

# GUIDE DE PRISE EN MAIN

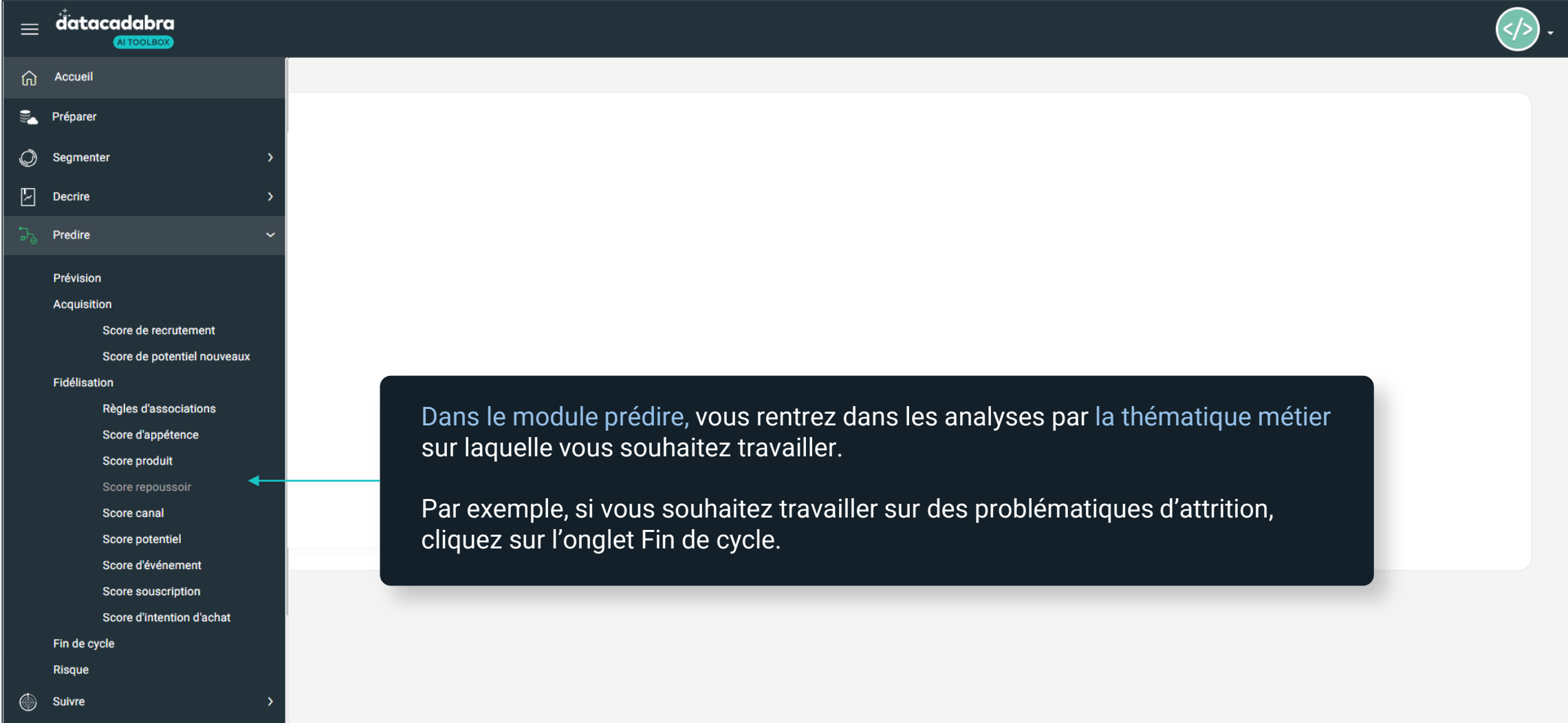
---

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 REPOUSSOIR / FOCUS SUR VOTRE RAPPORT</u>	page 26
8. <u>PRÉDIRE / SCORE REPOUSSOIR / BÉNÉFICES</u>	page 31



# PRÉDIRE / LE MENU



The screenshot shows the 'datacadabra AI TOOLBOX' interface. The left sidebar contains a navigation menu with the following items: Accueil, Préparer, Segmenter, Decrire, Prédire (expanded), Prévision, Acquisition (Score de recrutement, Score de potentiel nouveaux), Fidélisation (Règles d'associations, Score d'appétence, Score produit, Score repoussoir, Score canal, Score potentiel, Score d'événement, Score souscription, Score d'intention d'achat), Fin de cycle, Risque, and Suivre. A callout box points to 'Score repoussoir' with the 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.'



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](#)

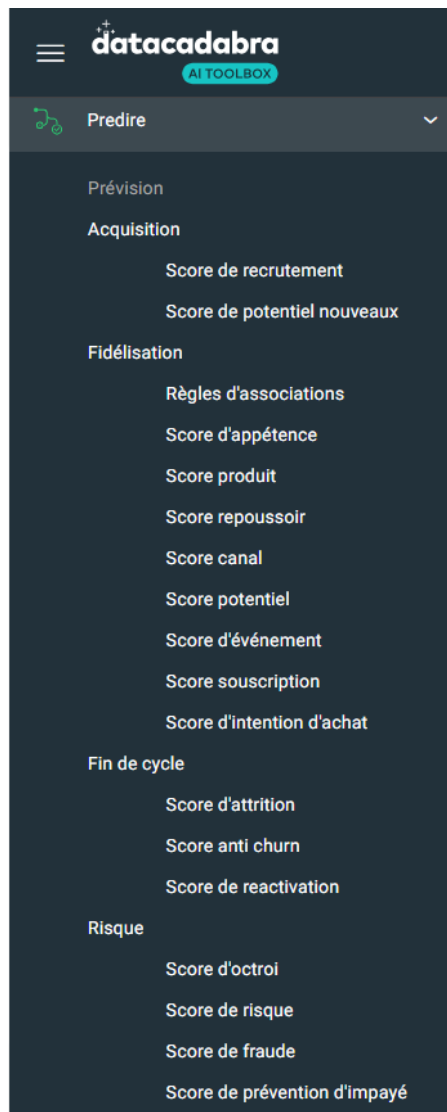
Retrouvez vos précédentes analyses dans l'onglet Accueil.

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

## PREDIRE / SCORE REPOUSSOIR

### Qu'est-ce que c'est ?

Le score repoussoir est un score utilisé en marketing afin 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.

### 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.

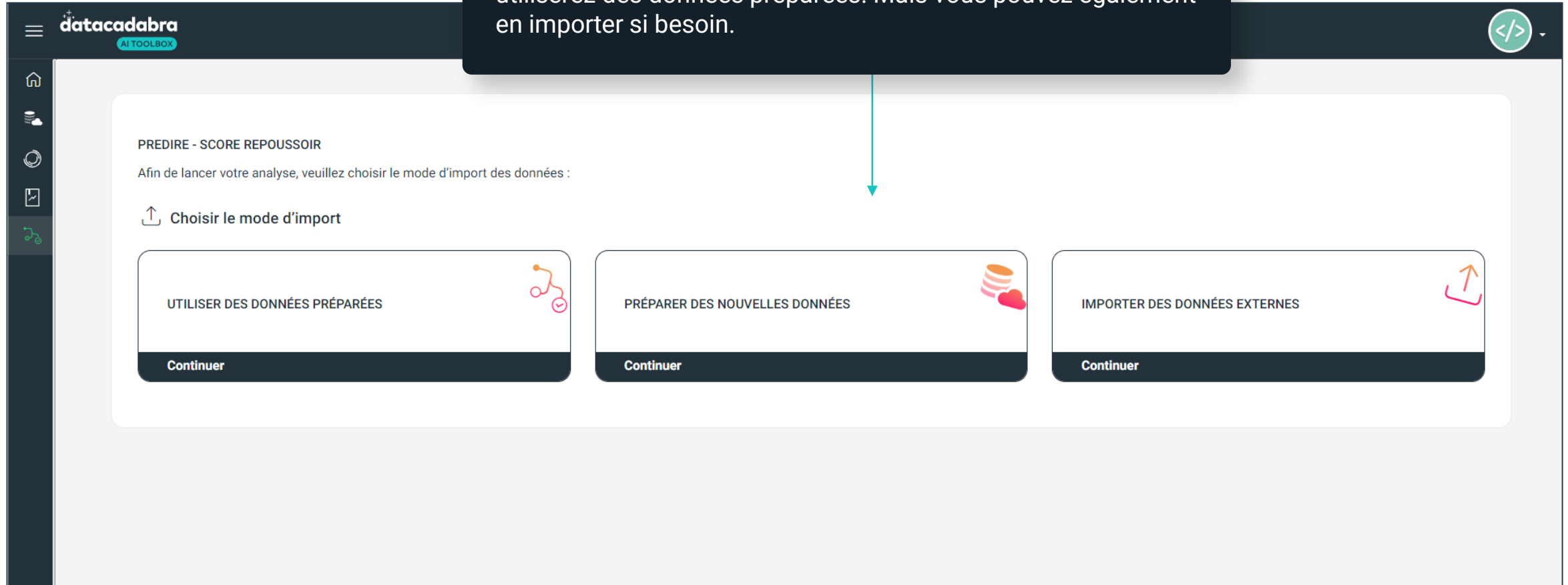
Lancer l'analyse

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 dark sidebar on the left contains navigation icons. The main content area is titled 'PRÉDIRE - SCORE REPOUSSOIR' 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 pink icon of a person and a checkmark)
- PRÉPARER DES NOUVELLES DONNÉES** (with a pink icon of a database and a plus sign)
- IMPORTER DES DONNÉES EXTERNES** (with a pink icon of an upload arrow)

A dark blue callout box at the top of the interface 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 blue arrow points from this callout box to the 'PRÉPARER DES NOUVELLES DONNÉES' option.







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 displays the 'datacadabra AI TOOLBOX' interface. The main heading is 'PREDIRE SCORE REPOUSSOIR'. 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 positioned above a table with the following columns: 'Module', 'Méthode', 'Date', 'Liens', and 'Action'. The table contains two entries, both with 'Préparer' as the module and 'Score repoussoir' as the method. The first entry is dated '2023-04-26 09:41:46' and the second '2023-04-26 09:22:03'. Each entry has two 'XLS' file icons in the 'Liens' column and a 'Lancer' button in the 'Action' column. A red arrow points from the text box to the 'Lancer' button of the second entry. Below the table, it indicates 'Affichage de 1 à 2 sur 2 entrées' and shows a pagination control with a left arrow, a circle containing '1', and a right arrow.

Module	Méthode	Date	Liens	Action
Préparer	Score repoussoir	2023-04-26 09:41:46	 	Lancer
Préparer	Score repoussoir	2023-04-26 09:22:03	 	Lancer

**datacadabra**  
AI TOOLBOX

## Predire

SCORE REPOUSSOIR  
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	ca_annuel	remise_annuelle	qte_totale	nb_ha	delai_jour	ca_AUCUN	remise_AUCUN	qte_AUCUN	nb_ha_AUCUN	ca_BASIC	remise_BASIC	qte_BASIC	nb_ha_BA
1001004920	67.39	0	11	2	201	0	0	0	0	7.48	0	2	1
1001005633	21.98	0	3	1	20	1	0	1	1	0	0	0	0
1001005699	18.98	0	2	1	77	0	0	0	0	0	0	0	0
1001006534	9.99	0	1	1	236	0	0	0	0	0	0	0	0
1001007127	203.1	17	21	7	103	0	0	0	0	46.37	3.58	6	4

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

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'. Under the heading 'SCORE REPOUSSOIR', it indicates 'Etape 3/6 : Paramétrage'. A label 'Libellé du score a construire:' is followed by a text input field containing 'Score\_repoussoir'. A blue arrow points from the explanatory text above to this input field. Below this, there is a 'VARIABLES' section with tabs for 'variable CIBLE', 'variables BINAIRES', 'variables CONTINUES', and 'variables NOMINALES'. The 'variable CIBLE' tab is selected, showing a list with 'Non\_Ouvreur'. At the bottom, there is a 'Valider' button with a gradient background.

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' interface in datacadabra. The main heading is 'SCORE REPOUSSOIR' and the sub-heading is 'Etape 4/6 : Discrétisation et choix des variables'. Under the 'VARIABLES' section, there are two tabs: 'Discrétisation' (selected) and 'Choix des variables'. The interface displays the discretization process for two variables: 'ca\_annuel' and 'remise\_annuelle'. For each variable, four classes are defined with their respective lower and upper bounds. A teal arrow points from the explanatory text above to the 'ca\_annuel' variable's class boundaries.

Variable	Classe	De	à
ca_annuel	Classe 1 : De	-9.99	84.92
	Classe 2 : De	84.92	157.66
	Classe 3 : De	157.66	246.45
	Classe 4 : De	246.45	1467.9
remise_annuelle	Classe 1 : De	-240.45	2.5
	Classe 2 : De	2.5	18.79
	Classe 3 : De	18.79	33.2
	Classe 4 : De	33.2	2667.92

The screenshot shows the 'Prédire' (Predict) interface in the Datacadabra AI toolbox. The page title is 'Prédire'. Below the title, it indicates 'SCORE REPOUSSOIR' and 'Etape 5/6 : Synthèse de votre analyse'. The main content area is divided into three sections:

- Rappel de la méthode choisie**
  - Module : Prédire
  - Méthode : Score repousseur
  - Coût : inclus dans votre offre
- Paramètres d'exécution**
  - Nom du score : Score\_repousseur
  - Nom de la variable cible : Non\_Ouvreur
- Liste des variables explicatives en entrée**
  - 1 : contact\_email\_2
  - 2 : contact\_mobile\_2
  - 3 : CANALENTREE\_2
  - 4 : ca\_annuel\_2
  - 5 : ca\_annuel\_3
  - 6 : ca\_annuel\_4
  - 7 : remise\_annuelle\_2
  - 8 : remise\_annuelle\_3

A dark blue callout box with a light blue arrow pointing to the 'Rappel de la méthode choisie' section contains the following text:

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.

RÉSULTATS

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

Rechercher...

10 Lignes

Variables	Coefficients
CONSTANTE	-0.7651
delai_jour_3	-0.8598
qte_BASIC_3	0.6748
remise_ESSENTIEL_3	1.4604
contact_email_2	0.48
nb_ha_IMAGE_2	0.6687
contact_mobile_2	0.407
qte_totale_2	0.4745
remise_annuelle_2	0.3918
remise_IMAGE_3	0.6706

# 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 ciblagés. Il ne sera plus exporté non plus.



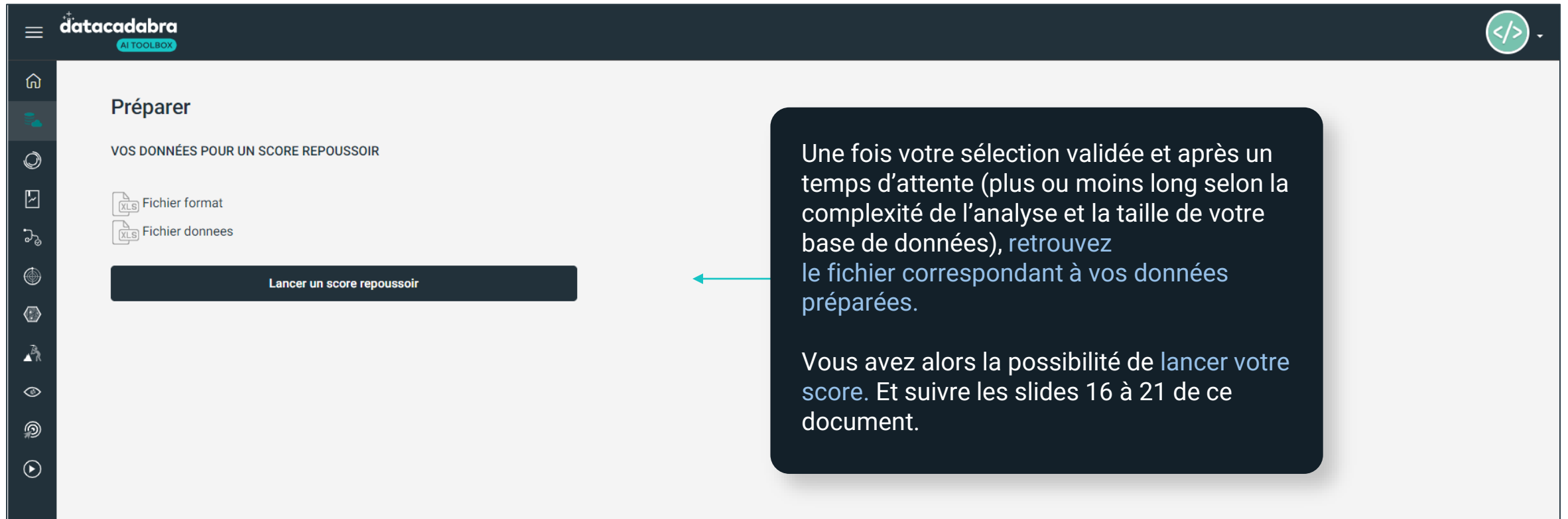
The screenshot shows the 'Historique' (History) page in the Datacadabra interface. The page features a search bar at the top and a table with the following columns: Module, Méthode, Date, Liens, and Action. The table contains ten rows of data, each representing a score generation event. The 'Action' column contains buttons labeled 'Activer' (green) or 'Lancer' (black). A callout box with a blue arrow points to the 'Activer' button in the first row.

Module	Méthode	Date	Liens	Action
Prédire	Score repoussoir - Score_repoussoir	2024-09-18 16:12:53		Activer
Suivre	Suivi de Campagne - Campaign tracking from 2024-09-18 to 15:21	2024-09-18 15:21:00		
Préparer	Suivi de Campagne - Prepare campaign tracking of 18-09-2024	2024-09-18 14:58:35		Lancer
Suivre	Suivi de Campagne - Campaign tracking from 2024-09-18 to 14:54	2024-09-18 14:53:05		
Préparer	Score potentiel - Préparer score de potentiel du 18-09-2024	2024-09-18 11:49:41		Lancer
Prédire	Score de potentiel nouveaux - Score_potentiel_nouveaux	2024-09-18 11:22:28		Activer
Préparer	Score d'attrition - Préparer score attrition du 18-09-2024	2024-09-18 11:07:39		Lancer
Prédire	Score d'attrition - Score_attrition	2024-09-18 10:59:25		Activer
Préparer	Score d'appétence - Préparer score appétence du 18-09-2024	2024-09-18 10:41:03		Lancer
Prédire	Score d'appétence - Score_appetence	2024-09-18 10:36:14		Activer



PRÉDIRE / NOUVELLE ANALYSE /  
PRÉPARER DE NOUVELLES DONNÉES

The screenshot shows the 'Préparer' (Prepare) interface in the Datacadabra AI toolbox. The main heading is 'SCORE DE REPOUSSOIR'. Below it, the instruction reads: 'Etape 1/2 : Pour construire l'échantillon pour votre score, choisissez les paramètres :'. There are four input fields: 'Libellé de votre préparation de données :' with the value 'Préparer score repousseur du 18-09-2024'; 'Durée' with the value '15'; 'Canal de communication :' with the value '-- tous clients --'; and 'Type de campagne :' with the value '-- tous clients --'. A dark blue 'Valider' button is at the bottom. A callout box on the right points to the 'Durée' field with the text: '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.'



**Préparer**

VOS DONNÉES POUR UN SCORE REPOUSSOIR

Fichier format

Fichier donnees

Lancer un score repousseur

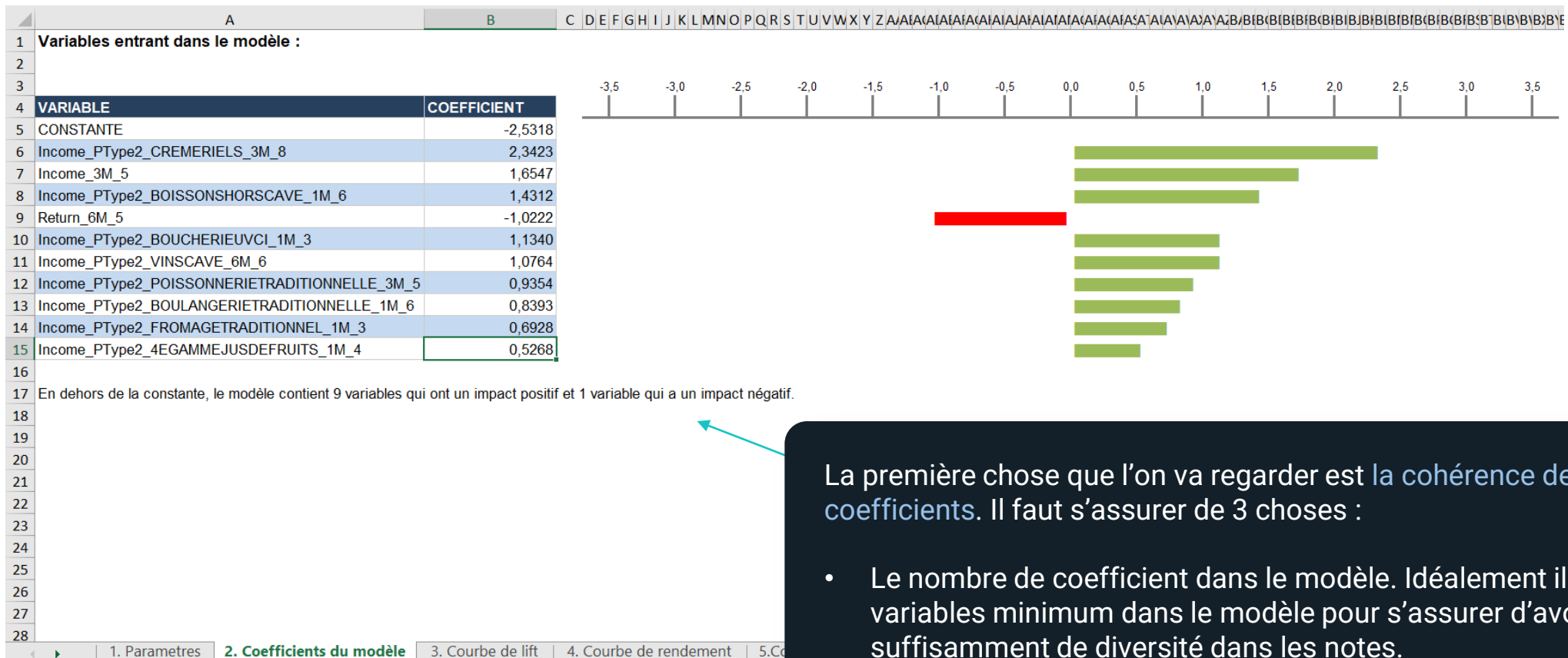
Une fois votre sélection validée et après un temps d'attente (plus ou moins long selon la complexité de l'analyse et la taille de votre base de données), retrouvez le fichier correspondant à vos données préparées.

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



PRÉDIRE / SCORE REPOUSSOIR /  
FOCUS SUR VOTRE RAPPORT

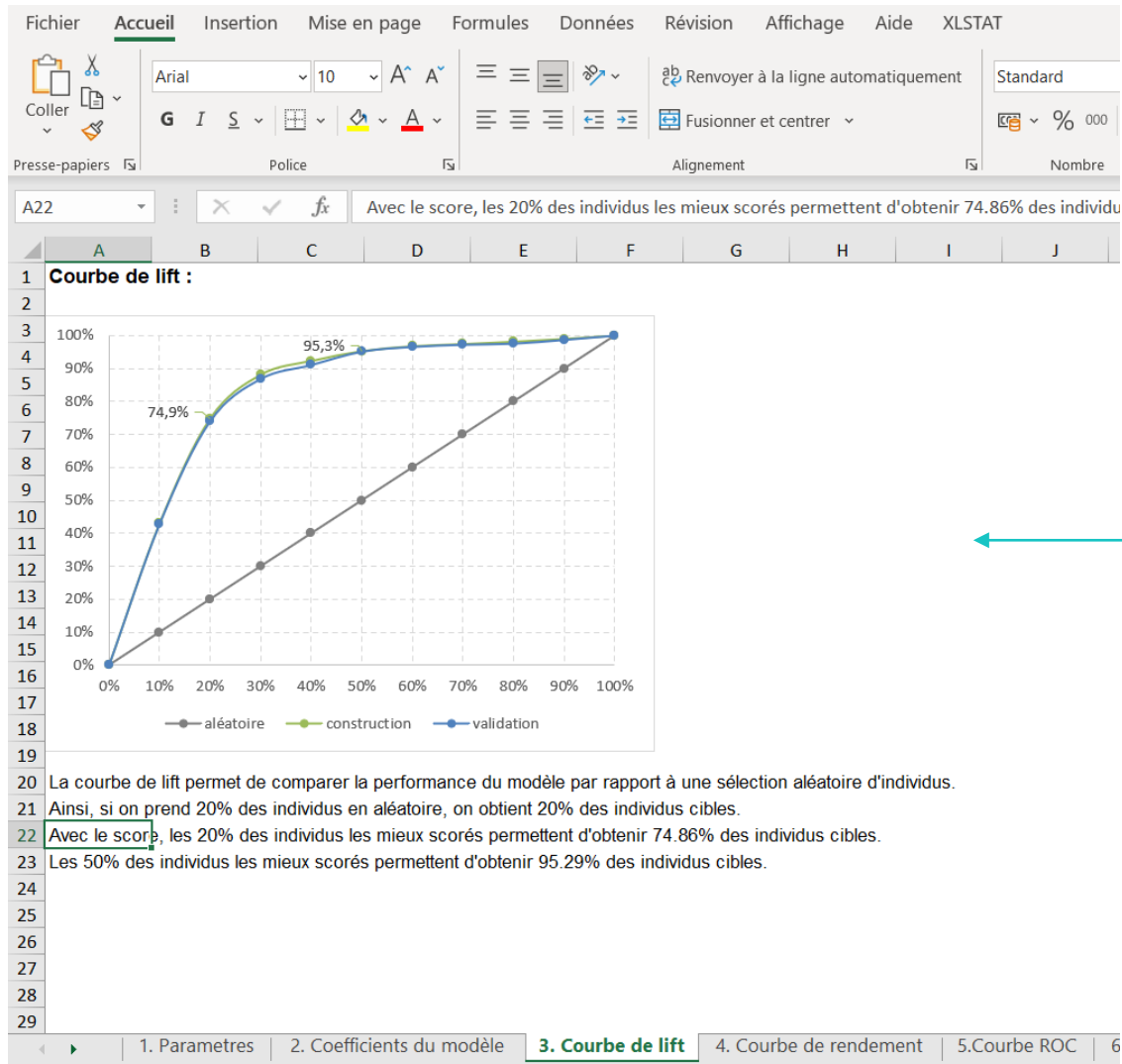
# PRÉDIRE / SCORE REPOUSSOIR / FOCUS SUR VOTRE RAPPORT



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 REPOUSSOIR / FOCUS SUR VOTRE RAPPORT

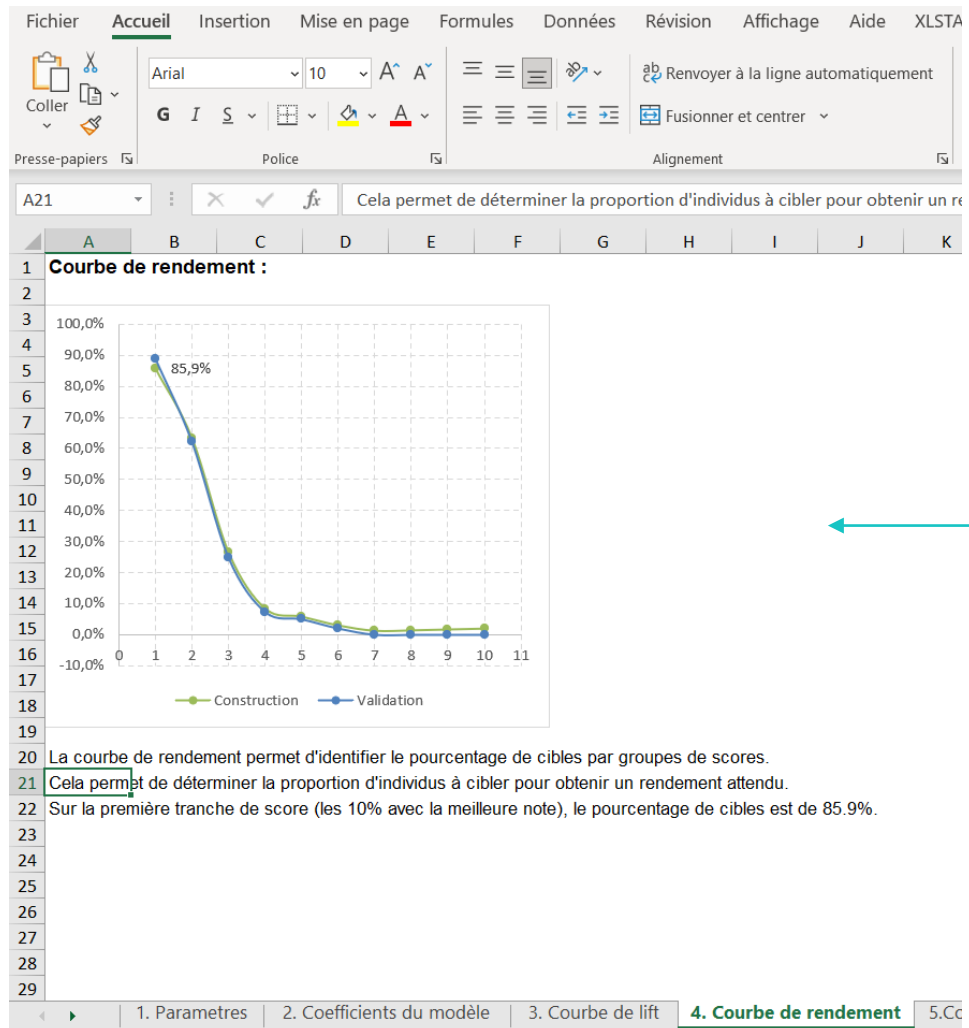


On va ensuite regarder la courbe de lift.

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 REPOUSSOIR / FOCUS SUR VOTRE RAPPORT

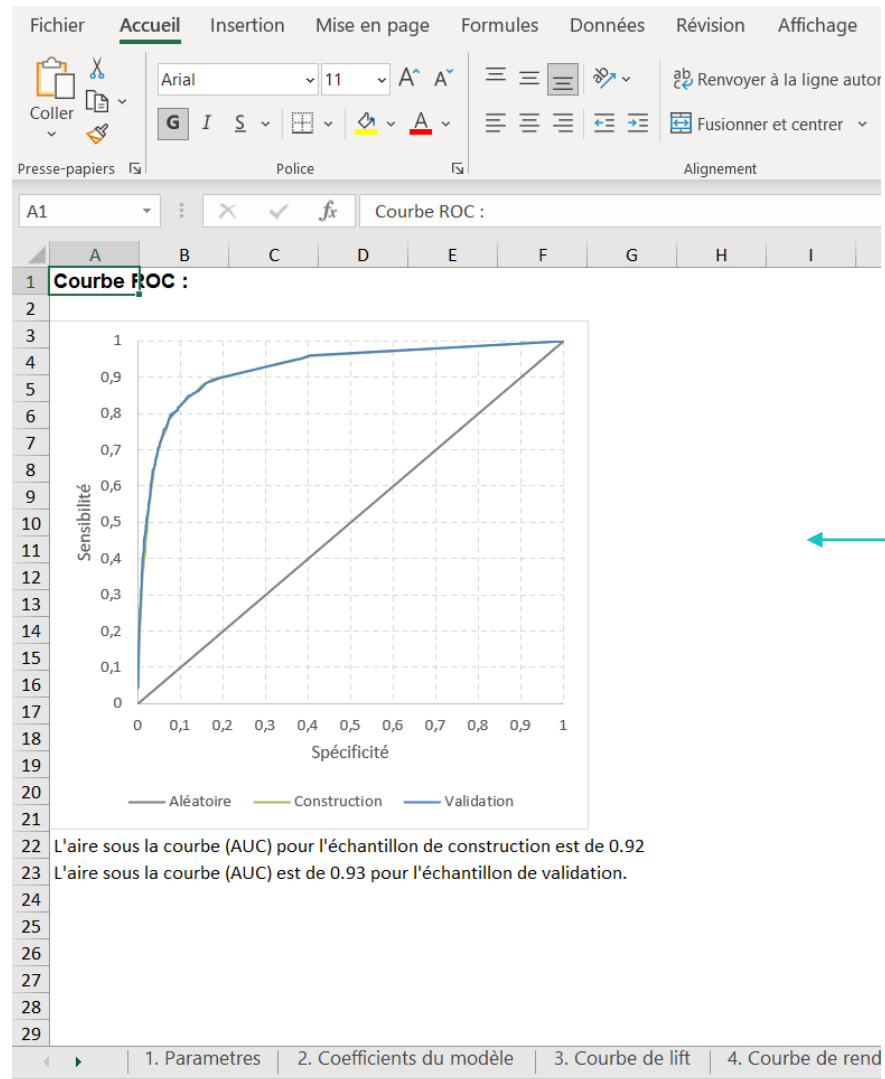


On s'intéresse ensuite la **courbe de rendement** qui va surtout servir à déterminer le potentiel intéressant en termes de ciblage.

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<sup>e</sup> 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 REPOUSSOIR / 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



Ne pas solliciter des clients qui ont une certaine aversion au marketing direct



Réduire la pression commerciale



Accroître les statistiques relationnelles de vos campagnes (taux d'ouverture , taux de clic)



Accroître la visibilité des messages



Eviter d'irriter des clients qui ne seraient pas intéressés par les messages envoyés



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