

Pitney Bowes Business Insight réinvente les campagnes marketing avec son outil de modélisation Uplift

Paris, le 28 Juin 2011 - **Pitney Bowes Business Insight (PBBI)**, fournisseur de solutions logicielles et données pour l'optimisation de la connaissance et des interactions clients, lance la solution **Portrait Uplift** pour un ciblage ultra intelligent des clients et la maximisation du retour sur investissement des campagnes marketing. Dépassant les approches de modélisation classiques, **Portrait Uplift** prévoit dans quelle mesure la propension à acheter d'un client sera influencée, positivement ou négativement, par toute forme d'interaction marketing. La solution a déjà fait ses preuves auprès de nombreux clients des Télécoms, de la Banque-Assurance et de la Distribution aux USA et en Europe du Nord avant d'être lancée aujourd'hui en France à l'attention des organisations menant des campagnes marketing anti-attribution et de cross-selling.

La modélisation prédictive, un enjeu crucial en marketing

Une entreprise n'ayant pas ciblé, parmi sa clientèle, les personnes souhaitant recevoir des campagnes marketing, ou ayant besoin d'en recevoir, peut rebuter ses clients en envoyant des e-mails trop nombreux et impersonnels ou en proposant des offres inadaptées. Dans un tel cas, le responsable marketing risque non seulement de perdre des clients, voire de les inciter à se tourner vers la concurrence, mais également du temps, de l'argent et des ressources. Avec un solide programme de gestion de la communication client (CCM), une entreprise peut créer, diffuser et gérer des communications multi-canales permettant de renforcer la satisfaction client et d'améliorer l'efficacité opérationnelle, tout en réduisant les coûts. Les budgets préservés peuvent ainsi être investis sur d'autres activités.

Lors de la conférence 'Customer 360' sur le CRM de Mars 2011, Gareth Herschel, Directeur de Recherche chez Gartner précisait, dans son intervention '*Predictive Modeling Now more than Ever*', que « la modélisation prédictive Uplift doit être étudiée par toute organisation ayant des activités importantes de gestion de campagnes marketing ». Il faisait remarquer par la suite que les organisations auraient tout intérêt à prendre en considération **Portrait Uplift** de Pitney Bowes pour la modélisation Uplift.

Un outil de DataManagement analytique de pointe pour la lutte anti-attribution (perte de clients)

Portrait Uplift, module phare de l'offre 'Portrait' de PBBI, permet de segmenter les opérations marketing pour en maximiser le chiffre d'affaires additionnel ainsi que la rétention, la durée de vie et la valeur des clients. La solution permet une focalisation des campagnes uniquement sur les clients qui y seront réceptifs, c'est-à-dire 'influçables' (exclusion sera faite des clients réfractaires et non-réceptifs) pour un ciblage optimal. Cet outil permet aux entreprises de dépasser les performances de la segmentation et les scorings de ciblage classiques. Il cible uniquement les clients qui réagiront positivement à un message, tout en mettant de côté ceux qui achèteront dans tous les cas, ceux qui n'achèteront jamais et ceux qui pourraient réagir négativement.

En détectant les cibles pour lesquelles les campagnes sont intrusives, **Portrait Uplift** génère des économies substantielles. Cet effet de 'levier' permet de reventiler les dépenses sur des opérations plus efficaces et mieux ciblées. « *Portrait Uplift génère rapidement une réduction d'un tiers des coûts globaux d'une campagne marketing, tout en augmentant les rendements opérationnels de l'opération jusqu'à 30%.* », souligne Paul Archambault, Directeur des Etudes de Pitney Bowes Business Insight.

Cette solution spécifique pour le traitement des problèmes de ciblage est issue d'une technologie sophistiquée, fruit de 15 ans de recherches.

Application aux secteurs Télécoms, Banque-Assurance et Distribution

Alors que les marchés de la téléphonie mobile et de l'ADSL grand public sont parvenus à maturité, les responsables marketing des opérateurs télécoms ont pour challenge crucial la conservation des clients devenue tout aussi importante que leur acquisition. L'Uplift est une solution anti-churn (perte de clients) unique pour ces professionnels, qui à l'instar de T-Mobile en Autriche, déjà utilisateur, peuvent en tirer un bénéfice conséquent.

*« Dans notre secteur, rappeler à un client que son contrat de téléphonie arrive bientôt à terme avec une campagne marketing peut en fait avoir un effet négatif et amener le client à comparer les offres de la concurrence pour trouver une solution plus avantageuse. », observe Christian Reder, analyste marketing chez **T-Mobile Autriche, qui a réussi à réduire son taux de résiliation de 2,4 points, en utilisant Portrait Uplift.** « Portrait Uplift nous a permis de comprendre les types de clients que nous ciblions et ainsi de réduire notre budget marketing, tout en améliorant l'efficacité et la rentabilité globales de nos campagnes marketing ».*

Le secteur de la Banque-Assurance constitue le second marché phare pour Portrait Uplift. Les banques de détail, les organismes de crédit et les sociétés d'assurance cherchent aujourd'hui à établir une relation de confiance réciproque et exclusive avec leurs clients à qui ils proposent une gamme de produits et services diversifiés. Alors que cette gamme s'élargit et qu'internet équipe de plus en plus 'la jeune génération', l'action du marketing s'oriente encore plus vers la fidélisation. L'Uplift prend ici aussi tout son sens : Portrait Uplift permet une fidélisation des clients sur le long terme.

Dans un contexte de concurrence exacerbée, la Distribution a également pour objectif le ciblage et la fidélisation de ses clients. Alors que les méthodes traditionnelles de ciblage ne sont pas optimales pour animer ou garder sa clientèle, l'utilisation de l'Uplift permet aux acteurs de la Distribution une identification des clients à plus fort levier, c'est-à-dire plus sensibles à une opération commerciale et dès lors susceptibles d'augmenter significativement leur consommation.

Pour plus d'informations sur Portrait, rendez-vous sur <http://www.pbinsight.eu/fr/produits/portrait-customer-interaction-suite/>.

Pitney Bowes Business Insight a publié des **livres blancs sur l'Uplift** dans les domaines des **Télécoms**, de la **Banque/Assurance de détail** et de la **Distribution**, **disponibles sur simple demande.**

A propos de Pitney Bowes Business Insight

Pitney Bowes Business Insight, division software de Pitney Bowes Inc., permet aux organisations de renforcer leurs relations avec leurs clients et usagers, et d'augmenter leurs parts de marché et leurs niveaux de service. Nos solutions et nos services transforment les données brutes en informations critiques offrant aux organisations un avantage compétitif spécifique, durable et défendable. Grâce à une meilleure compréhension de leurs clients et usagers, elles établissent avec ces derniers des connexions plus significatives et bâtissent une intimité offrant de plus grandes opportunités de succès. Visitez www.pbinsight.fr

Contact presse : Agence Point Virgule
Chrystel LIBERT / Solenn MORGON
clibert@pointvirgule.com / 01 73 79 50 63
smorgon@pointvirgule.com / 01 73 79 50 70