

N

NEWS SPSS®

 **Visitez notre site en ligne: www.spss.ch**

Comment Swisscom Fixnet optimise ses activités de marketing direct avec AnswerTree et SPSS

«Chez Swisscom Fixnet, presque aucune action de marketing direct n'est plus engagée sans l'exécution préalable d'une optimisation avec AnswerTree».

Albert Labermeier, Head of Data Management, Direct Marketing Center de Swisscom

Le Direct Marketing Center de Swisscom fournit des prestations pour des clients internes et externes

Le service Data Management fait partie du Direct Marketing Center de Swisscom proposant, sous le nom de smartloop, un large éventail de prestations en marketing, même pour des clients externes : analyse de la situation de départ, sélection d'adresses cibles, gestion de campagnes, activités de marketing direct par courrier ou par téléphone via ses propres centres d'appels, recensement des retours dans le Responsecenter ainsi que l'exploitation et l'analyse finales des campagnes qui en résultent.

Des campagnes marketing plus efficaces grâce à des possibilités d'analyses plus rapides

Le service Data Management englobe aujourd'hui cinq spécialistes qui analysent les groupes cibles et sélectionnent les adresses pour des campagnes marketing, aussi bien pour des clients internes chez Fixnet, Mobile et Bluewin que pour des clients externes du secteur Energie et Logiciels par exemple. Les analyses et les sélections sont effectuées depuis 1999 avec AnswerTree et SPSS.

Un projet type : le filtrage d'adresses prometteuses pour l'acquisition de nouveaux clients, les campagnes d'up-selling et de crossselling

Les clients ayant recours à nos prestations viennent principalement du service Data Management, leur objectif étant toujours de proposer des produits spécifiques. Dans une première étape, la structure des clients actuels est analysée du point de vue de la démographie sociale et du comportement d'utilisation. Les profils types d'utilisateurs et de non-utilisateurs sont ensuite tracés.

D'ordinaire, un échantillon d'environ 40 000 cas avec chacun 200 variables est alors extrait et analysé à l'aide d'AnswerTree et de SPSS, installés localement sur un ordinateur portable.

Au cours de l'analyse, une large palette de procédés statistiques est mise en application. Pour la création de profils clientèle par exemple, on peut citer des arbres de décision, des analyses de régression, des analyses de nuées (ou clusters) et des segmentations. La spécialité d'AnswerTree à ce niveau est la répartition très rapide et bien organisée de jeux de données en sous-groupes homogènes. Il est ainsi aisé de faire la distinction dès le premier coup d'œil entre les différents groupes d'utilisateurs intensifs types d'un produit et leurs caractéristiques et les groupes de non-utilisateurs. Chez Swisscom, les modèles AnswerTree définis en raison des échantillons sont exportés sous forme de syntaxe SPSS et

appliqués ensuite avec SPSS à toute la clientèle fixe englobant 3,5 millions d'adresses.

Avec cette application du profil utilisateur sur l'ensemble de la clientèle fixe, chaque non-utilisateur dont le profil se rapproche le plus de celui des utilisateurs et présentant donc la probabilité la plus élevée d'intention d'achat est sélectionné

Des modèles AnswerTree pronostiquent le succès d'une campagne de Directmail

Une campagne de diffusion du RNIS auprès de la clientèle privée représente un exemple concret de la puissance de prévision des modèles AnswerTree. Un échantillon d'environ 20 000 utilisateurs et non-utilisateurs du RNIS formait la base d'un modèle AnswerTree avec pour résultat 27 groupes partiels se distinguant les uns des autres par leurs propriétés socio-démographiques, leur comportement téléphonique et avant tout par le taux de pénétration du RNIS.

Trois segments d'adresses ne présentant selon le modèle aucune affinité au produit RNIS furent toutefois marqués pour le contrôle du modèle. En accord avec l'énoncé, le taux de réponses de ces segments fut de 0 %.

Les taux de réponses des autres groupes correspondirent également presque de manière linéaire aux hypothèses du modèle AnswerTree : plus un segment désignait des utilisateurs types dans le modèle AnswerTree, plus le retour en pourcentage fut élevé.

Optimisations des réponses

L'optimisation d'adresses apporte à Swisscom de nombreux avantages. Selon les groupes cibles analysés, le taux de réponses dans le cas d'adresses sélectionnées avec AnswerTree est 15 à 110 % plus élevé que celui d'adresses " normales ". Dans le cas de clients professionnels, les campagnes téléphoniques permettent par exemple en général de générer 2% de leads (pistes commerciales) alors que le pourcentage dans le cas de listes d'adresses optimisées atteint jusqu'à 10 %. Dans le cas de clients privés, les pourcentages de réussite sont de 20 % avec des adresses optimisées par rapport à un taux habituel de 10 %.

Les atouts supplémentaires de la technologie employée : utilisation simple et prise en main rapide

A. Labermeier est très satisfait de la convivialité d'utilisation d'AnswerTree et SPSS : « Les programmes sont flexibles, simples à utiliser et très faciles à prendre en main. En ce qui me concerne, le principal atout d'AnswerTree est la flexibilité dont on dispose pour la définition manuelle ou l'édition d'arbres de décision ».

Les chefs de produits de Swisscom Fixnet sont aujourd'hui convaincus

Albert Labermeier explique: « Après les premiers tests réussis pour générer des leads et l'acquisition de nouveaux clients, l'intérêt a tout à coup augmenté. Il est d'ailleurs courant aujourd'hui que les chefs de produits viennent au service Data Management pour minimiser les pertes liées aux campagnes publicitaires et limiter les coûts de mailing dans le but d'exécuter des actions marketing aussi efficaces que possible. Chez Swisscom Fixnet, presque aucune action de marketing direct n'est plus engagée sans l'exécution préalable d'une optimisation avec AnswerTree ».

 www.spss.com/answertree

Data Mining Summit européen de Paris, à l'Hotel «Le Méridien Etoile» du 28 - 29 octobre '02

Vous souhaitez découvrir comment d'autres sociétés utilisent le data mining et quels bénéfices ils en obtiennent ? Votre société envisage déjà des opérations concrètes pour introduire le data mining ? Ou vous utilisez déjà le data mining et vous recherchez un échange avec d'autres utilisateurs et utilisatrices ?

events

Qu'il s'agisse du secteur privé ou public, organisations et sociétés sont confrontées à des masses d'informations toujours plus importantes à partir desquelles il faut extraire le plus rapidement possible une réponse spécifique pour la prise de décisions commerciales. Le data mining vous assiste de manière optimale dans cette tâche.

Venez à Paris en octobre et découvrez comment des experts de sociétés leader ou des organisations à but non lucratif accélèrent les processus de prise de décision avec le data mining, augmentent la rentabilité et leur compétitivité ou encore améliorent le service clientèle. Le Data Mining Summit '02 vous permettra de comprendre comment tirer le maximum de vos données !

Suite page suivante

spss@work



- Campagne de marketing direct fructueuse grâce à AnswerTree
- Text-mining dans une grande banque européenne
- Text-mining dans un grand constructeur automobile

software



- Text-mining avec LexiQuest
- Indépendance accrue avec SmartViewer Web Server
- Linear Mixed Models dans SPSS 11
- Liscence Renewal Utility pour SPSS10 for MacIntosh

events



- Visitez en automne le Data Mining Summit de Paris
- Participez «en ligne» via Internet à des séminaires et des présentations organisées à Chicago

solutions



- Solutions internet sur mesure avec des cubes OLAP
- Système expert basé sur des règles avec Clementine
- Des modèles, qui optimisent les actions de Cross-et de Up-Selling

A qui s'adresse cette manifestation ?

Aux analystes et statisticiens, aux professionnels du secteur informatique, aux spécialistes du marketing, aux directeurs dans les secteurs de la recherche et du développement, des finances et de l'administration ainsi qu'aux utilisateurs et développeurs dans le secteur de l'économie, dans les administrations publiques ou le secteur de la formation.

Les thèmes suivants seront entre autres abordés pendant la conférence

- Comment le data mining peut être utilisé pour : Gagner et fidéliser des clients, percevoir ou prévoir le comportement des clients, optimiser la sécurité interne, améliorer l'étude du marché, accentuer la sécurité dans les hôpitaux et les cliniques, détecter, prévoir ou empêcher les fraudes, personnaliser les pages Web, augmenter le trafic Web ou visualiser des données.
- Les principes de base pour manipuler des projets de data mining : Méthodologie CRISP-DM comme procédé standardisé dans les processus de data mining, segmentation avec arbres de décision, text-mining : acquérir un savoir structuré à partir de grandes quantités de texte et l'avenir du data mining.

**4 sessions de conférence différentes
Session 1 : Concepts et applications du data mining**

Vous découvrirez les toutes dernières nouveautés relatives aux développements réguliers dans les secteurs des technologies, des méthodes et des applications. Ces sessions incluent des présentations de spécialistes du data mining d'organisations leader

dans la branche. Des experts aborderont les nouvelles méthodes et applications permettant d'introduire avec succès le data mining.

Session 2 : Augmentation de la valeur économique du client pour l'entreprise (Customer Lifetime Value)

Vous êtes intéressé par des relations plus rentables avec vos clients ? Ces sessions proposent d'importantes informations pour toutes les personnes intéressées par le Customer Relationship Management (CRM). Vous apprendrez grâce à des experts et des utilisateurs comment optimiser vos démarches de CRM analytique avec le data mining.

Session 3 : Web Mining

Chaque jour, votre page Web génère des millions de données avec des informations détaillées sur vos clients. Les sessions de Web Mining démontrent comment ces informations sont exploitées. Que vous vendiez des produits via le Web, gérez un portail d'informations ou proposiez en tant qu'administration des prestations sur le net : vous apprendrez ici à analyser et à anticiper le comportement des visiteurs de votre site.

Session 4 : Secteur public

Votre organisation fait-elle le nécessaire pour anticiper les problèmes de sécurité et de santé ? Attendez-vous des résultats clairs dans la découverte et la prévention de comportements frauduleux ? Ou voulez-vous accélérer vos processus liés à la recherche ? Ces sessions s'adressent spécialement à des employés d'administrations publiques souhaitant analyser plus efficacement leurs données.

La conférence sera suivie de cours sur le data mining le 30 octobre 2002

Le Summit sera complété par des formations supplémentaires proposées le mercredi 30.10.02. Attention : inscrivez-vous le plus tôt possible, le nombre de places étant limité !

Cours 1 : Planning Your Data Mining Strategy

Ce cours a pour objectif de vous familiariser avec les différentes étapes du processus de data mining. Il vous permettra de planifier ou d'évaluer l'introduction de méthodes de data mining dans votre société. Les thèmes : fixer les objectifs ; élaborer les questions de la recherche ; mettre à disposition et préparer les données ; sélectionner les méthodes d'analyse, présenter les résultats et automatiser les processus d'analyse. Cette introduction s'axera autour du cours et d'une discussion et n'inclura aucun exercice pratique. Conditions : Intérêt pour le data mining. Aucune base de savoir technique n'est exigée.

Cours 2 : Clementine Master Class avec quatre thèmes au choix

Le Clementine Master Class propose aux utilisateurs de Clementine une description plus approfondie sur quatre thèmes au choix : méta-modèles, Clementine CRM CAT (Clementine Application Template), découverte d'anomalies et Clementine 7.0.

Vous trouverez sur le site des nouveautés sur le Data Mining Summit auquel vous pourrez également vous inscrire.



www.spss.com/dataminingsummit/europe.cfm

L'article sur le thème : Utilisation d'Internet dans l'étude de marché et le sondage d'opinion : Collecte de données et présentation des résultats via Inter- et Intranet

Cet article de Josef Schmid, paru dans l'annuaire pour le marketing et la communication, décrit en détail comment l'étude de marché et le sondage d'opinion fonctionnent via Internet. Le point de départ : même dans l'étude classique du marché, Internet prend de plus en plus de place dans les enquêtes et présentations de résultats. L'utilisation de la technologie Internet permet avant tout de gagner du temps. Dès aujourd'hui, vous pouvez disposer d'outils efficaces et simples à utiliser pour la collecte de données, leur exploitation et la présentation des résultats. Commandez la copie de cet article via info@spss.ch.



www.spss.ch



SPSS Suisse a créé pour une société internationale des cubes OLAP sur mesure dans un projet pilote ayant permis la mise à disposition d'informations sur Internet

Une société de services met à la disposition de ses clients sur Internet les informations nécessaires sous forme de cubes OLAP sur mesure

Une société qui s'est spécialisée dans le calcul des coûts de sinistres veut mettre à disposition de ses partenaires commerciaux sur Internet les résultats de l'analyse statistique de données des dommages produits sous la forme de cubes OLAP. Les cubes contiennent les mesures sur divers coûts de services sous la forme de sommes globales et de valeurs moyennes, pouvant être sélectionnées et considérées sous forme de cubes OLAP selon différentes dimensions comme par exemple la marque automobile, le modèle, le mois et le jour de l'accident ainsi que la région ou le pays. Les cubes sont partiellement construits de manière hiérarchique. Cela permet à l'utilisateur d'accéder de la manière la plus simple possible d'une vue supérieure (par exemple toutes les marques) à un niveau plus bas (par exemple tous les modèles d'une marque).

Le concept a été testé avec un projet pilote

Sur un serveur Web central sont publiés des cubes OLAP avec des données de différents pays pouvant être consultées par des utilisateurs autorisés. Les cubes OLAP sont définis avec SPSS de manière décentralisée à partir de différents postes et peuvent directement être publiés sur le serveur Web à partir de l'output SPSS. Le système d'autorisation à la base de SmartViewer Web Server permet de rendre accessible chaque cube uniquement à des groupes d'utilisateurs clairement définis.

Procédure

Les données sont lues dans SPSS à partir de données SQL centrale. Des cubes sont créés et peuvent être publiés directement sur SmartViewer Web Server. Chaque utilisateur peut afficher au choix dans les cubes OLAP les données sur mesure à ses propres besoins. SPSS permet ainsi de couvrir de manière optimale les besoins pendant l'usage du site des utilisateurs comme système d'analyse que comme système de reporting.

Résultat

Par le système de mise à disposition d'informations, la société ne fait pas uniquement gagner du temps, mais garantit à tous les clients des informations élevées.



www.spss.ch

SPSS Suisse a créé pour une société un système de règles sur des règles à la maintenance caractérisée d'entretien

Un système expert

Des systèmes experts pour un grand nombre de problèmes par une société suisse de services pour un rapport avec les clients. Le système est adapté à leur situation et élaboré avec un ensemble d'intelligence artificielle et d'algorithmes perfectionnés. La maintenance a été réduite et les changements peuvent être modifiés très rapidement.

Clementine comme environnement de programmation structurée

En dehors des puissants algorithmes, un autre atout permettant d'accélérer le processus de data mining : avec Clementine, l'approche et les conditions complexes peuvent être représentées par une suite de symboles graphiques.

Des ensembles de règles complexes sont créés relativement simplement ; l'image finale contient un ensemble de règles appliquées au choix à un ou plusieurs symboles. Le bal reste facile à suivre, les liaisons sont relativement faibles.

Implémentation simplifiée

La totalité de l'ensemble de règles est créée par un Publisher Node. Le processus de l'utilisateur à l'édition de la recommandation est capable d'être exploité en dehors de

Un constructeur automobile européen a pu considérablement améliorer sa base de connaissances de l'entreprise grâce à l'utilisation du text-mining

Le département recherche d'un grand constructeur automobile européen cherchait une méthode plus efficace et plus précise pour gérer la base de connaissances. Pour rester compétitive, l'organisation et la classification des sources de renseignements sont d'une importance vitale. L'examen continu de toutes les sources d'informations possibles, y compris celles de la concurrence, s'avérait toutefois particulièrement laborieux. A cela venait s'ajouter le fait que les informations cruciales passaient souvent inaperçues compte tenu de la diversité des sources d'informations à analyser.

LexiQuest intègre les sources les plus variées dans sa recherche d'informations

C'est pourquoi le groupe a décidé d'implémenter LexiQuest Mine, capable aussi bien de répondre aux demandes de recherche que de manipuler de nombreuses sources de renseignements différentes comme par exemple les nouveaux messages, documents, e-mails, courriers ou présentations. Ces différentes ressources constituent en règle générale le système d'informations d'une société. En utilisant des techniques de traitement des informations statistiques et linguistiques, LexiQuest Mine extrait les termes et les informations clés figurant dans le système d'informations de la société. Grâce à l'utilisation de LexiQuest Mine, les utilisateurs peuvent suivre et analyser l'évolution de ces informations et leur lien avec d'autres informations connexes.

La base de connaissances de la société a été optimisée

Grâce à ce suivi dynamique, LexiQuest Mine peut immédiatement intégrer des modifications d'informa-

tions et optimiser ses opérations de base de connaissances : le constructeur automobile a ainsi pu non seulement améliorer la précision des recherches et le temps de rotation mais réduire considérablement les coûts en termes de renseignements relatifs à la concurrence en limitant le nombre d'opérations manuelles liées à la collecte d'informations.

Linear Mixed Models dans SPSS 11:

L'ajout de «Linear Mixed Models» au module «SPSS Advanced Models» est la nouveauté statistique essentielle de la version SPSS 11. «Linear Mixed Models» est une procédure entièrement nouvelle permettant de développer des modèles de prévision lorsque les données sont interdépendantes ou présentent des corrélations et des variabilités non constantes. C'est le cas lorsque vous analysez par exemple l'effet de différentes méthodes d'apprentissage sur les résultats d'un examen de différentes classes ou le comportement de consommateurs de différentes familles.

Des prévisions plus exactes grâce aux Linear Mixed Models

Le nom «Mixed Models» souligne le fait que les modèles autorisent la combinaison de facteurs (variables de prévisions catégorielles), fixes ou aléatoires.

Les «Linear Mixed Models» proposent une large palette de modèles différents comme par exemple Split-Plot Design, Multi-Level Models avec Fixed-Effects Covariance et Randomized Complete Blocks Design. Vous obtenez des modèles de prévision plus exacts puisque les «Linear Mixed Models» prennent en compte les structures hiérarchiques des données.

Les «Linear Mixed Models» sont activés via le menu :
> Analyse > Mixed Models > Linear

Parfait pour des analyses nécessitant plusieurs relevés

Les «Linear Mixed Models» peuvent également être utilisés pour des relevés qui se répètent, en particulier dans des situations dans lesquelles des données ont été calculées par un nombre différent de relevés répétés ou à différents intervalles voire les deux. Ceci est très fréquent dans le cas d'analyses dans le domaine de la santé lorsque des patients ne peuvent pas être présents au moment des consultations régulières. Les méthodes traditionnelles ne peuvent pas prendre en compte de telles mesures alors que les «Linear Mixed Models» utilisent toutes les données et permettent ainsi d'obtenir une représentation plus fidèle de l'évolution du processus de guérison des patients.

Une introduction claire illustrée par des exemples concrets est disponible à l'adresse www.spss.com/registration/premium/consol056.cfm?Demo_ID=41.



www.spss.com/spssbi/Advanced_Models/whats_new.htm

info

L'article sur le thème : Enquêtes auprès des collaborateurs via Internet: Questionnaires par simples clics

Vous avez pour projet de lancer une enquête auprès de vos collaborateurs (-trices) ? Nous vous recommandons à ce sujet l'article de Dr. Daniel Schloeth, paru en avril 2002 dans Alpha, le supplément pour l'emploi des cadres du Tages-Anzeiger et SonntagsZeitung. Il montre comment des enquêtes électroniques via Intra- ou Internet font gagner du temps, réduisent les coûts et fournissent des résultats plus fiables comparés aux questionnaires classiques sur papier. L'article contient aussi bien des choses intéressantes sur le thème des enquêtes auprès du personnel que des astuces pouvant être directement transposées dans la pratique. Commandez une copie de cet article via info@spss.ch ou chargez-la directement à partir de notre page d'accueil sur :

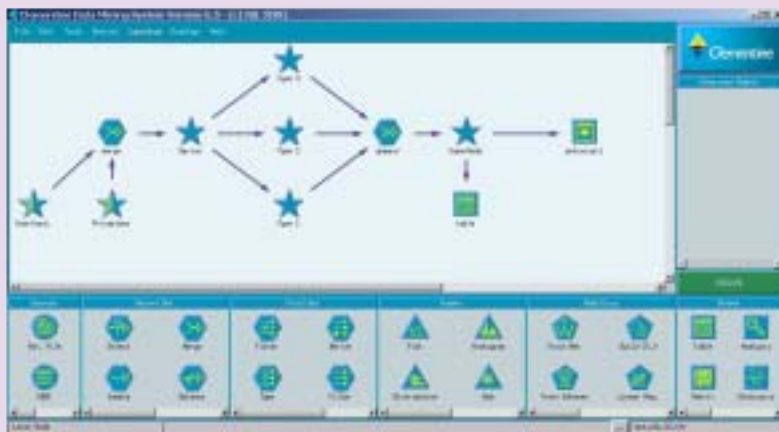


www.spss.ch

à partir de différentes tables d'une base de données OLAP spécifiques aux clients sont ensuite transférées sur Internet à partir de SPSS avec un utilisateur Inter- ou Intranet peut visualiser et analyser les informations importantes, adaptées aux besoins individuels en informations, indépendamment de la fonction et fonctionne aussi bien sur un système de gestion d'informations.

est différenciée et dynamique sur Internet des économies de temps et d'argent dans les différents pays un niveau d'informa-

La page Web est alors en mesure d'ouvrir le processus global par une simple commande, le résultat reçu étant ensuite présenté au visiteur du site. Dans le cas de modifications aléatoires, seul le processus Publishing doit une nouvelle fois être exécuté et le fichier pim correspondant (produit par le Publisher) remplacé. C'est en règle générale une question de quelques minutes seulement.



Un ensemble de règles complexe, élaboré avec Clementine.

Résultat

Sur la page d'accueil de la société, un moteur de recommandation central fonctionnant en temps réel et adaptable en un temps record aux commandes modifiées est à présent disponible. La société prestataire économise ainsi du temps et de l'argent puisque la maintenance de ce système est très simple. En outre, les visiteurs du site trouvent plus souvent ce qui les intéresse, un facteur de succès essentiel dans le domaine du commerce électronique.



www.spss.ch

Clementine a élaboré pour une société de services des modèles permettant de soumettre aux clients des offres adaptées sur mesure.

Expert basé sur le Web

de ce type sont demandés pour résoudre un problème. Un tel système expert a été requis par une société désireuse de proposer à ses clients des services à la qualité-prix individuel. L'objectif est de proposer via Internet un schéma tarifaire optimal et personnalisé. Le système expert n'a pas été développé à l'aide de règles prédéfinies mais au moyen de règles que Clementine propose avec ses modèles. Grâce à l'emploi de l'intelligence artificielle, le processus est à son minimum puisque les paramètres peuvent être modifiés facilement.

Apprentissage

de modélisation, Clementine dispose d'un moteur qui considère le processus de data mining est visuelle. Les opérations peuvent être représentées de manière claire à l'aide de diagrammes.

Les modèles peuvent ainsi être construits et représentés de manière claire. Le «Stream» sur la figure ci-dessus est complexe. Toute modification peut s'effectuer facilement et le risque d'erreurs reste très faible.

(voir la figure) est liée simplement avec ce processus. Tout le processus, de la lecture des saisies à la recommandation, est extrait sous forme de fichier de données de Clementine.

atoire. Ils contenaient alors aussi bien les «clients idéaux» que les autres. Ces deux groupes sont désignés habituellement par les concepts de «Training» (utilisé pour l'élaboration du modèle) et «Test» (sert à valider le modèle).

Clementine a élaboré un profil

Les algorithmes de Clementine ont alors été utilisés pour détecter sur le jeu de données «Training» le modèle «typique» du «client idéal» en contraste par rapport aux autres clients. Ces opérations entraînent l'utilisation de réseaux neuronaux ou arbres de décision (comme C5 ou C&RT). Le résultat de ce processus d'apprentissage est alors considéré comme le profil du «client idéal typique».

Ce profil fut ensuite appliqué aux jeux de données restants et comparé aux caractéristiques réelles pour vérifier s'il pouvait être appliqué aux données indépendantes non utilisées pour l'apprentissage. Autrement dit : la généralisation potentielle du profil a été contrôlée. Le critère d'un bon modèle n'est pas seulement le taux absolu de résultats positifs sur le jeu de données d'apprentissage mais bien plus une potentialité de généralisation élevée. Les modèles présentant une très haute exactitude avec le jeu de données d'apprentissage sont souvent «trop spécifiquement adaptés» et persuadent moins lorsqu'il est question de pronostics sur de nouvelles données.

À la fin du processus décrit, le profil a pu être appliqué à toute la base de données regroupant tous les clients. Chaque client s'est ainsi vu attribuer un score montrant la probabilité d'appartenir au groupe des «clients idéaux».

Résultat

La société est à présent en mesure de contacter de manière ciblée des clients avec des offres pouvant les intéresser avec un fort potentiel ou, en d'autres termes, d'effectuer un marketing 1 to 1. Le pourcentage de contrats augmente en règle générale massivement dans les campagnes correspondantes. La création de modèles tels que ceux décrits ici fait partie de la palette de services de SPSS (Suisse).



www.spss.ch

SPSS a développé pour une société de services des modèles permettant de soumettre aux clients des offres adaptées sur mesure.

Les stratégies de cross-selling et d'up-selling sont vitales pour les sociétés

Quelle palette d'offres proposer à quels clients ? Qui pourrait avoir besoin d'autres produits ? Trouver les réponses adéquates à ce type de questions est primordial dans le domaine du commerce. Le thème est désigné par les termes «cross-selling» et «up-selling» : détecter parmi les clients actuels ceux susceptibles d'être intéressés par d'autres produits et ceux entrant en ligne de compte pour une utilisation plus intense du même produit. Avec ces questions, typiques dans le secteur du data mining, une grande société suisse s'est adressée à SPSS (Suisse).

Apprendre des «bons clients»

Un groupe de clients a été sélectionné parmi les clients existants, leur profil correspondant à celui du «client idéal» recherché, qui par exemple utilise une combinaison particulièrement intéressante de produits. Un échantillon aléatoire à partir des autres clients a été mis en parallèle.

Les deux jeux de données ont été regroupés en un plus grand. Celui-ci a été mixé puis réparti en deux ou plusieurs jeux de données partiels selon un principe alé-

info

L'ouvrage sur l'étude d'enquêtes : Surveys with confidence

Vous souhaitez avoir un aperçu sur les méthodes d'études d'enquêtes sans vous plonger dans une littérature spécifique trop complexe ? Nous vous recommandons à ce sujet l'ouvrage qui a fait ses preuves depuis des années et qui vient d'être réédité «Surveys with Confidence» (en anglais). Cet ouvrage donne un aperçu clair et précis sur le sujet et expose la procédure idéale étape par étape pour différents types de questionnaires. Vous pouvez vous procurer l'ouvrage au prix de Fr. 39.- (H.T. et frais d'expédition en sus) via info@spss.ch.



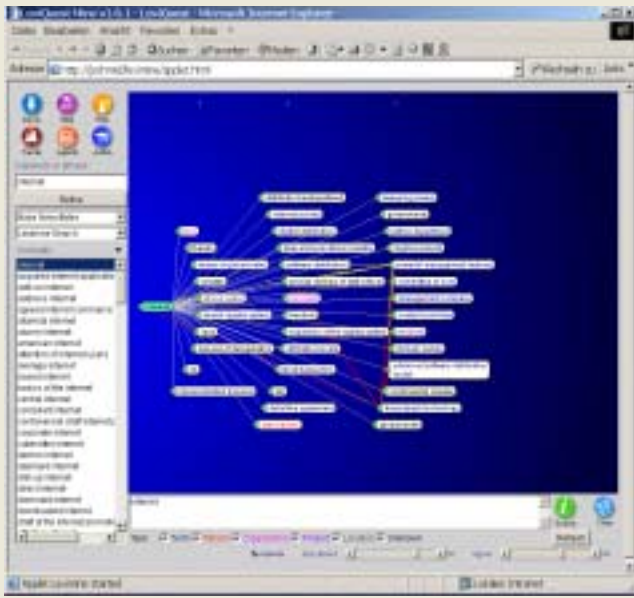
www.spss.ch

LexiQuest – du mining avec des données non structurées

Le data mining classique gère en règle générale des données structurées. Cela signifie que les données à analyser sont généralement disponibles sous forme de bases de données ou de systèmes comparables. En réalité, seule une partie relativement faible des informations intéressantes est véritablement enregistrée sous une forme structurée. Si l'on observe les pratiques de l'étude de marché, on s'aperçoit qu'un énorme potentiel est présent dans des données non structurées et non exploitées comme par exemple les réponses à des questions ouvertes dans les différents sondages.

Le logiciel basé sur la technologie linguistique de LexiQuest peut sans problème être intégré dans Internet ou Intranet

C'est face à des informations non structurées de ce type que LexiQuest entre en jeu. LexiQuest est un logiciel qui, grâce à la technologie moderne NLP (Natural Language Processing) prend en charge l'acquisition et la catégorisation de bases de textes. Le logiciel basé sur la technologie linguistique de LexiQuest peut en outre s'intégrer sans problème dans un réseau Inter-, Intra- et Extranet. Lorsque l'on utilise LexiQuest comme moteur de recherche, sa technologie offre, par rapport à une technologie classique basée sur des mots-clés, une amélioration des performances allant jusqu'à 400 %. La particularité de LexiQuest est qu'il ne reconnaît pas seulement de simples récurrences de mots mais des concepts constitués de groupes de mots dans des contextes spécifiques.



LexiQuest permet d'analyser en temps réel des requêtes et réclamations reçues par e-mail, de les distribuer vers les différentes adresses compétentes voire d'y répondre de manière autonome avec les modules de textes adéquats!

LexiQuest est constitué de différents modules :

- LexiQuest Mine est un outil de text-mining basé sur la technologie linguistique qui détecte des concepts dans des documents et désigne les relations entre ces concepts. LexiQuest Mine peut analyser les sources de données les plus diverses et se montre très efficace sur ce point. Le traitement de 250 000 pages par heure a été exécuté sans problème lors de tests.
- LexiQuest Categorize classe automatiquement les documents dans les catégories adaptées. LexiQuest Categorize peut être utilisé comme «aide à la navigation» mais peut également fournir des informations de manière active via les fonctions «push» en étant intégré dans un portail.

- LexiQuest Guide permet des recherches documentaires en langage courant.
- LexiQuest Respond est une solution intelligente de gestion des questions et des réponses automatiques basée sur la technologie LexiQuest.

LexiQuest est le complément idéal de Clementine

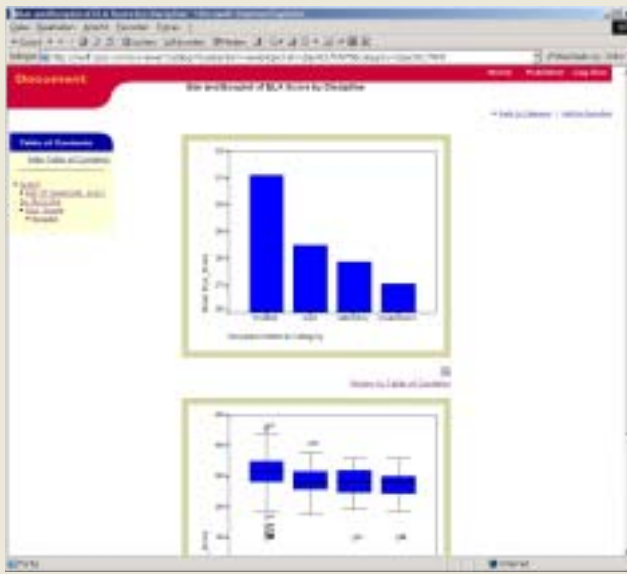
LexiQuest est actuellement disponible pour le traitement de textes anglais, allemand et français. D'autres langues sont en cours de développement ou déjà envisagées. LexiQuest est le complément idéal de Clementine dans lequel il est déjà intégré via CEMI et LexiMine Source Node! Cela signifie que les résultats d'une analyse LexiQuestMine sont directement assemblés dans Clementine avec les données structurées correspondantes et peuvent ainsi être analysés avec des méthodes de data mining.



www.spss.com/spssbi/lexiquest

SmartViewer Web Server – présentez vos résultats d'analyses SPSS rapidement et sans difficultés sur Internet ou l'Intranet

SPSS permet la production simplifiée de résultats à la présentation efficace disposant en outre de fonctionnalités interactives. Mais comment mettre rapidement et simplement ces résultats à la disposition d'autres personnes ?



Le portail Web analytique pour produits SPSS

C'est justement ici qu'intervient SmartViewer Web Server. SmartViewer Web Server est le portail Web analytique pour produits SPSS. SmartViewer Web Server permet la publication simple et rapide de rapports SPSS. SmartViewer Web Server enregistre la totalité des résultats de manière centralisée et sécurisée dans une base de données, y compris des tableaux pivotants, des cubes OLAP, des graphiques SPSS ou des fichiers HTML de n'importe quel autre produit. Il est possible d'avoir accès à la publication de cet output avec un navigateur Web standard, sans téléchargements, plug-ins ou autres installations supplémentaires.

Les résultats SPSS sont transformés en pages Web

SmartViewer Web Server transforme de façon autonome des rap-

Participez «en ligne» via Internet à des séminaires et des présentations organisées par SPSS à Chicago

SPSS Chicago organise régulièrement des séminaires en ligne sur différents thèmes. Ces séminaires sont souvent adaptés aux heures de bureau européennes. La liste des thèmes est présentée sur SPSS.com sous la rubrique «events».

La participation à un séminaire en ligne est très simple

Pour participer à un séminaire en ligne, il suffit de vous inscrire sur la page d'accueil de SPSS et de composer le numéro de téléphone fourni par SPSS au début du séminaire. Il suffit de citer par téléphone rapidement la manifestation à laquelle vous vous êtes inscrit. Une fois l'inscription orale effectuée, il est possible de suivre en direct sur Internet et d'écouter par téléphone ce qui est présenté. Vous pouvez ensuite poser des questions et écouter les questions et réponses des autres participants.

Les séminaires peuvent être consultés ultérieurement

Si vous ne pouvez pas participer aux séminaires, il est toujours possible de visualiser plus tard la présentation. La liste des présentations ayant déjà eu lieu regroupe des vidéos et des présentations PowerPoint sur les thèmes suivants : « Text mining : Unlocking value in text », « Detect and prevent fraud, waste and abuse with data mining », « Why data mining today ? ».

Profitez de ce moyen particulièrement pratique pour vous informer sur les toutes dernières nouveautés concernant les thèmes du data mining, du text-mining, de l'analyse statistique et de la collecte de données.



www.spss.com/events

ports SPSS en pages Web. Ce processus de publication s'effectue par de simples clics de souris et consiste en priorité à intégrer le rapport dans le système d'archivage de SmartViewer Web Server. Il faut à ce propos indiquer qui peut avoir accès au rapport et sous quels mots-clés et secteurs il peut être trouvé.

SmartViewer Web Server est basé sur une architecture «multi-tier» moderne sur la base de Java 2 Enterprise Edition de Sun Microsystems (J2EE). J2EE est un standard industriel pour des applications «multi-tier» basées sur des serveurs.

Une grande importance a également été accordée à la sécurité : SmartViewer Web Server gère les authentifications avec son propre système de mot de passe (LDAP ou le système de Windows peuvent également être utilisés). Chaque document peut être doté d'une autorisation de contenus séparée et il est possible de spécifier qui dispose d'un accès en écriture ou en lecture. L'encryption SSL est en outre supporté.



www.spss.com/spssbi/smartviewer_server/index.htm

License Renewal Utility pour SPSS 10 for Macintosh

La saisie d'un nouveau code de licence était jusqu'ici un peu fastidieuse dans une installation déjà en place de SPSS for Macintosh. SPSS met à présent un utilitaire à disposition capable de résoudre ce problème. Le fichier est une archive «Stuffit» qu'il suffit de décompresser.

L'utilitaire ne peut être lancé que si SPSS n'est pas déjà en cours de fonctionnement. Un double-clic sur l'icône SPSS Renewal fait apparaître une fenêtre affichant les modules déjà en place ainsi que le code actuel. Il peut être remplacé puis mis à jour avec «Update».



www.spss.com/tech/patches/maclicrenew.htm

L'utilisation de text-mining garantit aux employés de l'une des plus grandes banques européennes un accès simplifié et rapide à des informations essentielles à l'entreprise

Pour assurer la cohérence, la précision et la vitesse de traitement des dossiers clientèle dans tous les pays, l'une des plus grandes banques européennes était à la recherche d'un système permettant à tous ses collaborateurs et collaboratrices dans le monde d'accéder rapidement et facilement à des informations actuelles sur les techniques bancaires européennes. Les informations étaient certes toutes stockées sur l'intranet de la banque mais rechercher un document précis dans la masse d'informations contenues dans le site était comparable à la recherche d'une aiguille dans une meule de foin.

La recherche par mots-clés renvoyait de plus en plus des résultats non pertinents, ce qui rendait l'opération inefficace par rapport au temps requis.

L'organisation des processus de recherche a été optimisée

Pour rendre le processus de recherche plus efficaces, la banque a opté pour LexiQuest. Associé au moteur de recherche de la banque, il permet aux employés de poser des questions dans les termes de leur choix. Le logiciel LexiQuest Guide utilisé ne se contente pas de rechercher des termes spécifi-

és mais permet aux ordinateurs de comprendre le contexte et la signification du langage courant.

Gain d'informations et de temps

La facilité d'utilisation, la précision du logiciel et la méthode de recherche du text-mining, permettent aux collaborateurs de la banque d'obtenir un niveau élevé d'informations dans tous les pays mais aussi de gagner du temps : le flot d'informations est maîtrisé et les informations recherchées sont trouvées plus fréquemment et plus rapidement.