



Communiqué de presse

Suite à une étude, SPSS révèle que plus d'un tiers des détaillants ne contrôlent pas la solvabilité de leurs clients

Paris, le 31 mars 2009 - Une enquête réalisée par Vanson Bourne(1) pour le compte de [SPSS Inc.](#), leader mondial des logiciels et solutions d'analyse prédictive, démontre que de nombreux détaillants ne se prémunissent pas contre la menace des créances impayées. Cette étude visait à évaluer les comportements face à la solvabilité des consommateurs dans la conjoncture économique difficile d'aujourd'hui. Elle a révélé que 36 % des détaillants consultés sont vulnérables car ils omettent de vérifier la situation de leurs clients en matière d'endettement et de crédit.

Il est pourtant essentiel pour les détaillants de connaître l'état des engagements financiers de leurs clients. Certaines périodes, comme les fêtes ou les soldes, alourdissent considérablement la situation financière des consommateurs ; les détaillants doivent donc anticiper l'incapacité de certains clients à s'acquitter de leurs dettes. La récession augmente encore le risque de créances irrécouvrables et de retards de paiement(2).

L'enquête a également révélé que 68 % des détaillants accordaient actuellement la priorité à la réduction des coûts d'exploitation plutôt qu'à l'augmentation du chiffre d'affaires et des bénéfices. Seulement 7 % ont déclaré qu'ils faisaient passer la collecte des impayés avant leurs autres besoins.

Un logiciel d'analyse prédictive, qui analyse les données sur les clients pour la prise de décisions, permet aux entreprises d'identifier les risques potentiels associés à leurs clients et

(1) Cette enquête a été effectuée par Vanson Bourne pour le compte de SPSS Inc. auprès de 100 DSI, responsables informatiques et cadres supérieurs dans des sociétés de plus de 1000 salariés.

(2) Le Council of Mortgage Lenders (CML) a annoncé récemment que le nombre de foyers ayant plus de trois mois de retard dans leurs remboursements atteindrait 500 000 en 2009 (chiffre annoncé le 18 décembre 2008).



prospect. Il permet d'évaluer avec précision la solvabilité des clients et de réduire les risques pour la société.

« Bien qu'il soit effectivement nécessaire de faire des économies, la grande distribution doit continuer à investir dans de nouvelles technologies afin d'assurer durablement sa stabilité financière », fait observer Haydn Lewis, vice-président de la région EMEA chez SPSS. *« Acquérir de nouveaux clients qui seront incapables de régler leurs dettes est le meilleur moyen pour une société d'accumuler les impayés. Ne pas vérifier la solvabilité des clients est une marque d'imprévoyance et une stratégie risquée. »*

À propos de SPSS

SPSS (NASDAQ : SPSS) est un éditeur leader mondial de logiciels et de solutions d'analyse prédictive. La technologie d'analyse prédictive de SPSS améliore les processus décisionnels des organisations, en leur offrant un contrôle permanent sur les décisions prises chaque jour. En utilisant quotidiennement l'analyse prédictive, les organisations deviennent ainsi des entreprises prédictives, capables d'atteindre leurs objectifs commerciaux, tout en bénéficiant d'avantages concurrentiels mesurables. Plus de 250 000 clients du secteur public, universitaire et commercial s'appuient sur les technologies de SPSS pour augmenter leurs revenus, réduire les coûts, détecter et se prémunir des fraudes, parmi lesquels en France : Orange/France Télécom Group, Neuf Cegetel, Outremer Telecom, Synergie, Europages, Vauban Humanis, Vente-Privées, Conforama, Sephora, Renault, Sanofi, Ricoh, SNCF ...

Fondé en 1968, SPSS est basé à Chicago aux Etats-Unis.

Site Web : www.spss.com/fr

Contacts presse :

Agence Voice

Florence Calba ou Sophie Dupraz - fcalba@crmvoice.fr, sdupraz@crmvoice.fr

Tel : 01 73 04 60 55 / 53