

PLUS DE PROXIMITÉ AVEC LES CLIENTS CHEZ POSTFINANCE

DES DÉPÔTS AU GUICHET PTT À L'OFFRE PERSONNALISÉE DE PRODUITS FINANCIERS

Autrefois nommée « Service des chèques et des virements postaux », PostFinance, la puissante unité d'affaires du groupe Poste, a connu de véritables révolutions au cours de ces 11 dernières années. Aux traditionnelles opérations financières s'effectuant par le biais du traditionnel compte-chèques postal viennent s'ajouter divers produits, tels que des fonds, des assurances-vie, des services d'E-Finance et d'E-Trading, des hypothèques et des comptes de prévoyance 3a. En 2007, le bénéfice d'exploitation s'est élevé à 318 millions de francs, tandis que les clients ont chargé la Poste suisse de gérer au total 43,7 milliards de francs. PostFinance souhaite assoir sa position de fournisseur principal en matière d'opérations financières et continuer de croître au niveau des autres services financiers. D'ores et déjà, PostFinance constitue le 5e plus important prestataire de services financiers en Suisse. À l'avenir, elle compte offrir les meilleurs services et devenir la banque principale de ses clients.

DATA MINING CHEZ POSTFINANCE

Parce que PostFinance accorde la plus grande importance à sa relation clientèle et à sa capacité à répondre parfaitement aux besoins de sa

Il est vrai que PostFinance a atteint les limites de l'ancien système : en effet, les modifications étaient difficiles à prendre en compte dans la base de données ou ne pouvaient l'être qu'en y consacrant de lourds investissements. La mise à jour des modèles utilisés était elle aussi très coûteuse et son intégration au processus de scoring extrêmement pénible. En outre, les performances de l'ancienne solution laissaient souvent à désirer.

Il ne faut pas oublier que le processus de Data Mining chez PostFinance n'englobe pas seulement la création de modèles. D'un côté, il comprend la préparation complète de l'ensemble des données du stock jusqu'à une « visibilité des clients à 360° » et de l'autre, la nécessité de distinguer les professionnels des particuliers. En outre, les résultats des modèles développés, les scores, doivent également être calculés et rédigés dans le Data Warehouse. Par exemple, un score peut être le taux de probabilité pour qu'un client donné s'intéresse à un produit particulier.

SPSS CLEMENTINE PREND LE RELAIS

PostFinance a décidé de remplacer son ancienne solution par SPSS Clementine. En interne, certains avaient déjà expérimenté Clementine puis-

clientèle, elle utilise Data Mining depuis déjà bien des années. Grâce à des modèles de prévisions, il est par exemple possible aux conseillers clientèle de sélectionner des contacts prometteurs en matière de Cross et d'Upselling, d'identifier les prospects ou de mettre à disposition les principes prévisionnels du marketing stratégique.

que cette solution avait déjà été utilisée pour certains projets. La nouveauté, en revanche, a été la conversion de l'ensemble de l'environnement de Data Mining vers Clementine. Outre l'interface utilisateur séduisante et le lien étroit avec les bases de données, l'excellente prise en charge de l'ensemble des processus d'analyse et la vaste

intégration à un environnement d'entreprise complexe ont su faire la différence.

David Wyder, Head of Data Mining et responsable de la CRM analytique chez PostFinance déclare : **« Clementine nous propose toutes les fonctions nécessaires. Cette solution peut facilement être automatisée, présente une architecture ouverte et est on ne peut plus conviviale. »**

MIGRATION EN COLLABORATION AVEC SPSS SUISSE

PostFinance souhaitait pouvoir compter sur un processus par étapes : tout d'abord, les processus et modèles existants ont dû être migrés vers Clementine. Étant donné que cette migration devait s'effectuer très rapidement, c'est-à-dire en à peine quelques semaines, et que PostFinance ne possédait pas les ressources nécessaires, la société SPSS (Suisse) AG a été chargée d'effectuer la migration en étroite collaboration avec les responsables internes.

La première partie de la migration a consisté à restructurer ce que l'on appelle les tables de rollup des particuliers et des professionnels. Clementine a converti pour ce faire les données existantes du Data Warehouse en une multitude de variables analytiques qui permettent de calculer la valeur moyenne continue, la variance continue et d'autres transformations survenues au cours des 12 derniers mois. Au cours de ce processus d'envergure, pour les seuls particuliers, ce sont près de 740 caractéristiques qui ont été analysées pour 3,2 millions de clients (actifs et inactifs). Chez PostFinance, le traitement d'une telle pléthore de données a été largement simplifié par la mise en place de Clementine.

Le processus de rollup décrit ici se compose de divers flux Clementine qui s'exécutent automatiquement et utilisent, tout aussi automatiquement, certains paramètres, comme la date du jour. Clementine génère ainsi quasiment exclusivement des codes SQL, directement exécutés au sein de

la base de données et permettant d'obtenir des performances optimales. Grâce à l'interface utilisateur très claire de Clementine, l'entretien de ce processus est on ne peut plus simple et sûr. En outre, des modifications peuvent être apportées sans difficulté à la base de données.

Parallèlement, les modèles Data Mining nécessaires ont été revisités, c'est-à-dire qu'ils ont connu une nouvelle mise au point avec Clementine.

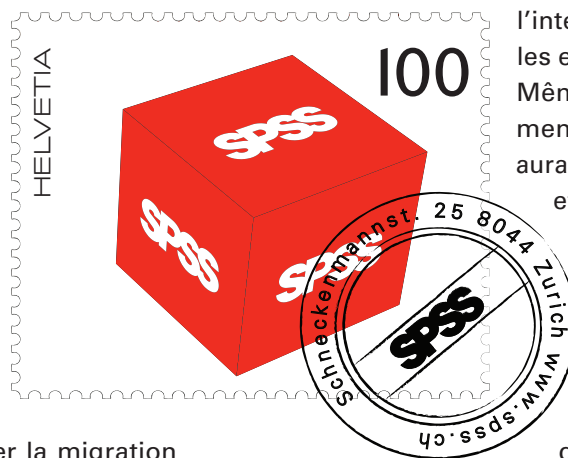
Au départ, on a envisagé l'intégration des modèles existants via PMML. Même si le développement avec Clementine aurait pu être très rapide et efficace, on a préféré saisir la chance qui se présentait d'adapter les modèles des toutes dernières données et ainsi d'obtenir de meilleurs résultats.

La dernière phase de la migration a consisté enfin à créer le processus de scoring : sur la base des données de rollup, ce processus applique les modèles Clementine et calcule ainsi pour chaque client divers scores, notamment la Customer Lifetime Value attendue.

Le remplacement de l'ancien environnement de Data Mining par Clementine a pu s'effectuer en à peine quelques semaines. David Wyder est impressionné : **« La collaboration avec SPSS Suisse s'est déroulée sans la moindre anicroche : la solution Clementine s'est intégrée aux ressources IT de PostFinance en toute simplicité et la charge de travail engendrée par la migration par SPSS a été minimale ».**

DES OFFRES PERSONNALISÉES QUI S'AVÈRENT PAYANTES

À l'heure actuelle, ce sont chaque mois près de 20 processus de scoring Clementine qui sont exécutés. Pour le service client, par exemple, les résultats facilitent le choix de dates ciblées pour



les conseillers clientèle. De la même manière, les résultats permettent d'afficher automatiquement les offres adaptées dès qu'un client se connecte au portail Internet de PostFinance.

Les résultats sont éloquentes : le taux de clics sur les offres personnalisées sur Internet a considérablement augmenté. En outre, les groupes tests identifiés par Clementine ont donné de bien meilleurs résultats en matière de croissance du capital et d'ouvertures de nouveaux comptes par rapport à une sélection aléatoire.

La satisfaction de David Wyder ne se limite cependant pas aux résultats : **« Nous avons été agréablement surpris par la rapidité avec laquelle toutes nos exigences ont été remplies par Clementine. En outre, les utilisateurs nouvellement formés à l'utilisation de Clementine sont immédiatement productifs ».**

À l'avenir, les modèles doivent être encore améliorés par une segmentation analytique de la clientèle et des analyses chronologiques par segment. Les résultats seront préparés pour le management au sein d'un véritable cockpit d'entreprise.

POSTFINANCE VOIT TOUJOURS PLUS LOIN

Avec le développement des activités de Data Mining, une gestion adéquate des modèles et des processus devient toujours plus essentielle. Même si le nombre de projets ne cesse d'augmenter, il faut à tout moment veiller à ce que les modèles utilisés et les processus liés puissent s'adapter rapidement aux changements de situations en cas de nouveaux besoins des clients ou d'évolution du marché. Dès le choix de Clementine, les possibilités avancées de la plate-forme d'entreprise SPSS ont joué un rôle primordial. PostFinance souhaite désormais passer à l'étape suivante, à savoir mettre en place l'environnement de Data Mining « SPSS Predictive Enterprise Services » (PES). Ainsi, elle pourra organiser tous les processus et toutes les données de Data Mining de manière centralisée et sûre, et laisser les processus de gestion et d'évaluation se dérouler automatiquement.

PostFinance envisage également d'exploiter les sources d'informations non structurées, telles que les E-mails, les blogs, les flux RSS, etc. par le biais de Text Mining et de les intégrer aux processus analytiques. En résumé : PostFinance est en passe de devenir une « Predictive Enterprise » et ainsi de prendre le pas sur la concurrence. David Wyder résume ainsi cette évolution : **« L'infrastructure moderne de Data Mining et des offres séduisantes nous permettent de proposer à notre clientèle des prestations toujours plus adaptées et satisfaisantes ».**

