

Contacts presse :

Elisabeth Ziegler
elisabeth.ziegler@fra.sas.com
01 60 62 12 35

Sophie Rassoul
sophie.rassoul@fra.sas.com
01 60 62 69 25

Voir nos [informations presse](#)

MEDIAPOST Multicanal retient la solution SAS® Visual Data Discovery pour optimiser ses campagnes de prospection et de fidélisation

Paris, le 23 avril 2009 - [SAS](#), leader mondial du décisionnel et des applications analytiques, annonce que la solution [SAS® Visual Data Discovery](#) a été retenue par MEDIAPOST Multicanal, filiale du groupe MEDIAPOST spécialisée dans la gestion de la relation client. Associée à des outils de géomarketing et de data mining, SAS® Visual Data Discovery permet à MEDIAPOST Multicanal d'optimiser les analyses réalisées pour le compte de ses clients. "Cette solution nous ouvre de nouvelles possibilités en matière de connaissance des clients, d'efficacité des campagnes de prospection ou de fidélisation ou encore de production d'indicateurs et de rapports", explique Hélène Gombaudo-Saintonge, Directrice Business Intelligence de MEDIAPOST Multicanal.

Déployée début 2009, la solution SAS Visual Data Discovery est notamment utilisée pour affiner la segmentation des cibles de clients et de prospects, pour garantir un suivi optimal des performances des campagnes ou pour fournir rapidement des rapports spécifiques comme, par exemple, la mesure de l'impact d'un programme de fidélisation sur les ventes ou l'évolution des différents segments de clientèle.

Un choix motivé

MEDIAPOST Multicanal a fondé son choix sur des critères techniques et fonctionnels. "La technologie de SAS dispose de trois atouts déterminants, précise Hélène Gombaudo-Saintonge : sa capacité à traiter rapidement de grands volumes de données, la qualité de sa gestion des données et ses larges possibilités en termes d'analyses statistiques et de modélisation".

Au sein de MEDIAPOST Multicanal, plus de 20 personnes utilisent aujourd'hui la solution SAS Visual Data Discovery.

[SAS Visual Data Discovery](#) met à disposition l'ensemble des fonctionnalités d'études utiles à un analyste métier ou à un chargé d'études dans une application graphique Windows, depuis la constitution d'un environnement de données adapté aux spécificités des traitements analytiques jusqu'à des restitutions graphiques ou tabulaires ou des fonctions avancées de traitement de données et de statistiques descriptives et prédictives.

A propos de SAS www.sas.com/france

SAS, leader mondial des logiciels et services de [business analytics](#), est le plus important éditeur indépendant sur le marché du décisionnel. Grâce à des solutions innovantes reposant sur une infrastructure intégrée, SAS aide ses clients -sur plus de 45 000 sites dans le monde- à améliorer leur performance et à produire de la valeur en leur permettant de prendre rapidement de meilleures décisions. Depuis 1976, SAS donne à ses clients The Power to Know® - la puissance de savoir.

La [filiale française](#), créée en 1983, emploie 280 collaborateurs et a déployé les solutions SAS sur près de 2 500 sites. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 77,28 millions d'euros en 2008.

A propos de [MEDIAPOST Multicanal](#)

MEDIAPOST est le leader français de la communication ciblée en boîte aux lettres et s'appuie sur une base de données exclusive de 26 millions d'adresses postales en France. L'entreprise emploie 15 000 salariés et distribue chaque année 10 milliards d'imprimés et échantillons publicitaires. Après avoir créé une première filiale dédiée à la gestion de la relation client en 2006, MEDIAPOST a donné une nouvelle impulsion à cette activité au printemps 2008 en l'associant à la société de conseil et d'intégration CAFE CRM. Directement présidée par Nathalie Andrieux, Directrice Générale de MEDIAPOST, MEDIAPOST Multicanal emploie aujourd'hui plus de 60 collaborateurs et compte plus de 5 000 clients.

SAS et tout autre nom de produit et de service de SAS Institute Inc. sont des marques déposées de SAS Institute Inc. pour les USA et tous les autres pays. ® indique un dépôt aux USA. Les autres marques et noms de produits sont des marques déposées de leurs entreprises respectives.

Copyright © 2009 SAS Institute Inc. Tous droits réservés.