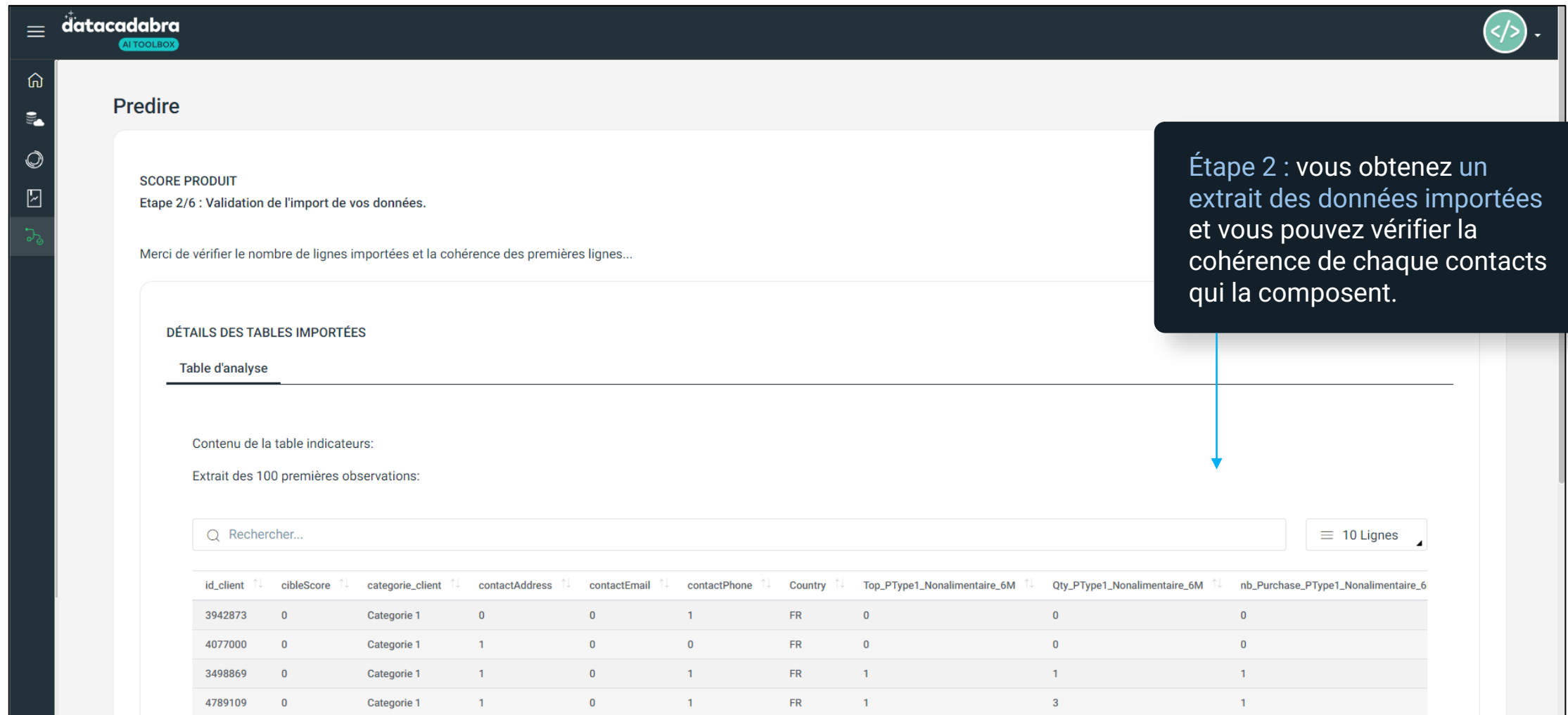
PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE /
UTILISER DES DONNÉES PRÉPARÉES

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.

The screenshot shows the 'datacadabra AI TOOLBOX' interface. The main heading is 'PREDIRE SCORE PRODUIT'. Below it, a text instruction reads: 'Pour lancer votre analyse, veuillez choisir les données préparées à utiliser depuis l'historique ci-dessous :'. A search bar is present above a table with 5 rows. The table columns are: Module, Méthode, Date, Liens, and Action. Each row contains a 'Préparer' icon, a method name, a timestamp, two XLS file icons, and a 'Lancer' button. A blue arrow points to the 'Lancer' button of the second row. Below the table, it says 'Affichage de 1 à 5 sur 5 entrées' and a pagination control shows '1' in a circle with left and right arrows.

Module	Méthode	Date	Liens	Action
Préparer	Score produit - API Automatisation	2024-09-25 13:38:32		Lancer
Préparer	Score produit - API Automatisation	2024-09-25 11:02:18		Lancer
Préparer	Score produit - API Automatisation	2024-09-25 10:57:01		Lancer
Préparer	Score produit - API Automatisation	2024-09-23 14:06:04		Lancer
Préparer	Score produit	2020-10-30 16:45:06		Lancer



datacadabra
AI TOOLBOX

Predire

SCORE PRODUIT
Etape 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:

Rechercher... 10 Lignes

id_client	cibleScore	categorie_client	contactAddress	contactEmail	contactPhone	Country	Top_PType1_Nonalimentaire_6M	Qty_PType1_Nonalimentaire_6M	nb_Purchase_PType1_Nonalimentaire_6
3942873	0	Categorie 1	0	0	1	FR	0	0	0
4077000	0	Categorie 1	1	0	0	FR	0	0	0
3498869	0	Categorie 1	1	0	1	FR	1	1	1
4789109	0	Categorie 1	1	0	1	FR	1	3	1

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 'Predire' interface in the Datacadabra AI toolbox. The page title is 'Predire' and the subtitle is 'SCORE PRODUIT'. The current step is 'Etape 3/6 : Paramétrage'. The main task is to define the 'Libellé du score a construire:' (Label of the score to be built), which is currently set to 'Score_produit'. Below this, there is a 'VARIABLES' section with four tabs: 'variable CIBLE' (selected), 'variables BINAIRES', 'variables CONTINUES', and 'variables NOMINALES'. Under the 'variable CIBLE' tab, the variable 'cibleScore' is listed. At the bottom of the interface is a large, colorful 'Valider' button.

datacadabra
AI TOOLBOX

Predire

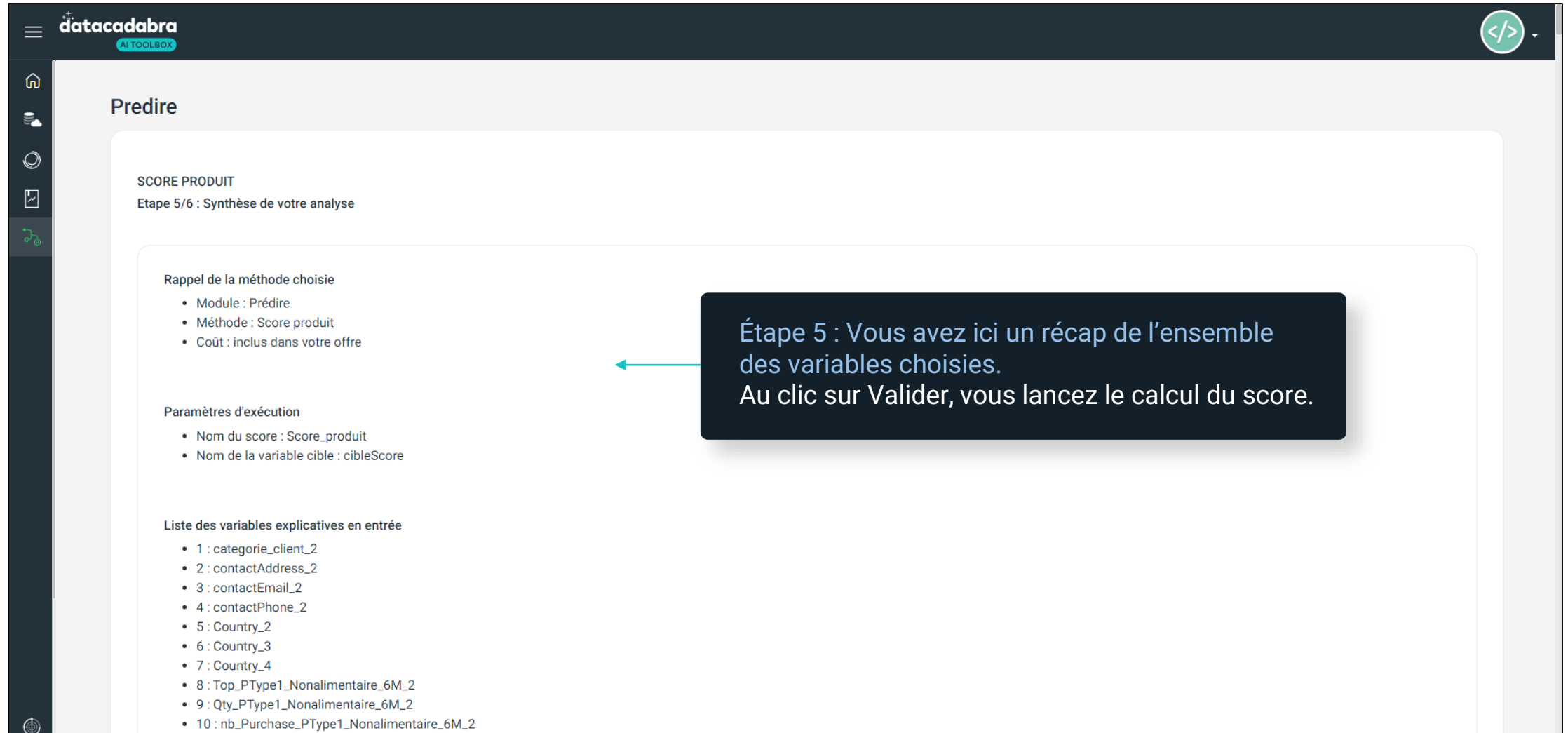
SCORE PRODUIT
Etape 4/6 : Discrétisation et choix des variables

VARIABLES

Discrétisation Choix des variables

Variable	Classe 1 : De		Classe 1 : À	Classe 2 : De		Classe 2 : À
Top_PType1_Nonalimentaire_6M	0	à	0	0	à	1
Qty_PType1_Nonalimentaire_6M	0	à	0	0	à	5
nb_Purchase_PType1_Nonalimentaire_6M	0	à	0	0	à	2
nb_Month_Purchase_PType1_Nonalimentaire_6M	0	à	0	0	à	2

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 shows the 'Prédire' (Predict) interface in the Datacadabra AI toolbox. The page title is 'Prédire' and the sub-header is 'SCORE PRODUIT'. The current step is 'Etape 5/6 : Synthèse de votre analyse'. The interface is divided into three sections:

- Rappel de la méthode choisie**
 - Module : Prédire
 - Méthode : Score produit
 - Coût : inclus dans votre offre
- Paramètres d'exécution**
 - Nom du score : Score_produit
 - Nom de la variable cible : cibleScore
- Liste des variables explicatives en entrée**
 - 1 : categorie_client_2
 - 2 : contactAddress_2
 - 3 : contactEmail_2
 - 4 : contactPhone_2
 - 5 : Country_2
 - 6 : Country_3
 - 7 : Country_4
 - 8 : Top_PType1_Nonalimentaire_6M_2
 - 9 : Qty_PType1_Nonalimentaire_6M_2
 - 10 : nb_Purchase_PType1_Nonalimentaire_6M_2

A dark blue callout box with white text and a teal arrow pointing to the left is overlaid on the right side of the interface. The text in the callout box reads: 'Étape 5 : Vous avez ici un récap de l'ensemble des variables choisies. Au clic sur Valider, vous lancez le calcul du score.'

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

The screenshot shows the 'Predire' interface in the Datacadabra AI toolbox. The page title is 'Predire' and the sub-header is 'SCORE PRODUIT'. Below this, it indicates 'Etape 6/6 : Résultats de votre analyse'. A message states: 'Le calcul de votre score produit est terminé, vous trouverez ci-dessous une synthèse des résultats ainsi que le fichier de résultats (rapport excel)'. There is an XLS icon representing the report file. The main section is titled 'RÉSULTATS' and has four tabs: 'Coefficients du modèle' (selected), 'Courbe de lift', 'Courbe de rendement', and 'Equation de modèle'. Below the tabs is a search bar labeled 'Rechercher...'. A table displays the model coefficients:

Variables	↑↓	Coefficients	↑↓
CONSTANTE		-0.561	
delai_jour_3		-0.7808	
qte_BASIC_3		0.614	
contact_email_2		0.6249	
remise_IMAGE_3		1.0095	
remise_ESSENTIEL_3		0.7911	
nb_ha_3		1.0265	

PRÉDIRE / ACTIVER/DESACTIVER VOTRE SCORE

The screenshot shows the Datacadabra AI Toolbox interface. At the top, there is a navigation bar with the Datacadabra logo and an 'AI TOOLBOX' label. Below the navigation bar, there is a sidebar with various icons. The main content area is titled 'SOLUTIONS' and contains a list of tools: '1. Préparation simplifiée', '2. Analyses packagées', '3. Activation clients', and '4. Modules complémentaires'. The '1. Préparation simplifiée' option is selected. Below this, there is a call to action button that says 'PRÉPARER' and 'Préparez vos données pour vos analyses'. Below the call to action, there is a section titled 'Mes dernières analyses' which contains a table with two rows of analysis results. Each row has columns for 'Module', 'Méthode', 'Date', 'Liens', and 'Action'. The 'Action' column contains a green 'Activer' button. A dark blue callout box with white text is overlaid on the right side of the interface, pointing to the 'Activer' button in the table. The callout text reads: '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 ciblage. Il ne sera plus exporté non plus.'

SOLUTIONS
Des outils pour exploiter vos données sur toute la chaîne Data :

1. Préparation simplifiée 2. Analyses packagées 3. Activation clients 4. Modules complémentaires

Préparer vos données de manière simplifiée pour réaliser tout type d'analyse

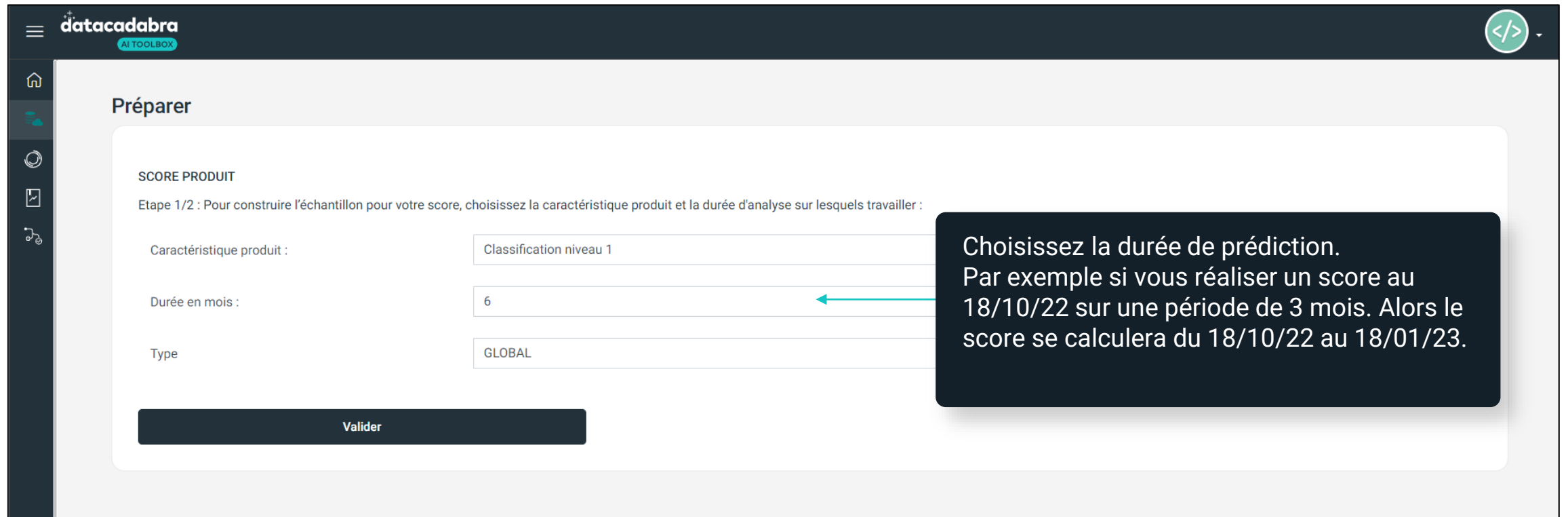
PRÉPARER
Préparez vos données pour vos analyses
GO !

Mes dernières analyses

Module	Méthode	Date	Liens	Action
Prédire	Score produit - Score_produit	2024-09-25 15:16:18		Activer
Prédire	Score produit - Score_produit	2024-09-25 15:04:35		Activer



PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE /
PRÉPARER DE NOUVELLES DONNÉES



datacadabra
AI TOOLBOX

Préparer

SCORE PRODUIT

Etape 1/2 : Pour construire l'échantillon pour votre score, choisissez la caractéristique produit et la durée d'analyse sur lesquels travailler :

Caractéristique produit : Classification niveau 1

Durée en mois : 6

Type : GLOBAL

Valider

Choisissez la durée de prédiction.
Par exemple si vous réaliser 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.

datacadabra
AI TOOLBOX

Préparer

SCORE PRODUIT

Etape 2/2 : choisissez désormais la valeur de la caractéristique produit choisie :

Libellé de votre préparation de données :

Choix du produit :

Montant minimum :

Valider

Choisissez ensuite sur quelle typologie de produits portera l'analyse

datacadabra AI TOOLBOX

Préparer

VOS DONNÉES POUR UN SCORE PRODUIT

Fichier format

Fichier donnees

Lancer un score produit

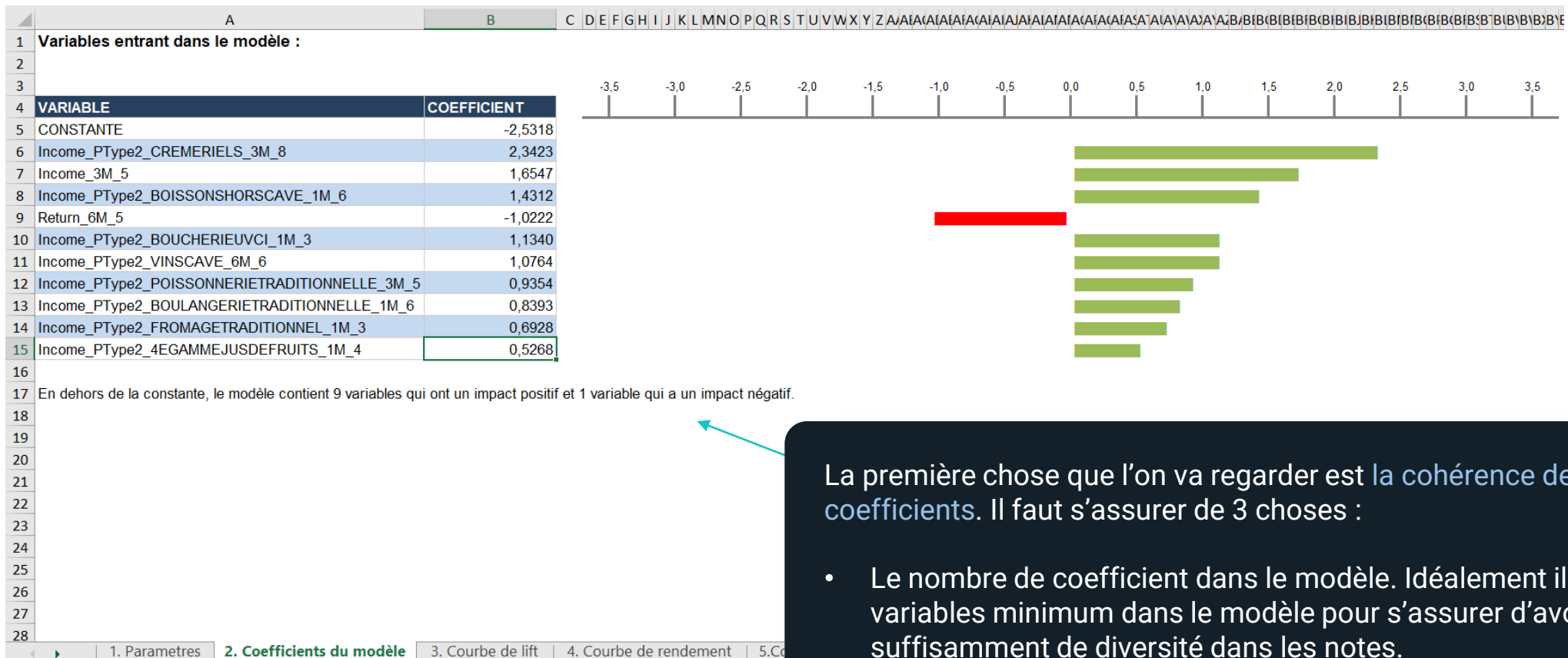
Une fois votre sélection validée et après un temps d'attente (plus ou moins long selon la complexité de l'analyse et la taille de votre base de données), retrouvez le fichier correspondant à vos données préparées.

Vous avez alors la possibilité de lancer votre score. Et suivre les slides 16 à 21 de ce document.



PRÉDIRE / SCORE PRODUIT/
FOCUS SUR VOTRE RAPPORT

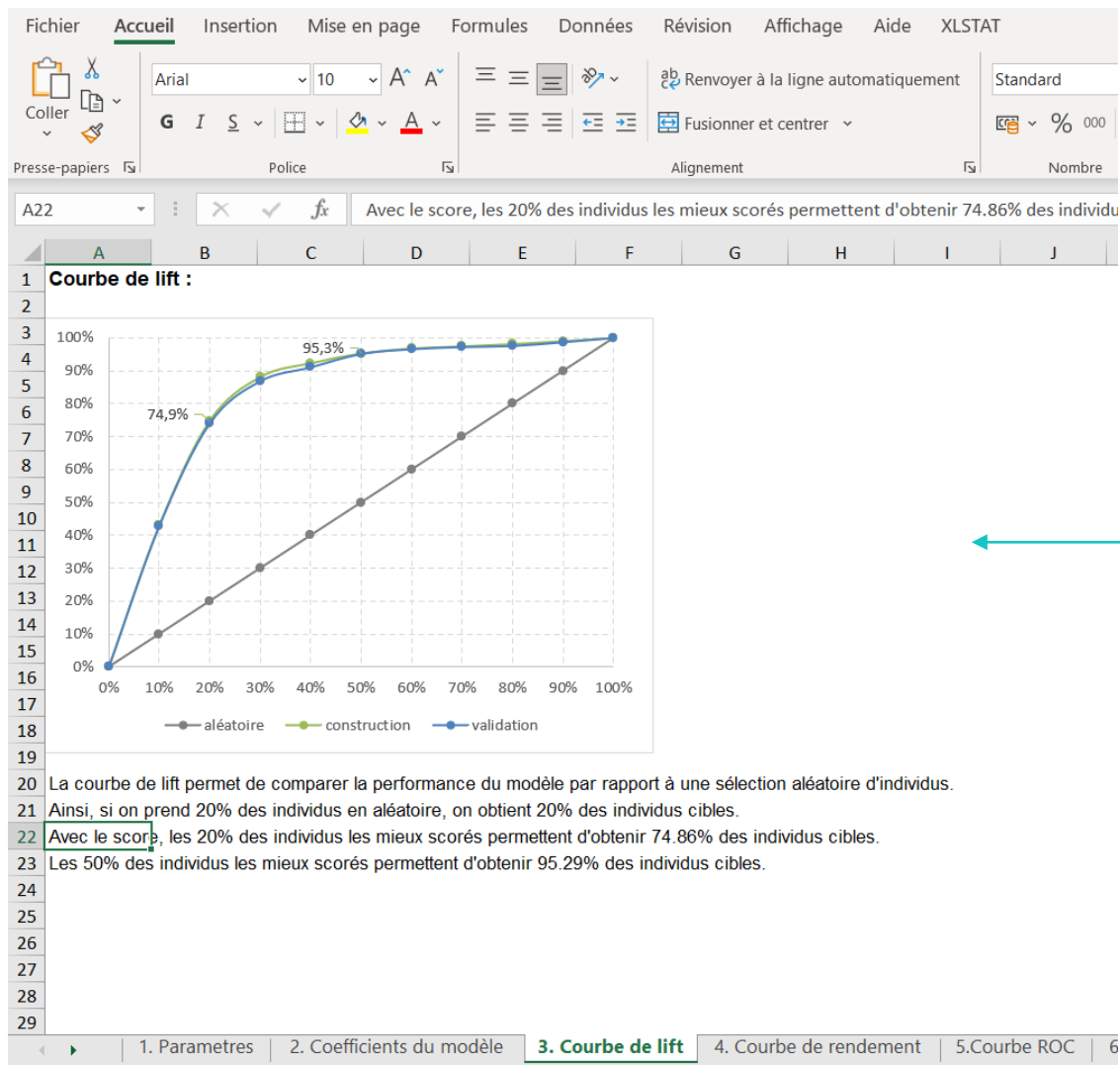
PRÉDIRE / SCORE PRODUIT / FOCUS SUR VOTRE RAPPORT



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 minimum 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).

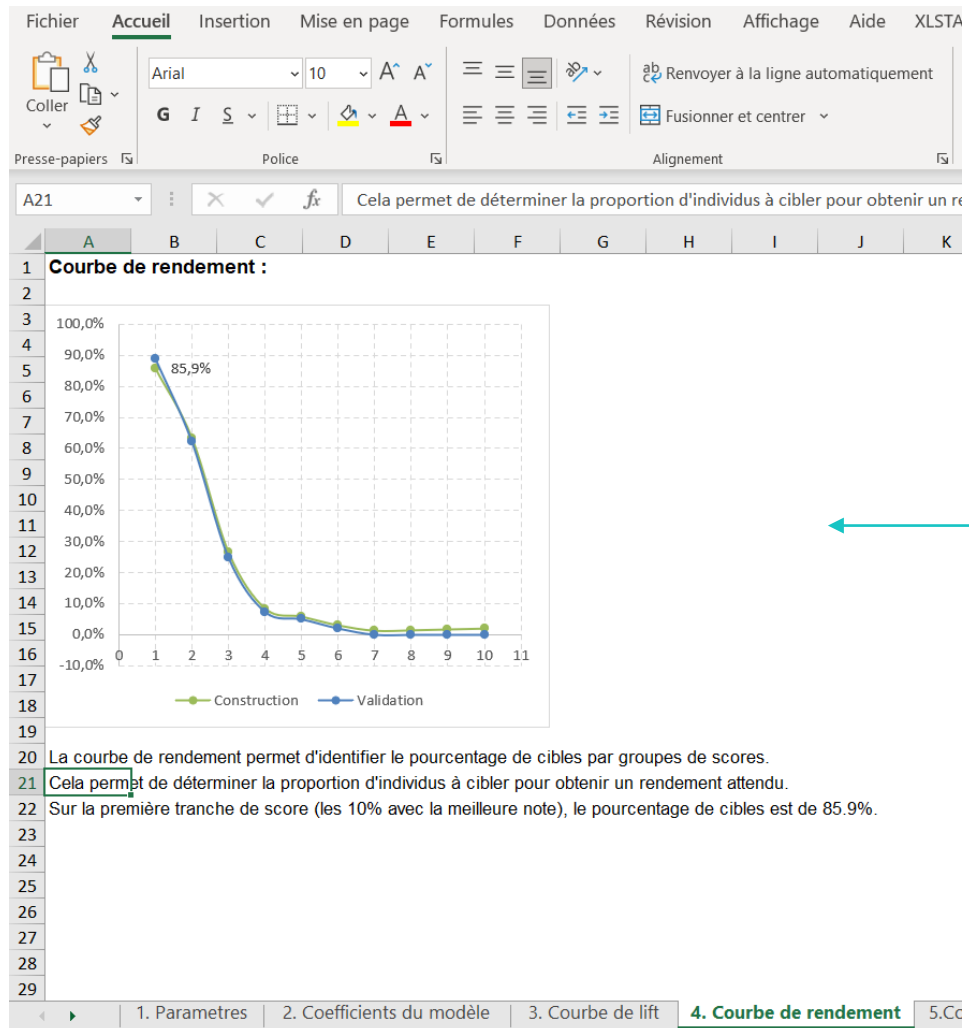
PRÉDIRE / SCORE PRODUIT / FOCUS SUR VOTRE RAPPORT



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.

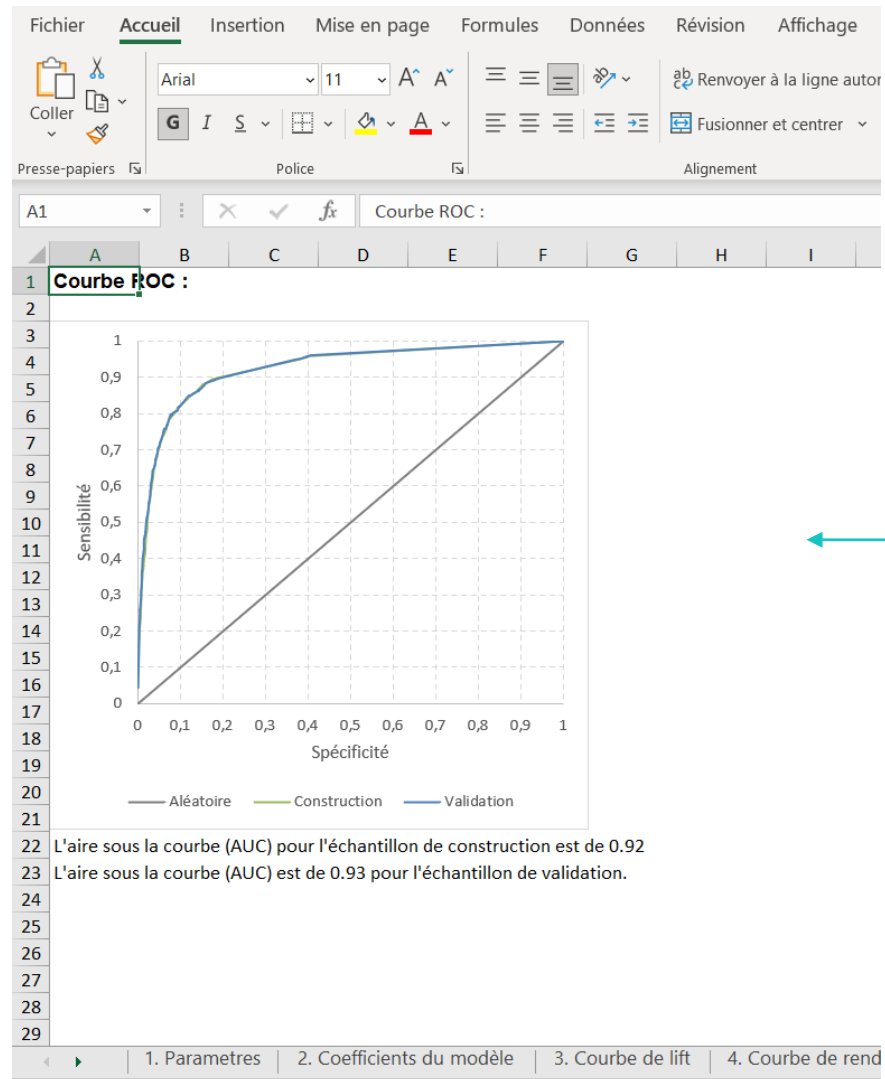
Il convient aussi de vérifier que les courbes des échantillons de Construction et de Validation (courbes bleues et vertes) sont très proches l'une de l'autre et que donc le modèle sera stable dans le temps.



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.



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

Les bénéfices



Déterminer la probabilité qu'un client achète prochainement le produit que vous souhaitez mettre en avant.



Exclure les clients appétents du ciblage de campagnes promotionnelles. En ciblant les clients moins appétents cela vous permettra de vendre plus à moindre coût.



Accroître le ROI en ciblant les clients les plus appétent



Réduire votre pression commerciale en ciblant strictement les clients les plus intéressés par vos produits



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