



Communiqué de presse

IBM Predictive Analytics aide Avis à optimiser ses campagnes d'information et à réduire de moitié son budget marketing

Le logiciel d'analyse prédictive IBM® SPSS® permet à l'entreprise d'augmenter son chiffre d'affaires en améliorant le retour sur investissement des campagnes marketing grâce à un ciblage plus fin

Paris, le 18 mars 2010 - SPSS, société du groupe IBM, a annoncé au Gartner CRM Summit, qui se tient à Londres, qu'Avis Europe a considérablement amélioré le résultat de ses campagnes marketing par e-mail et divisé ses coûts par deux grâce au logiciel d'analyse prédictive IBM® SPSS®.

En analysant les données sur ses clients, Avis a une connaissance approfondie de leurs préférences. Cela lui permet de proposer des offres personnalisées dans plus de 18 millions d'envois d'e-mails chaque année. L'adaptation du contenu en fonction de l'historique de navigation et des habitudes et préférences des clients en matière de transactions permet à Avis Europe de mieux anticiper leurs intérêts, de les fidéliser et, finalement, d'augmenter le nombre des locations de véhicules.

Avis Europe a choisi la solution d'analyse prédictive de IBM SPSS pour créer des profils de client et segmenter plus précisément ses données. Le logiciel permet de créer des campagnes d'email marketing ciblées et moins coûteuses. La société fidélise ainsi ses clients par un contact opportun et pertinent sur les clients et les prospects au Royaume-Uni, en France, en Allemagne, en Italie et en Espagne.



En ayant une meilleure connaissance de l'activité des clients grâce à l'historique des clics dans les e-mails et des transactions, Avis Europe personnalise tous les e-mails adressés à un client selon le segment dont il fait partie. Par exemple, pendant les mois d'été, un homme entre 25 et 35 ans reçoit davantage d'offres de location de cabriolet.

De même, Avis dispose d'une base de données de "clients privilégiés" à qui elle promet une prise en charge dans un délai de 3 minutes (ils sont assurés de recevoir la clef de leur véhicule dans un délai de 3 minutes à partir du moment où ils se présentent au guichet). La rapidité de service étant essentielle pour fidéliser les clients. En examinant les habitudes transactionnelles et de navigation, Avis présente aujourd'hui aux autres clients les avantages de faire partie des "privilégiés".

« La possibilité d'identifier et d'anticiper l'évolution constante des habitudes et des besoins des clients est indispensable pour la compétitivité d'Avis. C'est également l'un des principaux avantages du logiciel d'analyse prédictive IBM SPSS », confie Chris Parker, spécialiste de l'analyse directe d'Avis Europe. *« La segmentation que nous pratiquons désormais nous permet de garder le contact par e-mail avec notre vaste clientèle, mais avec tous les avantages d'une relation personnelle. Nous avons aujourd'hui une connaissance beaucoup plus claire de chaque client. »*

« Trop souvent, les entreprises ont une approche simpliste de l'email marketing », explique Colin Shearer, stratège en analyse prédictive chez SPSS. *« A une époque où chaque centime compte, le fait qu'Avis se concentre sur l'analyse de ses clients démontre les avantages financiers importants offerts par l'adaptation des activités aux différents segments de clientèle en utilisant des solutions d'analyse prédictive. »*



Colin Shearer a présenté plus en détail les avantages de l'analyse prédictive dans son exposé "Enabling smarter CRM: Building customer value with insight and foresight", au Gartner CRM Summit. Pour plus d'informations, rendez-vous sur :

<http://www.gartner.com/technology/summits/emea/crm/index.jsp>.

IBM SPSS Predictive Analytics englobe une gamme complète de solutions - collecte de données, statistiques, modélisation et déploiement - conçues pour repérer les attitudes et les opinions, anticiper le résultat des interactions futures avec les clients puis incorporer l'analyse aux processus métier. Les solutions IBM SPSS répondent aux objectifs interconnectés dans l'ensemble de l'entreprise en mettant l'accent sur la convergence de l'analyse, de l'architecture informatique et des processus métier. Les entreprises, administrations et universités du monde entier font confiance à la technologie IBM SPSS. Elle apporte un avantage décisif en leur permettant d'attirer, de fidéliser et de développer leur clientèle, tout en réduisant les risques et en luttant contre la fraude.

A propos de SPSS, une société du groupe IBM

SPSS, société du groupe IBM, est un fournisseur mondial de logiciels et de solutions d'analyse prédictive. Le portefeuille complet de produits se compose de solutions - de collecte des données, de statistique, de modélisation et de déploiement – qui permettent de capturer les attitudes et les opinions, prédire les résultats des interactions avec les futurs clients, puis d'agir en fonction de cette connaissance en intégrant l'analyse prédictive dans les processus métiers. Les solutions SPSS adressent des objectifs commerciaux interconnectés à travers toute l'entreprise, en se concentrant sur la convergence de l'analyse de données, de l'architecture informatique et des processus métier. Les clients des secteurs public, universitaire et commercial du monde entier s'appuient sur les technologies de SPSS comme un avantage concurrentiel pour attirer, retenir les meilleurs clients, tout en réduisant la fraude et limitant les risques. SPSS a été acquis par IBM en Octobre 2009. Pour plus de renseignements, visitez le site <http://www.spss.com>.

Contacts presse :

Agence Voice
Florence Calba
fcalba@crmvoice.fr
01 73 04 60 55