# Caractérisation et scoring client multicatégoriel

**Atol** est une chaîne française d'opticiens offrant un large choix de lunettes, verres, lentilles et services de santé visuelle. Connue pour ses campagnes publicitaires créatives et ses innovations, elle vise à fournir des solutions optiques de qualité à ses clients.

Créée en 1976

140 collaborateurs

8 personnes impliquées dans le projet

Optique

Niveau d'avancement de la transformation digitale : Avancé

## CHALLENGE MÉTIER

- Amélioration de la pertinence des campagnes
- Amélioration de la caractérisation des profils de consommateurs

## SOLUTION IA

- Les technologies IA mises en œuvre sont des systèmes de regroupement (clustering) et de XGBoost

**JustAI** est un cabinet de conseil et d'ingénierie en IA qui offre des solutions technologiques de haute performance pour résoudre les problèmes des industriels, optimiser leur performance et leur rentabilité.

## AVANT

La DSI s'est occupée d'essayer d'optimiser les règles expertes à l'aide de nouvelles colonnes mises en place dans la base de données pour subvenir aux besoins des différents services / demandes de l'entreprise, en particulier du service marketing.

## APRÈS

Grâce à l'IA on peut analyser un ensemble d'informations liées aux historiques d'achats des consommateurs pour prédire l'intention d'achat de ces derniers dans les catégories ciblées.

**Zouhair Aabadli, Head of Digital Factory** : « *JustAI a mené une analyse approfondie de nos données clients, telles que l'historique des achats ou les données démographiques. Malgré leur expertise, lorsque le modèle de prédiction a été développé et testé, les résultats n'ont pas été à la hauteur de nos attentes. Bien que le modèle ait identifié certains patterns intéressants, sa précision globale était insuffisante pour être utilisé de manière fiable dans nos processus opérationnels.* »