

Mathématiques et marketing : le data-scientist

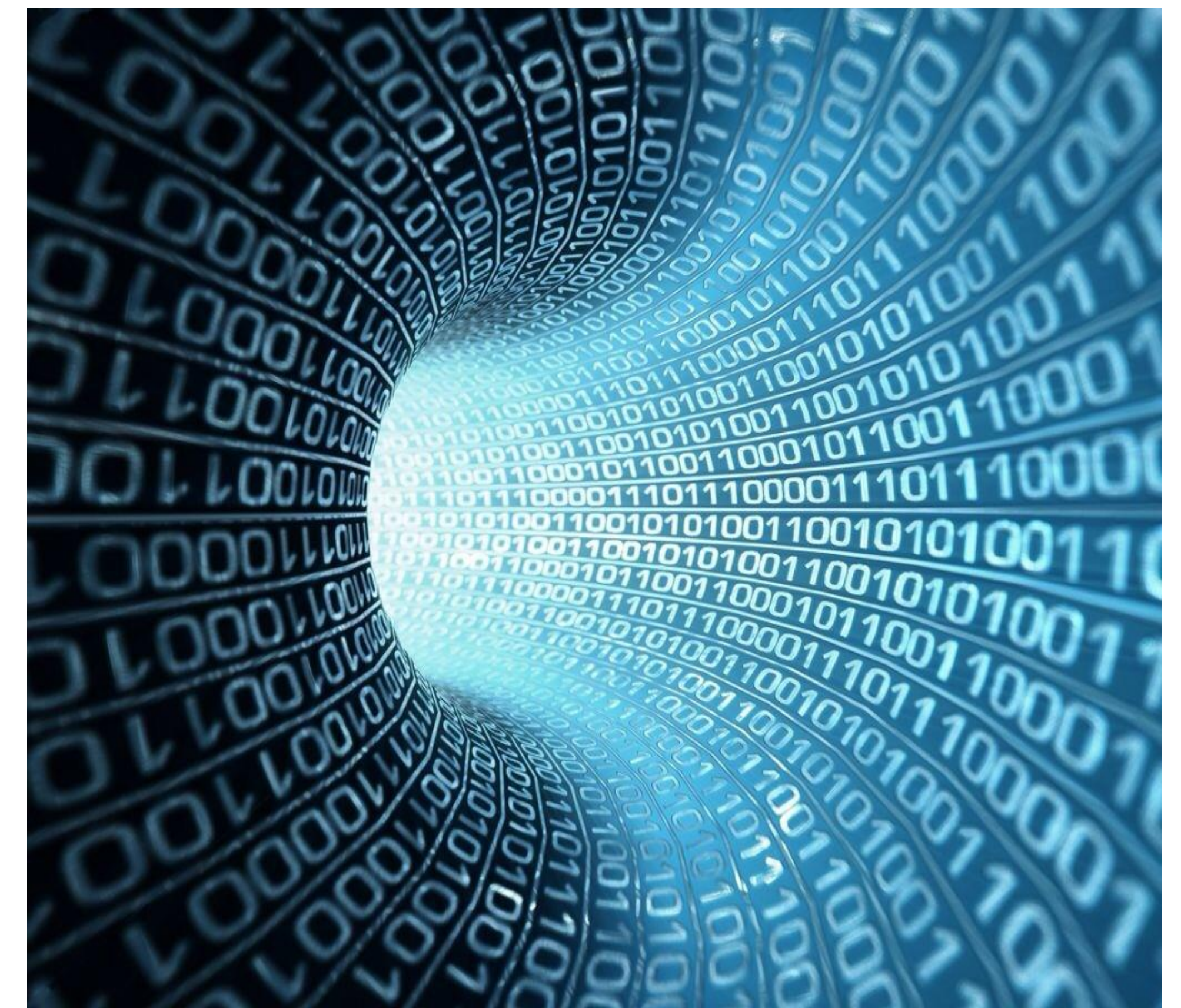
Maîtrise de la connaissance client

Objectifs

- réaliser des segmentations comportementales
- comprendre et anticiper les attentes des clients et prospects
- mesurer la valeur-client et détecter le churn
- mesurer la satisfaction des clients

Outils

analyse de données, apprentissage statistique, modélisation statistique, scoring



Optimisation des campagnes marketing

Objectifs

- Identifier les segments de clients à fort potentiel
- cibler/personnaliser les offres commerciales (retargeting)
- mesurer l'appétence aux offres et aux produits
- analyser les retours de campagnes

Outils

analyse de données, apprentissage statistique, modélisation statistique, plans d'expérience, scoring

Performance commerciale

Objectifs

- choisir l'implantation géographique d'enseignes
- dimensionner les équipes commerciales
- fixer les prix optimaux de biens et services (yield-management)
- optimiser les tournées commerciales

Outils

apprentissage statistique, modélisation statistique, optimisation