

## **PME : PhotoBox intègre le prédictif à sa stratégie d'entreprise**

**Paris - 25 nov. 2010:** IBM et PhotoBox, Leader Européen du développement photo numérique avec plus de 11 millions de membres et **leader du Livre photo personnalisé en France** avec plus de **1 million de visiteurs** uniques par mois, annoncent la mise en place des solutions d'analyses prédictives IBM SPSS au sein de l'activité européenne.

Quand une PME de 350 personnes s'adresse à 11 millions de membres, il lui faut maîtriser sur le bout des ongles la typologie de ses clients. Avec une proposition innovante d'impression qualitative des « instants d'émotions » des consommateurs, des tarifs très compétitifs et une politique green soulignée par la CCIP, PhotoBox a déjà une longueur d'avance.

Mais le groupe ne s'en tient pas là. Son objectif, mieux maîtriser la connaissance comportementale de ses clients et prospects, pour proposer des offres ou des promotions toujours plus subtiles et finement liées aux profils de consommation de ses clients. Les besoins en technologies analytiques sont donc très forts. Déjà fervent utilisateur de moyens de reporting, le groupe PhotoBox décide de porter ses investissements en business intelligence un cran au-dessus et se tourner vers les technologies analytiques avancées d'IBM et leur pouvoir prédictif qui permet de décupler le pouvoir de décision et travailler plus intelligemment.

En plus de segmenter la base client, d'identifier de façon pratique et pertinente les clients en groupes homogènes selon les comportements d'achats, les technologies prédictives permettent de mieux concevoir les campagnes marketing et de les orienter sur un mode ciblé. Par exemple, en analysant les données passées, PhotoBox a la capacité d'identifier l'attrition selon un score de risque, mais aussi par exemple de consolider des matrices de transition de produit à produit.

L'intelligence du système repose ainsi sur l'intégration des données transformées en connaissance puis agrégées pour prendre des décisions avisées et de déterminer de nouveaux usages et campagnes. Grâce à la qualification des préférences clients, le taux de conversion est en hausse de 14%.

Avec une mise en place légère et rapide, l'équipe de data miners est capable d'aller puiser dans les données de façon directe dans l'entrepôt de données et d'en obtenir les résultats instantanément. L'utilisation des technologies IBM SPSS a permis de développer des actions sur la fidélisation. Avec peu de désabonnement aux newsletters, seulement 0,6% depuis l'utilisation d'IBM SPSS, PhotoBox soigne encore mieux la fidélité de ses clients. Avec des campagnes test d'effort promotionnel sur clients fidèles, PhotoBox mesure l'attrition. En comparant les diverses campagnes test, PhotoBox évalue l'efficacité des approches pour réduire le départ à la concurrence.

François Le Lay, Business Intelligence Manager du Groupe souligne « Avec un meilleur ciblage, un meilleur profiling des besoins, PhotoBox conçoit des e-mailings plus pertinents. Par exemple, le nombre de nouveaux clients qui profitent d'offres de bienvenue a augmenté de 16% et certaines newsletters ont un taux d'ouverture de 33% et un taux de réactivité de 35%. »

**À propos de PhotoBox**

PhotoBox est une marque du groupe Photoways. Présent dans 15 pays, le groupe Photoways est pionnier et leader du marché européen du tirage en ligne. Le groupe propose un service en ligne complet offrant tirage, stockage et partage de photos numériques ainsi que de très nombreux produits innovants à base de photos (livres photos, calendriers, posters etc.). La société opère sous les marques PhotoBox et Photoways.

Le groupe a fusionné avec son homologue anglais PhotoBox en avril 2006, numéro un du marché britannique, devenant ainsi un leader Européen sur ce marché. Il est détenu majoritairement par les fonds de capital-risque Index Ventures, Highland Capital et HarbourVest. Son Président est Stanislas Laurent, ex-Directeur Général d'AOL Europe.

Pour plus d'informations, visitez le site [www.photobox.fr](http://www.photobox.fr)

## **A propos d'IBM**

Pour plus d'information sur IBM, visitez le site <http://www.ibm.com/ibm/fr/fr/>

---