



Le BIG DATA, un outil de développement au potentiel conséquent

vendredi 21 mars 2014, par [lpe](#)

Nombreux étaient les participants aux conférences de la [journée BIG DATA](#) organisée ce jeudi à Niort par l'IUT, département STID.



Différentes illustrations de ce qu'est le BIG DATA ont été présentées par des experts de renom. Sur le sujet des finances/assurances, Pierre Bustamante, DG Europe du Cabinet CHAPPUIS HALDER & Cie, a expliqué l'intérêt de solutions destinées à fournir des outils décisionnels aux réseaux de compagnies d'assurance.

Exemple pratique : reprendre la base de données informatique de la navigation web des usagers du site de la compagnie, la croiser avec la base des prospects qui ont réalisé en ligne un devis sans souscrire et la base des clients ayant quitté la compagnie. Objectif : déterminer, au moment où le prospect/client est parti à la concurrence, quel était le prix marché des offres d'assurance et quel était le prix pratiqué par la compagnie pour ajuster au mieux les offres.

Cette utilisation du BIG DATA peut aussi permettre de savoir que le client/prospect est sensible au prix des produits car il est arrivé sur le site de la compagnie via un site comparateur d'offres affilié. On peut ensuite lui proposer grâce à un algorithme une réduction au dessous du prix marché.

Autre exemple, très pratiqué aux Etats Unis : utiliser les données sociales du prospect ; notamment les informations qu'il poste sur Facebook, pour générer un contact personnalisé : une carte de félicitation avec une réduction pour la naissance d'un enfant...

Les données sont une mine d'information pour les entreprises, elles permettent, si elles sont exploitées de façon méthodique, de fidéliser la clientèle, d'anticiper l'évolution du marché, et notamment dans le domaine de l'industrie, d'anticiper les pannes machines très coûteuses et mieux gérer la maintenance.



Autre utilisation : celle des données cellulaires. Jean-Pierre Lartige, délégué régional Poitou-Charentes pour ORANGE, a présenté l'outil flux vision qui permet de mesurer les flux de population sur un lieu précis ou sur un événement grâce au téléphone mobile des individus. Grâce à des coefficients correcteurs tenant compte de la population totale alentours et de la proportion d'abonnés ORANGE, l'opérateur peut fournir à son client, organisateur d'événements culturels par exemple, les lieux les plus fréquentés sur un site, l'origine géographique (nationalité) des visiteurs... Et ainsi lui permettre d'inciter les visiteurs à se rendre vers une zone moins fréquentée ou d'adapter ses documents de communication à des visiteurs de telle ou telle nationalité venus en nombre. Les données personnelles du propriétaire du mobile restent confidentielles mais son origine géographique et ses déplacements sont ainsi exploités à des fins commerciales.

Autant d'exemples qui ont permis aux participants de cet événement niortais d'appréhender le potentiel du BIG DATA dans de nombreux domaines d'activités.

CR