

Fnac.com utilise la solution de datamining Coheris SPAD pour mieux connaître ses clients et anticiper leurs attentes

Suresnes, le 26 août 2009 - Coheris, éditeur français de référence sur le marché du CRM, annonce que Fnac.com, l'un des sites les plus visités sur Internet, a choisi Coheris SPAD pour développer une connaissance fine de ses clients.

Filiale du groupe PPR et enseigne leader de la distribution de produits culturels et techniques en France, la Fnac dispose de 137 magasins : 78 en France et 59 à l'International. Le site fnac.com, lancé en 1999, accueille plus de 750 000 visiteurs chaque jour et propose un million de références.

En 2008, la Fnac décide de lancer de nouveaux services, avec en particulier l'avis des utilisateurs via MyFnac.com, un service de personnalisation destiné à la fois aux utilisateurs et adhérents : l'internaute crée son profil culturel en indiquant les films, livres, bd ou disques qu'il apprécie. MyFnac.com lui propose alors des produits adaptés à son goût.

Ce nouveau service impose une connaissance approfondie des clients. « *Pour cibler les retours d'opérations marketing, nous utilisons déjà deux solutions décisionnelles* » explique Hervé Hayat, Responsable Etudes Marketing chez Fnac.com. « *Cependant, pour mieux modéliser les données, nous avons besoin d'une troisième solution complémentaire aux deux autres, apportant davantage de méthodes statistiques pertinentes. Notre choix s'est porté sur Coheris SPAD Data Mining, car c'est la seule solution du marché capable de proposer un large choix de méthodes statistiques (AFC, ACP, analyse multidimensionnelle...) avec en prime, une grande fidélité par rapport à l'intelligence statistique en France* ».

Coheris SPAD permet à Fnac.com, de tirer le meilleur parti de ses bases de données, grâce à ses multiples fonctions statistiques puissantes. « *La solution de Coheris intègre des arbres de décisions interactifs, des analyses de tableaux multiples et la dernière innovation de l'outil : des typologies par arbres de décision (ICT)* » précise Hervé Hayat. Les arbres de décision constituent une alternative puissante aux techniques classiques de régression et d'analyse discriminante. Ils permettent d'exprimer les résultats sous forme de règles faciles à interpréter, récupérables et applicables à d'autres données (en particulier sous forme de requêtes dans les importantes bases de données).

Avec plus d'un million de références actives sur le site, l'utilisation de Coheris SPAD permet à Fnac.com de connaître davantage ses clients, de cerner leurs motivations d'achat, leurs habitudes de consommation mais aussi et surtout leur valeur respective.

« Coheris SPAD répond à nos attentes sur de nombreux points » ajoute Hervé Hayat. La multiplicité des méthodologies fournies apporte plus de pertinence dans l'analyse. Par ailleurs, nul besoin de faire de la programmation pour en tirer la quintessence. Les données sont directement adaptées pour faire l'analyse des résultats. En conclusion : c'est un levier très important de la performance marketing et commerciale que nous comptons utiliser pour fêter les 10 ans de la Fnac.com. L'occasion d'élargir encore notre offre pour mieux satisfaire nos clients. »

A propos de Coheris :

Editeur français de référence sur le marché du CRM, Coheris propose deux gammes de logiciels couvrant les domaines complémentaires du CRM (Cares, Sales et Marketing) et de la Business Intelligence (BPM, Datamining et DQM). Coheris, qui compte plus de 1200 références à travers le monde, s'appuie sur un réseau de partenaires intégrateurs ainsi que sur ses propres équipes de consultants spécialisés et d'ingénieurs.

Coheris est cotée sur Euronext Paris (compartiment C) depuis le 30 juin 1999 (ISIN : FR0004031763 / code : COH). Coheris est éligible aux FCPI.

Plus d'informations sur www.coheris.com

Contacts:

Coheris

Juan-Manuel Miranda
Responsable Marketing
01 57 32 61 43

jmmiranda@coheris.com

Agence Relations Presse : B Consulting

Nadine Rodionoff / Patrick Becker
01 46 21 72 66

nrodionoff@b-consulting.com