

Une enquête réalisée par SPSS montre que le chat en ligne intéresse les entreprises européennes

L'étude révèle la montée en puissance de l'analyse des réseaux sociaux

Paris, le 4 septembre 2009 - Selon une enquête réalisée récemment par SPSS Inc., fournisseur mondial de logiciels et de solutions d'analyse prédictive, les entreprises européennes collectent et analysent de plus en plus les commentaires des clients sur les réseaux sociaux.

SPSS a consulté les participants présents à sa conférence Européenne Directions 2009 (1) et a constaté que 55 % des entreprises collectent et analysent les commentaires publiés dans les pages Web, les blogs et les réseaux sociaux. Ce chiffre est à comparer aux 48 % constatés lors de la conférence SPSS Directions de l'année dernière.

Cette enquête a également révélé que 80 % des personnes interrogées estiment que les retours d'information des clients sont de plus en plus importants pour leur entreprise, et 78 % veillent à ce que les renseignements collectés soient partagés parmi les différents services. Il s'agit d'une progression importante par rapport aux résultats du sondage de l'année dernière (68 % et 53 %, respectivement).

Deux tiers des entreprises consultées exploitent également ces données pour anticiper le comportement des clients (contre 55 % en 2008) et près de la moitié (45 %) exploitent réellement ces informations pour améliorer les communications avec les clients en temps réel (contre 39 % dans le sondage de 2008).

« Nous sommes à l'ère de l'information, et n'importe quel client peut faire de la publicité ou de la contre-publicité pour une marque en communiquant librement ses pensées et opinions à des millions d'autres clients dans les blogs, les wikis et les divers autres réseaux sociaux. Les entreprises prennent de plus en plus conscience que les réseaux sociaux peuvent constituer des sources de remontée d'informations de la clientèle beaucoup plus fiables que les méthodes classiques », explique Colin Shearer, vice-président senior de l'analyse stratégique chez SPSS.

« Les clients ont tendance à se montrer beaucoup plus spontanés en ligne. Ainsi, leur opinion nous éclaire mieux sur leur attitude et leur comportement probable. En exploitant intelligemment ces informations, les entreprises peuvent adapter leurs offres au marché, et cibler aussi bien la clientèle existante que les nouveaux prospects », ajoute-t-il.

Près de 80 % des données d'une entreprise se présentent sous forme de textes. Se fier uniquement aux données structurées permet de prendre des décisions stratégiques à partir de seulement 20 % des données disponibles. L'analyse textuelle permet aux entreprises d'analyser rapidement des volumes importants de messages des clients et de découvrir ainsi ce qui leur importe. Elles peuvent ensuite associer ces informations aux coordonnées de leurs clients pour gagner en efficacité. En effectuant des mesures non seulement sur des thèmes particuliers mais sur les réactions émotionnelles liées à ceux-ci, les entreprises affinent leurs prévisions en fonction des tendances constatées et optimisent ainsi leur prise de décisions.

[1] Quelque 300 entreprises de toute l'Europe ont participé en mai 2009 à la conférence Européenne Directions de SPSS à Prague, en République Tchèque.

À propos de SPSS

SPSS Inc. (Nasdaq : SPSS) est l'un des premiers fournisseurs mondiaux de logiciels et de

solutions d'analyse prédictive. Sa technologie Predictive Analytics améliore les processus métier en permettant aux entreprises d'anticiper les décisions à prendre chaque jour. En intégrant l'analyse prédictive à leurs opérations quotidiennes, elles sont en mesure d'orienter et d'automatiser les prises de décision afin de remplir leurs objectifs et de s'assurer un avantage mesurable sur la concurrence. Plus de 250 000 clients des secteurs public, universitaire et commercial font confiance à la technologie de SPSS pour augmenter leur chiffre d'affaires, réduire leurs coûts et pour détecter et prévenir les fraudes. Fondée en 1968, SPSS a son siège social à Chicago (Illinois). Pour en savoir plus, visitez le site Internet www.spss.com <<http://www.spss.com/>> .