



Reed MIDEM affine ses études marketing avec la solution d'analyse prédictive IBM SPSS

Aperçu

L'enjeu pour Reed MIDEM

Toujours mieux connaître les attentes de ses clients pour leur apporter les meilleurs services possibles avant, pendant et après les salons professionnels que la société organise.

La solution

Collecte et analyse des données des études marketing quantitatives et qualitatives, à l'aide des logiciels IBM SPSS d'analyse prédictive, y compris le module Text Analysis for Surveys (analyse des commentaires).

Les bénéfices

Un outil complet qui permet de détecter rapidement les opinions des clients et les nouvelles tendances à partir des données des études (de 30 à 40 par an) :

- Baromètre annuel, salon par salon et par profil de clients (critères géographiques, ancienneté, profession...) : analyse détaillée de l'évolution des indicateurs de performance.
- Obtention des résultats moins d'une semaine après la clôture des salons.
- Traitement des informations non structurées (1 000 pages de commentaires en moyenne par étude en ligne).

Pour les professionnels de la musique, des contenus audiovisuels et de l'immobilier, les marchés internationaux organisés par Reed MIDEM sont incontournables. En 2010, 58 000 exposants et visiteurs issus de 135 pays se sont rendus à Cannes, à Hong Kong ou ailleurs dans le monde pour participer au Midem, au Mipcom, au Mipim ou à leurs dérivés. En près de 50 ans, Reed MIDEM a fait de ces événements un capital qui doit être préservé mais, surtout, développé. C'est pourquoi la direction Marketing investit de plus en plus dans les études de satisfaction pour répondre toujours mieux aux attentes de ses clients. La puissance analytique du logiciel IBM SPSS est un atout qui aide le Groupe à adapter en permanence son offre.

Transformer les réponses aux études marketing en pistes d'action

Coralie Berland, Responsable des Etudes Marketing chez Reed MIDEM, est formelle : *« Nous utilisons IBM SPSS depuis plus de 5 ans et nous n'avons pas l'intention d'en changer ! C'est un outil complet, facile à utiliser, compréhensible et, ce qui est important pour nous, compatible avec d'autres logiciels de collecte de données du marché. Mes collègues américains de Reed Exhibitions l'utilisent aussi. »*

Une quarantaine d'études marketing sont réalisées tous les ans, avant, pendant et après les salons, pour appréhender de façon aussi précise que possible les réactions des participants, qu'ils soient exposants ou visiteurs. *« Nous devons connaître, salon par salon, le niveau de satisfaction de nos clients et les spécificités de leurs attentes selon leurs profils, pour ajuster nos services et anticiper les tendances »,* poursuit Coralie Berland.

Plus de 800 personnes sont interrogées à chaque fois sur place et environ 500 répondent aux enquêtes en ligne. Quantitatives et qualitatives, ces études apportent des réponses à des questions aussi concrètes que : Avez-vous l'intention de revenir ? Que pensez-vous de la signalétique, des services fournis sur le salon, des conférences ? De la base de données en ligne ? Qu'attendez-vous de plus ? Recommanderiez-vous ce salon à vos connaissances ? Et bien d'autres encore. IBM SPSS dote Reed MIDEM des moyens d'analyse qui transformeront les réponses en pistes d'action.

Réactivité et aide à la décision

Pour Coralie Berland, le premier avantage de la solution IBM est la réactivité. *« Le délai de retour des études est très court. Nous remettons les résultats des enquêtes sur place, dans la semaine qui suit la fin des salons. C'est possible avec IBM SPSS. De plus, même en quelques jours, nous pouvons fournir la synthèse des résultats sous une forme facilement exploitable, nette, avec graphiques et tableaux croisés personnalisés. C'est une véritable aide à la décision. »*



« Nous utilisons IBM SPSS depuis plus de 5 ans et nous n'avons pas l'intention d'en changer ! C'est un outil complet, facile à utiliser, compréhensible. Mes collègues américains de Reed Exhibitions l'utilisent aussi. »

– Coralie Berland, Responsable des Etudes Marketing chez Reed MIDEM

L'exploitation des très nombreux commentaires est également facilitée grâce au module IBM SPSS Text Analytics for Surveys. Le traitement automatique du langage naturel de cette solution permet d'explorer efficacement et rapidement une moyenne de 10 à 20 pages de commentaires pour chacune des 5 questions ouvertes posées dans les études en ligne. *« C'est essentiel pour connaître "l'humeur" de nos clients et son évolution. »*

Au fil des années, grâce à des études marketing de plus en plus nombreuses et approfondies, à son baromètre d'opinion et à IBM SPSS, Reed MIDEM a fait évoluer son offre de services et pris en compte les nouvelles tendances (médias sociaux, blogs...) dans le cadre des salons existants et à l'occasion du lancement de nouveaux événements. Face à la concurrence, l'objectif de cet organisateur mondial de salons est plus que jamais affirmé : optimiser la présence de ses clients à ses salons pour les aider à développer leurs affaires et leur permettre d'obtenir le meilleur retour sur investissement possible.



© Copyright IBM Corporation 2011

Compagnie IBM France
17, avenue de l'Europe
92275 BOIS COLOMBES CEDEX

Tél. : 0810 011 810 - ibm.com/fr

IBM, le logo IBM, sont des marques de International Business Machines Corporation aux Etats-Unis et/ou dans les autres pays. Les autres noms utilisés pour désigner des sociétés, des produits ou des services sont des marques ayant leur titulaire respectif. Le présent document peut contenir des informations ou des références concernant certains produits, logiciels ou services IBM non annoncés dans ce pays. Cela ne signifie pas qu'IBM ait l'intention de les y annoncer. Toute référence à un produit, logiciel ou service IBM n'implique pas que seul ce produit, logiciel ou service puisse être utilisé. Tout élément fonctionnellement équivalent peut être utilisé s'il n'enfreint aucun droit d'IBM. Ce témoignage montre l'utilisation faite par un client d'IBM des technologies/services d'IBM et/ou des Partenaires Commerciaux. De nombreux facteurs ont contribué aux résultats et bénéfices décrits. IBM ne garantit pas des résultats comparables dans tous les cas de figure. Toutes les informations mentionnées ici ont été fournies par le client et/ou par le Partenaire commercial. IBM ne garantit pas l'exactitude de ces informations.

Crédit photo : ©360 Medias-Image & Co Reed MIDEM

3^{ème} trimestre 2011

© Copyright IBM Corporation 2011 - Tous droits réservés
