



HACKATHON MD4

# PLAN



**1**

**EFFICACITE DES CAMPAGNES**

**2**

**DONNEES PERTINENTES**

**3**

**DONNEES MANQUANTES**

**4**

**Pourquoi l'IA?**

**5**

**BENCHMARKING DE MODELES**

**EFFICACITE DES  
CAMPAGNES  
PRECEDENTES**



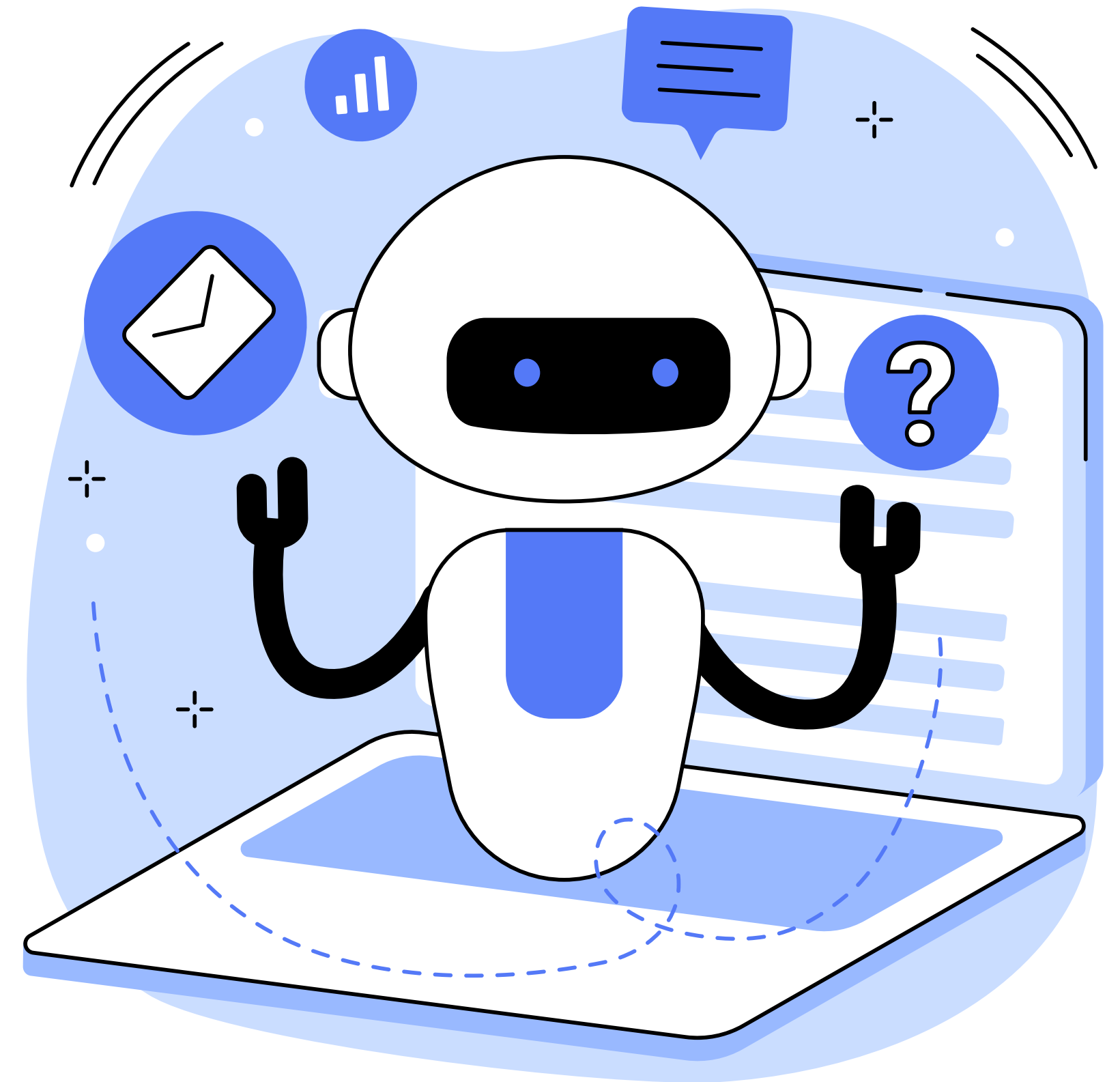
# OBJECTIF

**Utiliser l'IA afin d'anticiper les comportements d'achat.**

**Pour cibler bien et mieux**

**= gain de temps**

**= gain d'argent**



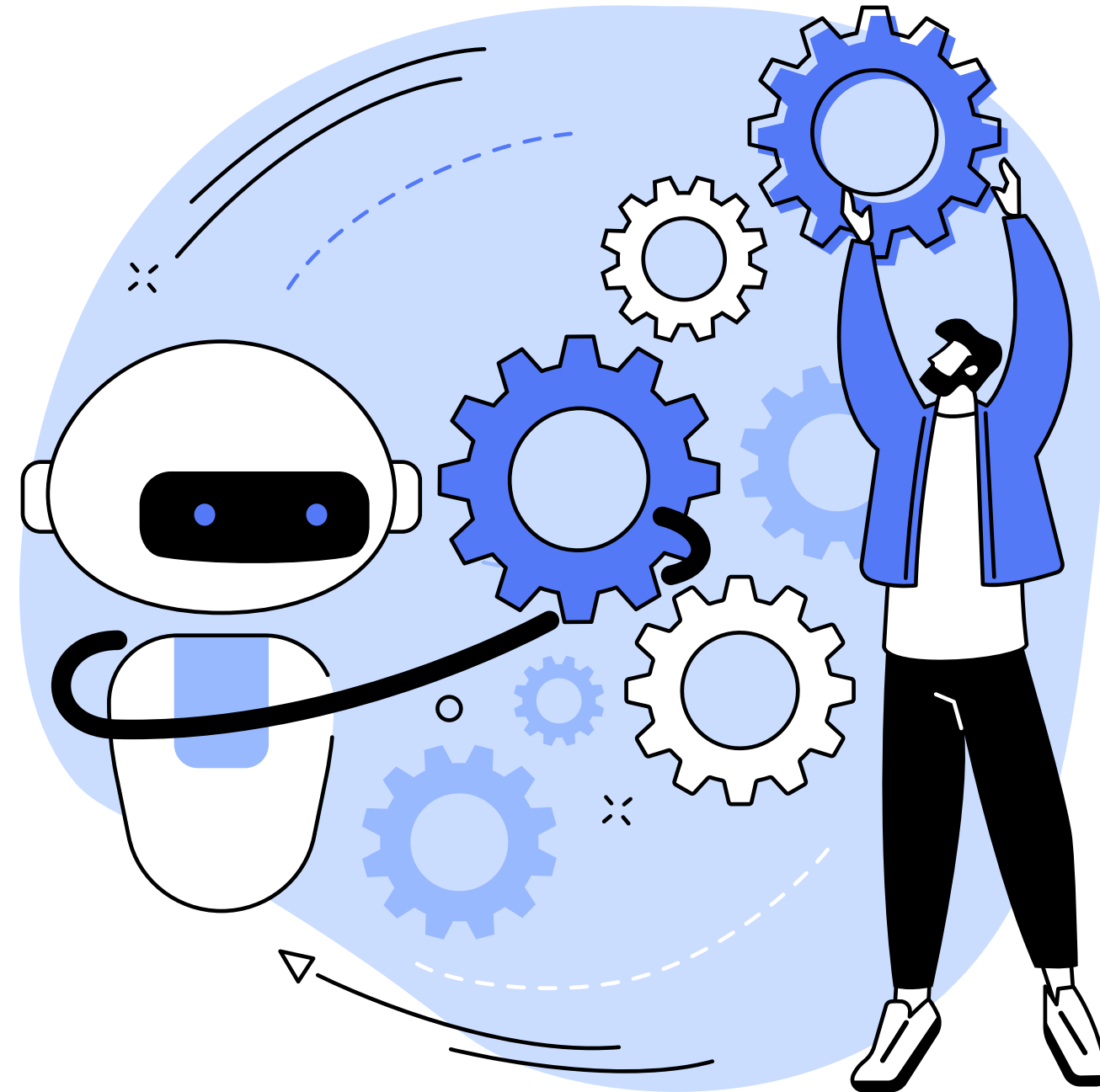
**DONNEES  
PERTINENTES**

# LES CARACTÉRISTIQUES DÉMOGRAPHIQUES DES CLIENTS

AGE

LOCALISATION

situation  
matrimoniale



niveau d'études

Revenus

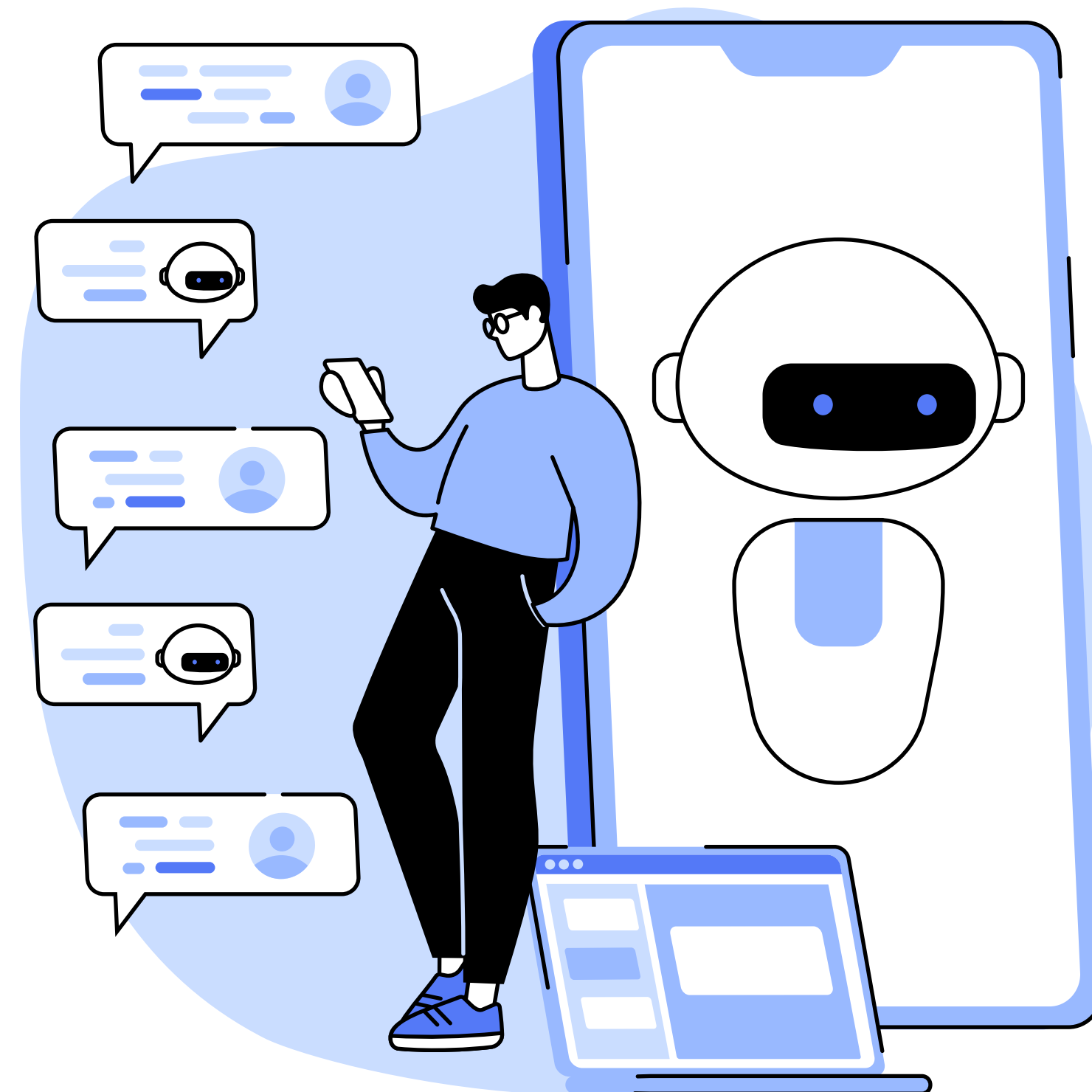




# L'HISTORIQUE DES ACHATS

Un client qui achète souvent du vin va probablement répondre positivement à une offre concernant le vin.

Il faudra potentiellement diriger la stratégie marketing sur les personnes n'ayant pas encore acheter de vin



# LA PLATEFORME D'ACHAT

Les achats de vin et de viande sont plutôt faites directement dans le magasin que sur plateforme WEB.

Il faudrait redéfinir la stratégie  
WEB pour ces produits.



**DONNEES  
MANQUANTES**

# ANALYSE RFM

## Récence

Dernière interaction  
avec l'enseigne

OK

## Fréquence

Fréquence d'achat du  
client

MANQUANT

## Montant

Montant des achats

MANQUANT

SCORING

PERSPECTIVES

Identifier les clients les  
plus précieux  
Réactiver les autres

# DATE DES CAMPAGNES D'OFFRES

**PERIODE DE  
VACANCES?**

**PERIODE DES  
SOLDES?**

**BLACK FRIDAY  
?**

**JUSTE APRES  
LE SALAIRE ?**

## **Conclusion**

Le moment d'envoi  
de la campagne  
joue probablement  
un rôle clé

# POURQUOI L'AI?

Grâce à un modèle automatisé, nous serons capables d'augmenter les taux de réponse, de réduire les coûts liés aux envois inefficaces.

L'objectif est de personnaliser chaque offre, pour chaque client, au moment optimal.



**Après combien d'offres un client est-il susceptible de répondre ?**

**Quelles conditions favorisent une réponse immédiate ?**

**Quelles sont les variables les plus influentes dans la décision  
d'un client ?**

- **Process de la préparation des données**
- **Choix du modèle**
- **Simulation coût CAPEX / OPEX**







Catégorie	CAPEX (Investissement initial)	OPEX (Mensuel)	Détails
Stockage des données	0 €	1 € - 2 €	~5 Go dans AWS S3, Azure Blob ou GCP Cloud Storage.
Modélisation ML	500 € - 1 000 € (expertise)	3 € - 20 €	Services managés comme SageMaker (AWS) ou Azure ML.
Calcul (Machines virtuelles)	0 €	10 € - 20 €	Instance cloud pour calculs/modèles de données.
Tableaux de bord	500 € - 1 000 € (formation initiale)	10 € - 60 €	Licences Power BI Pro (10 € par utilisateur).
Réseau et transferts	0 €	1 €	Transferts mensuels ~10 Go de données entre services.
Formation/Consultants	1 000 € - 3 000 €	0 €	Configuration initiale et assistance technique.
Sauvegardes & Monitoring	0 €	5 €	Sauvegardes et surveillance de l'infrastructure.

Projet moyen  
CAPEX : 2 000 € - 3 500 €  
OPEX : 150 € - 500 € / mois

**MERCI POUR  
VOTRE ATTENTION**