

Datakalab lance le premier outil de mesure des émotions et du comportement pour les sites e-commerce

Paris - 08 janv. 2019: Datakalab, startup du domaine de la Brain Tech qui mesure les émotions à l'aide des neurosciences et de solutions d'Intelligence Artificielle (IA) annonce qu'elle a développé le prototype d'un nouvel outil de mesure des émotions et des comportements utilisant IBM Tealeaf, une solution d'analyse comportementale. IBM Tealeaf offre aux entreprises l'information client nécessaire pour optimiser les portails numériques afin d'accroître les revenus et les taux de fidélisation de la clientèle.

Datakalab fait partie des startups sélectionnées en 2017 par IBM dans le cadre de sa « Scale Zone », son espace dédié à l'industrialisation de projets d'innovation entre entreprises et startups, mettant ces dernières au cœur d'un écosystème avec des moyens, des expertises et des compétences pluridisciplinaires pour réaliser des projets innovants à une échelle industrielle.

En moins de 6 mois, l'équipe Datakalab, avec le soutien technique d'IBM, a développé un prototype de solution innovante qui offre une nouvelle dimension dans la compréhension de l'expérience et du ressenti des clients sur les sites web. Grâce à son prototype de solution de reconnaissance et d'analyse faciale, Datakalab est capable de mesurer les niveaux d'attention et d'engagement émotionnel pendant le parcours des clients sur le site. Ces mesures comportementales sont croisées avec les données collectées par IBM Tealeaf sur toutes les interactions des visiteurs du site (clic, remplissage de champ de saisie, déplacement de la souris...). Cela permet à Datakalab de savoir sur quelle page un client a eu une émotion particulière et d'identifier les éventuels problèmes techniques et de conception du site grâce à IBM Tealeaf.

Datakalab indique que leur solution est conforme au RGPD, et les visiteurs sont invités à donner leur accord pour l'analyse faciale et comportementale.

*« Nous sommes très heureux d'avoir accompagné Datakalab dans leur nouvelle offre innovante et disruptive », souligne **Marie-Noëlle Muller, Vice-Présidente, secteur Industrie & Communications, IBM France et coach de Datakalab à la Scale Zone.** « En apportant la mesure de l'impact émotionnel dans le parcours client, la solution de Datakalab est conçue pour apporter une réelle valeur ajoutée aux entreprises en leur permettant de différencier profondément et durablement leur marque ».*

*« Cet outil de Datakalab capitalise sur l'expertise en analyse des expressions faciales de la startup et les capacités analytiques d'IBM Tealeaf pour répondre aux besoins des directions e-commerce », déclare **Anne-Marie Gaultier, Présidente de Datakalab.** « En effet, cette solution Datakalab permet aux marques d'aller au-delà des mesures transactionnelles pour interpréter le ressenti des clients et identifier les moments qui génèrent des émotions positives ou négatives dans le parcours client ».*

Datakalab, invité par la région Ile de France, présente ce nouveau prototype de produit en avant-première au CES de Las Vegas dans l'Espace Eureka Park.

Co-fondé en 2017 par Anne-Marie Gaultier, Frank Tapiro, Xavier Fischer et Lucas Fischer, Datakalab est une startup dans la Brain Tech qui mesure les émotions et le comportement des clients sur les différents points de contacts de la marque (pub, évènements, magasins...) à travers des outils issus des neurosciences et de l'IA. Datakalab a développé ses propres algorithmes et ses plateformes produits et a analysé plus de 10 millions d'images d'expressions faciales collectées lors de mesures d'affiches, d'annonces presse, de vidéos et films, de conférences. Elle a récemment recruté deux chercheurs de l'université Pierre et Marie Curie spécialisés en intelligence artificielle et en particulier sur la reconnaissance et l'analyse des expressions faciales. Elle met son expertise au service de clients tels que TF1, France TV, Novotel, AccorHotels Arena, Monsieur Bricolage, SNCF Gares & Connexions, BNP Paribas, BPI France, Disney, Unibail Rodamco Westfield, Groupon, groupe Figaro...

À propos d'IBM Tealeaf

IBM Tealeaf maintient son leadership en matière d'analyse comportementale en offrant aux entreprises de tous les secteurs des avantages commerciaux mesurables en termes de chiffre d'affaires, de fidélisation de la clientèle et d'économies de temps et d'argent.

Pour en savoir plus : <http://ibm.biz/TealeafFr>

Contact(s) relations externes

IBM

Gaëlle Dussutour Tel. : + 33 (0)1 58 75 17 96 dusga@fr.ibm.com

Datakalab

Anne-Marie Gaultier Tel : +33 (0)6 60 31 20 03 amg@datakalab.com

Weber Shandwick pour IBM

Eric Chauvelot / Julie Fontaine Tel. : + 33 (0)1 47 59 56 57 / 33 (0)1 47 59 56 24 ibmfrance@webershandwick.com
