



PARTIE 1

Exploitation des données numériques

Renaud Legoux
HEC Montréal

**Formation développée en collaboration
avec le Conseil québécois de la musique**

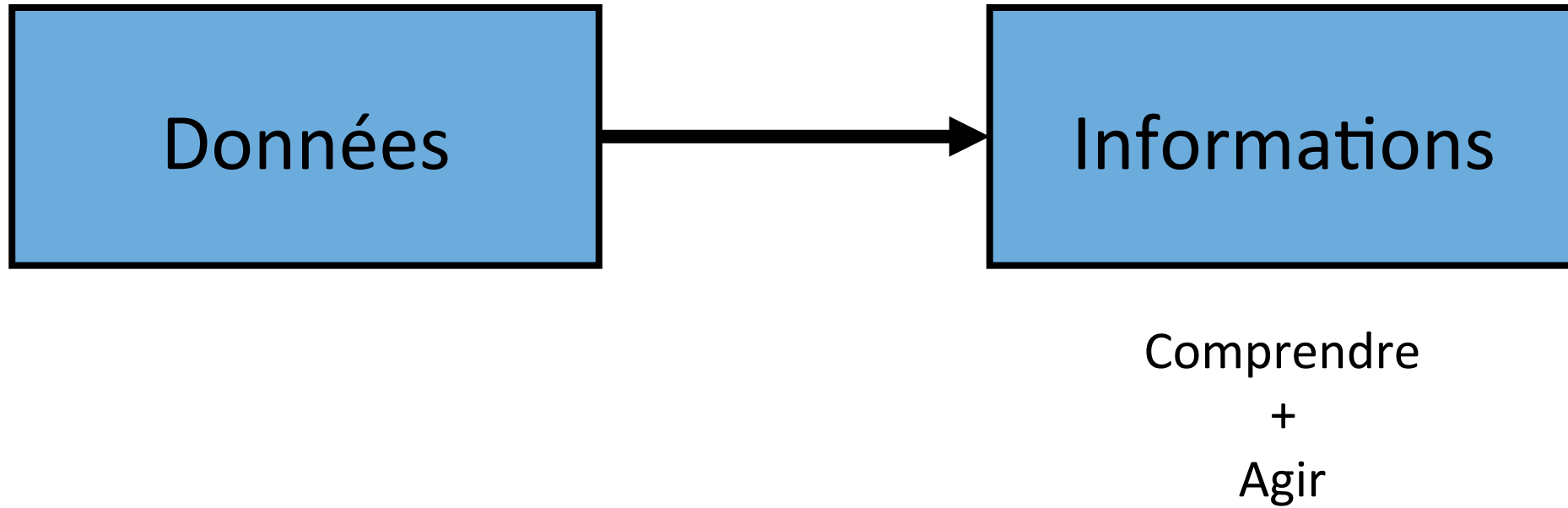


Qu'est-ce qu'une donnée ?

Description élémentaire d'une réalité.

C'est par exemple une observation ou une mesure.

À quoi ça sert ?



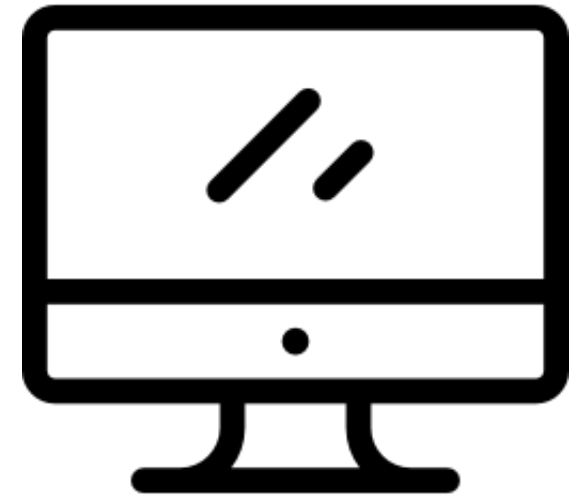
Les types de données

Données qualitatives

Données quantitatives

- Relationnelles (ex. médias sociaux)
- Transactionnelles (ex. billetterie)
- Métadonnées (ex. artistes, discipline, paroles)

Où se trouvent les données ?



Service clientèle

Médiation

Site web

Infolettre

Partenaires
médias

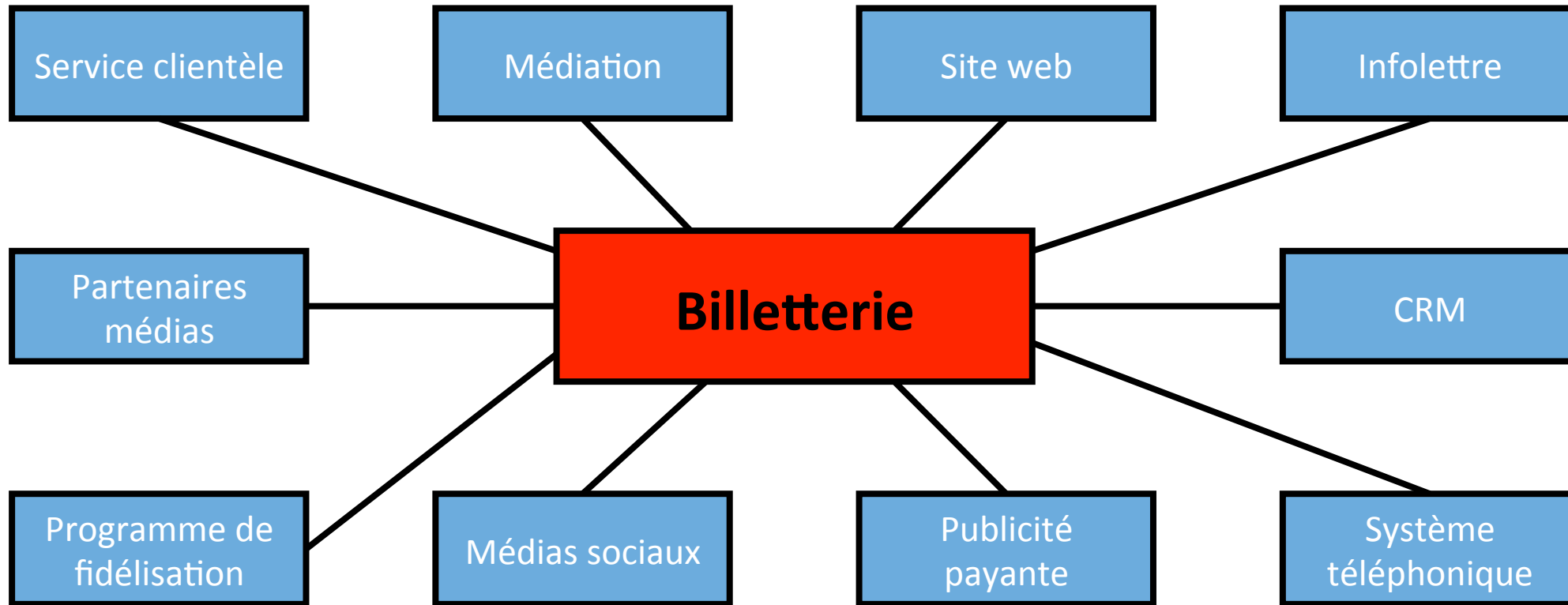
CRM

Programme de
fidélisation

Médias sociaux

Publicité
payante

Système
téléphonique



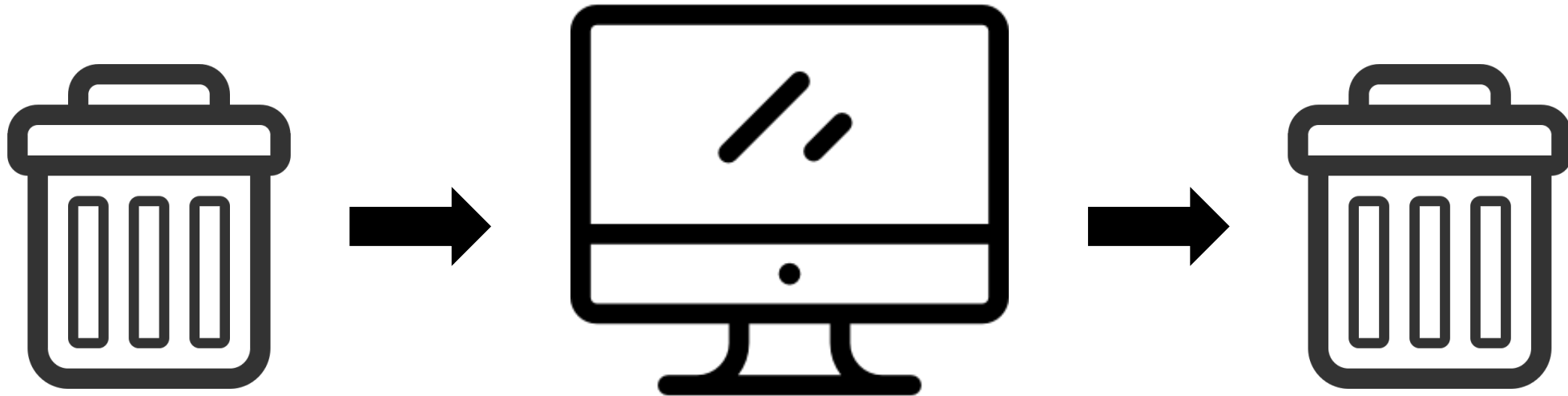
Quelle information? 12 champs essentiels

Fiche client	Fiche transaction	Fiche spectacle
Nom	Valeur de l'achat	Date du spectacle
Prénom	Nombre de billets	Titre du spectacle
Adresse	Circonstance de l'achat (promotion, prix normal, etc.)	
Code postal	Date de l'achat	
Adresse courriel		
Téléphone		

Quelle information? Le rêve de l'analyste.

Fiche client	Fiche transaction	Fiche spectacle
Nom	Valeur de l'achat	Date du spectacle
Prénom	Nombre de billets	Titre du spectacle
Adresse	Circonstance de l'achat (promotion, prix normal, etc.)	Heure du spectacle
Code postal	Date de l'achat	Compagnie donnant le spectacle
Adresse courriel	Catégorie d'achat (achat unique/abonnement)	Salle de spectacle
Téléphone	Canal d'achat (internet, guichet, téléphone)	Capacité de la salle (configuration)
Abonné à infolettre (oui/non)		Durée du spectacle
		Type de spectacle (musique, théâtre, danse, humour, etc.)

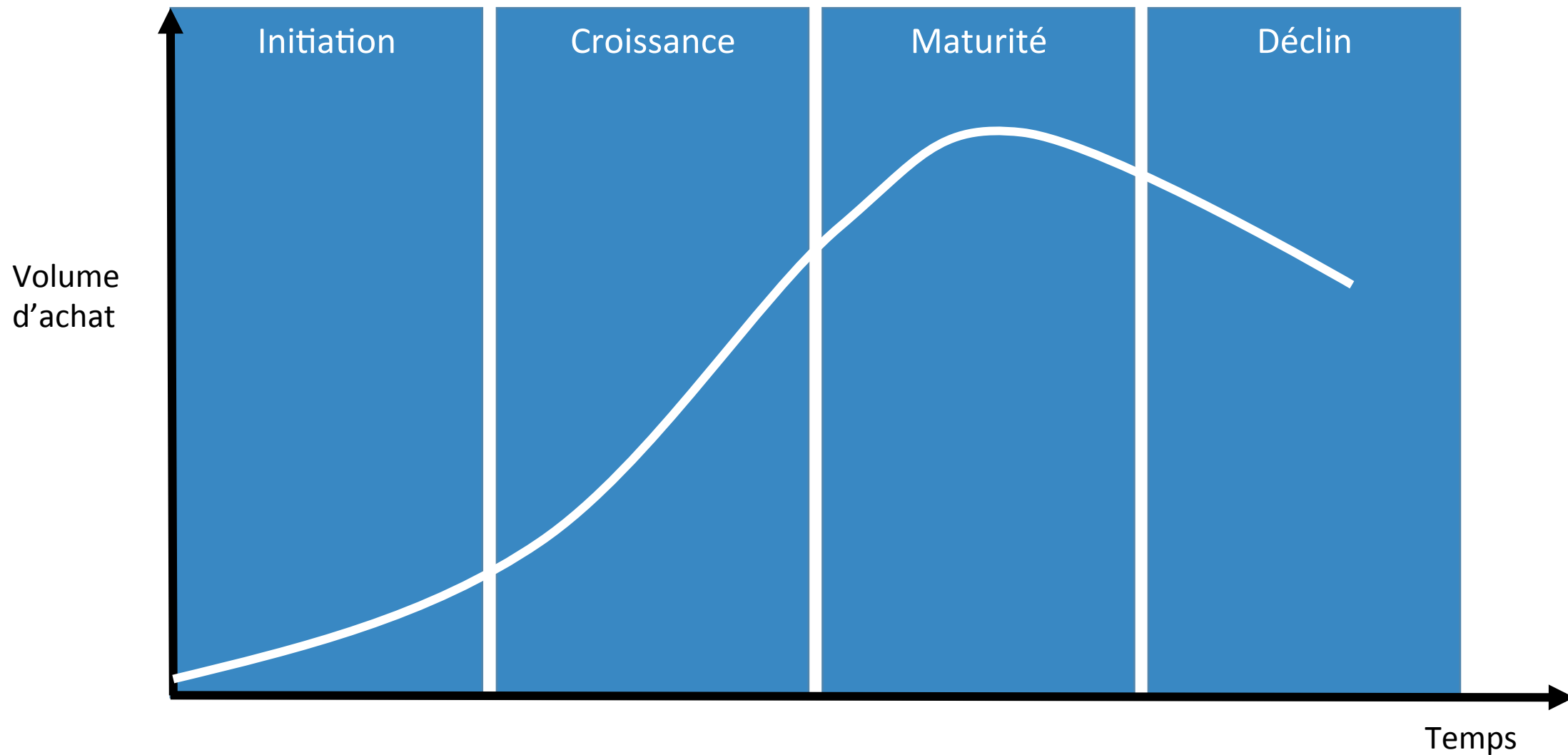
L'importance de la qualité des données



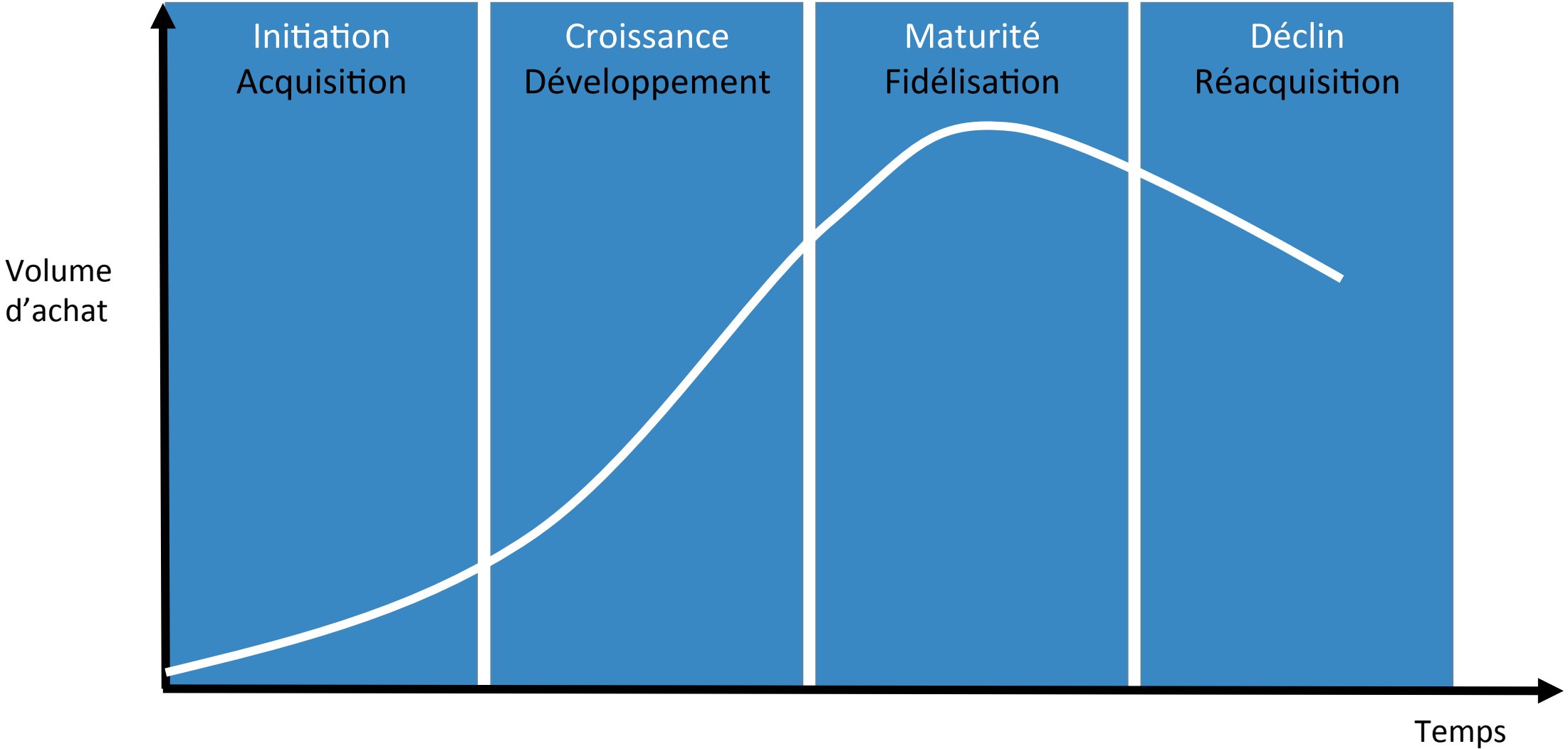
Les premiers pas

- Qui sont mes spectateurs?
- D'où viennent-ils?
- Quand achètent-ils?
- Qu'est-ce qu'ils achètent?

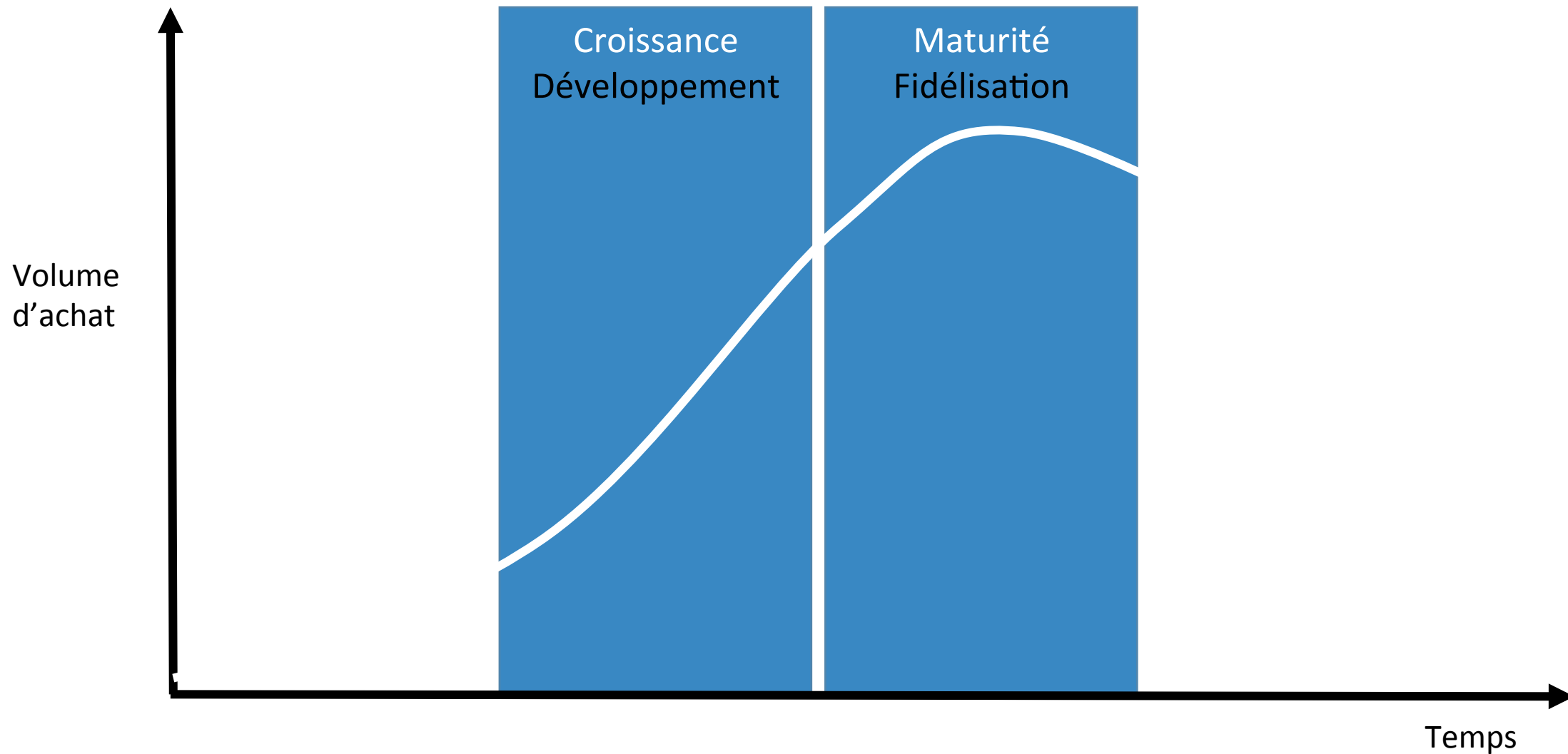
Le cycle de vie du spectateur



Agir en fonction du cycle de vie du spectateur



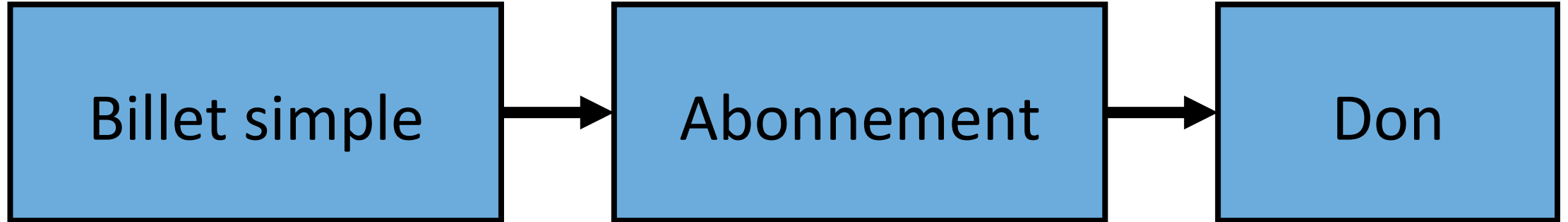
Développer et bâtir sur les acquis



Développer et fidéliser

- Monter de gamme – « Upselling »
- Vente croisée – « Cross-selling »

Monter de gamme



Ventes croisées

Arts de la scène de Montmagny



Avons-nous la capacité de traiter
ces données?



PARTIE 1

Exploitation des données numériques

Renaud Legoux

HEC Montréal

**Formation développée en collaboration
avec le Conseil québécois de la musique**

