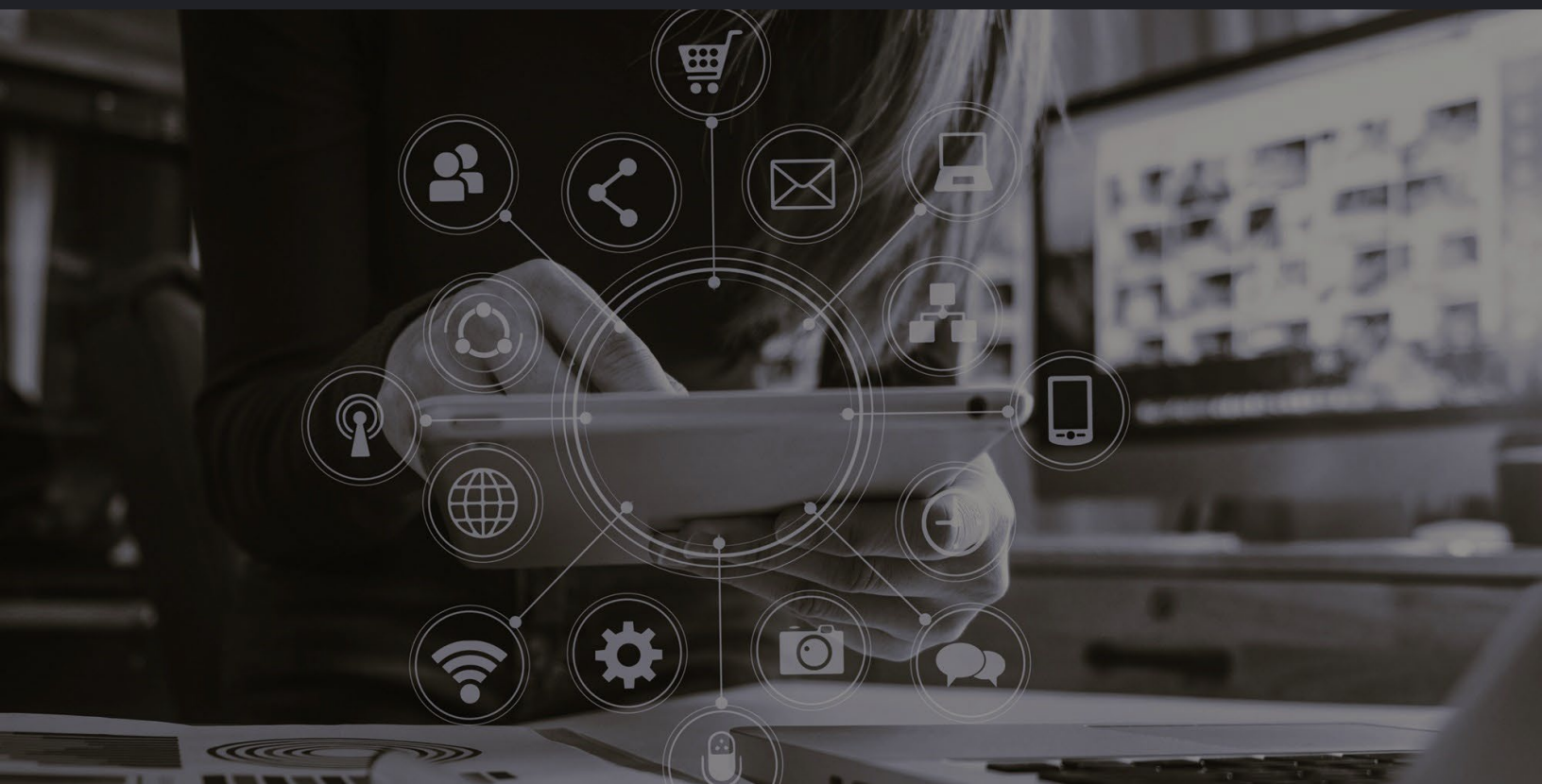


ÉVÉNEMENT ANALYTIQUE NUMEA



Édition 2024



28 MAI 2024 | 8:30-12:00

Maison du développement durable - Salle Clark
50 Rue Sainte-Catherine, Montréal, QC H2X 3V4



ÉVÉNEMENT ANALYTIQUE NUMEA

Édition 2024

ACCUEIL et DÉJEUNER (une gracieuseté d'IBM)

8:30

CONFÉRENCES



Présentation et mot de bienvenue

9:00

JEAN-FRANÇOIS ALLAIRE, NUMEA

Président et associé



Optimisez l'analyse de vos données d'enquête avec IBM SPSS Statistics : Stratégies essentielles et bonnes pratiques

9:10

JULIE MELOCHE, NUMEA

Scientifique de données en chef et associée

Utilisez-vous IBM SPSS Statistics à son plein potentiel pour la gestion et l'analyse de vos données d'enquête ? Nous verrons quelques commandes, parfois méconnues, du logiciel. Entre autres, nous explorerons comment le module des tableaux personnalisés permet d'utiliser une variable de pondération pour obtenir des estimations basées sur la taille effective de chaque sous-groupe, tout en tenant compte des poids attribués à chaque observation.

ÉVÉNEMENT ANALYTIQUE NUMEA

Édition 2024

CONFÉRENCES



IA générative et démonstration de la classification de données

9 :30

PHILIPPE BEAUDRY, IBM

Partner Technical Specialist, Data & Ai | B. Eng.

Voyez comment l'IA générative peut vous aider à analyser rapidement du texte dans un contexte de sondage. À l'aide d'un cas concret, nous vous présenterons comment watsonx.Ai d'IBM fait la classification de commentaires et les insights pertinents qui en ressortent.



Identifier les priorités en satisfaction client

9 :50

JULIE MELOCHE, NUMEA

Scientifique de données en chef et associée

La satisfaction client est au cœur de la fidélisation de votre clientèle. Elle forme l'un des piliers principaux des meilleurs programmes d'expérience client (CX). Si tout le monde sait qu'il est important de suivre la satisfaction de ses clients, on ne sait pas toujours comment bien le faire. Comment la définir, la mesurer et la transformer en action ? Dans cette optique, nous verrons diverses analyses permettant de dégager des insights pour élaborer des stratégies centrées sur vos clients.

PAUSE RÉSEAUTAGE

10 :15

ÉVÉNEMENT ANALYTIQUE NUMEA

Édition 2024

CAS CLIENT



Mieux comprendre les zones commerciales grâce aux données secondaires

11:00

ELSA HEANG, NESPRESSO

Analyste de données

Découvrez comment l'utilisation d'Environics Analytics a été un outil précieux pour Nespresso pour mieux comprendre une zone commerciale. En analysant les informations secondaires, nous avons pu obtenir des insights pertinents sur les tendances de consommation, les comportements d'achat et les préférences des clients. Grâce à cette approche, nous sommes en mesure d'optimiser nos stratégies marketing et de prendre des décisions éclairées pour maximiser notre succès dans cette zone.



PERSONAS : Explorer les besoins, les comportements et les attentes de vos consommateurs pour créer une expérience mémorable

11:30

VALÉRIE ST-JAMES, ACI WORLD

Senior Director Market Research and Customer Insights

Dans le monde concurrentiel d'aujourd'hui, la création d'une expérience client mémorable est essentielle pour se démarquer. Nous examinerons comment les personas s'avèrent être un outil efficace pour mieux comprendre les besoins, les désirs et les comportements de nos clients cibles. Ayant récemment créé les personas passagers des aéroports, je vous partagerai mon expérience, certains résultats et les applications que nous mettons de l'avant pour assister nos aéroports dans l'amélioration de leurs parcours client.

FIN DE L'ÉVÉNEMENT

12:00

ÉVÉNEMENT ANALYTIQUE NUMEA

Édition 2024

CONFÉRENCIERS



PHILIPPE BEAUDRY, IBM

Spécialiste technique Data et Ai chez IBM

Diplômé de l'Université de Concordia en ingénierie de logiciels, j'ai développé une passion précoce pour les technologies de pointe et leur potentiel à transformer notre façon de travailler, de vivre et d'interagir avec le monde qui nous entoure. Au sein d'IBM depuis maintenant 5 ans, j'ai eu l'opportunité de mettre en pratique mes connaissances et de me spécialiser davantage dans les technologies émergentes. Mon objectif est de démystifier l'IA pour un large public et d'exposer les possibilités infinies qu'elle offre.



ELSA HEANG, NESPRESSO

Analyste de données

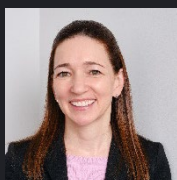
Mon parcours professionnel m'a conduit à travailler dans des secteurs aussi divers que stimulants, notamment l'industrie des jeux vidéo et le milieu bancaire. En poste en tant qu'analyste de données chez Nespresso depuis plus d'un an, j'aime explorer les vastes territoires des données pour en extraire des insights précieux.



JULIE MELOCHE, NUMEA

Scientifique de données en chef et associée

Co-fondatrice de Numea et responsable de l'encadrement des scientifiques de données. Forte d'une expérience de plus de 20 ans en exploitation de données, Julie Meloche a la capacité de proposer des solutions utiles et accessibles sans compromettre la rigueur statistique. Elle est experte pour la création de modèles prédictifs. Pédagogue et vulgarisatrice, le volet des formations est également sous sa responsabilité



VALÉRIE ST-JAMES, Airports Council International (ACI) World

Senior Director Market Research and Customer Insights

Valérie St-James est directrice principale du groupe Airport Service Quality (ASQ) chez ACI. Avec une maîtrise en marketing et plus de 20 ans d'expérience en recherche marketing, innovation et planification stratégique, Valérie est reconnue pour ses capacités à transformer les données consommateurs en informations stratégiques. Ayant œuvré dans les domaines des biens de consommation et des médias traditionnels et numériques, elle supervise actuellement les efforts de l'équipe ASQ et contribue au développement de nouveaux produits visant à améliorer le parcours global de l'expérience aéroportuaire.