

Introduction générale :

Au cours des dernières années, dans un environnement économique difficile, les banques se trouvent dans une position difficile. À raison de la saturation du marché, et avec la difficulté d'obtenir de nouveaux clients ou de les maintenir. Avec la grande concurrence entre les banques, les banques ont eu tendance à utiliser de nouvelles méthodes pour gérer leurs relations avec leurs clients. On a connu l'introduction du concept de marketing relationnel, qui se base principalement sur la stratégie de la gestion des relations avec les clients. Ces concepts ont émergé depuis 1990 pour rendre le client le thème principal dans le processus économique, contrairement aux anciennes méthodes qui s'intéressaient uniquement au produit.

Avec l'intérêt des banques à étendre leurs activités, et avec le coût élevé de l'acquisition de nouveaux clients par des campagnes publicitaires qui peuvent ne pas être d'intérêt pour beaucoup de gens, les banques ont recherché de plus en plus à utiliser des moyens plus efficaces et rapides pour gérer leurs relations avec les clients. En présence de quantités importantes d'informations sur les clients dans les systèmes informatiques des banques, ces dernières ont travaillé pour la mise en place des outils informatiques, en particulier les techniques de data mining, pour gérer leurs relations avec les clients.

La question posée est quelles sont les techniques de data mining qui peuvent être utilisées dans la gestion des relations avec les clients et pour quelles activités? Ensuite quelles sont les adaptations et les améliorations nécessaires pour pouvoir utiliser ces techniques.

Dans ce mémoire, nous allons essayer de répondre à ces questions à travers :

- L'étude de la gestion de la relation avec les clients, ses différentes composantes et ses difficultés.
- L'identification des techniques utilisées dans le data mining.
- Les techniques de data mining appropriées pour résoudre les problèmes posés dans la gestion des relations avec les clients.
- L'intégration de ces techniques dans un système de GRC.
- L'implémentation des solutions proposées et l'analyse des résultats obtenus.