

CED : « Sciences et Techniques de l'Ingénieur »

AVIS DE SOUTENANCE

Redouan ABAKOUY

Présentera ses travaux de recherche en vue de l'obtention du
Doctorat en Sciences et Techniques

Intitulé de la thèse :

**Intégration des Algorithmes du Machine Learning pour l'Analyse
prédictive des campagnes du Marketing Digital Intelligent**

<u>Date :</u>	11 mars 2023
<u>Heure :</u>	10 Heures
<u>Lieu :</u>	FST de Tanger (Salle de Conférences, Bâtiment F)

Devant le jury :

Membres de jury

Pr. Abdelhadi FENNAN	FST de Tanger, UAE	Président / Examineur
Pr. Mohamed KISSI	FST, d'El Mohammadia, UH2	Rapporteur
Pr. Abderrahim GHADI	FST de Tanger, UAE	Rapporteur
Pr. Abdelhamid ZOUHAIR	FST de Tanger, UAE	Rapporteur
Pr. Mohammed BOUHORMA	FST de Tanger, UAE	Examineur
Pr. Lotfi ELAACHAK	FST de Tanger, UAE	Invité
Pr. Anass EL HADDADI	ENSA d'Al Hoceima, UAE	Co-Encadrant
Pr. El Mokhtar EN-NAIMI	FST de Tanger, UAE	Directeur de thèse

RESUME

Le point de départ des humanités numériques est la représentation de connaissances sous forme numérique. Le consommateur moderne adopte de nouveaux comportements d'achats grâce à internet et la révolution numérique. Cet environnement technologique a engendré un changement significatif dans le comportement, les habitudes et les tendances du consommateur, ainsi il a conduit à l'augmentation du commerce électronique. Ce changement sociologique bouleverse la consommation de masse, les facteurs de décisions sont influencés par des attitudes morales ou politiques. Les données ou data deviennent un acteur clé pour la compréhension, l'analyse, l'anticipation et la résolution des grands problèmes économiques, politiques, sociaux et scientifiques. Les data changent aussi nos procédures de travail, notre environnement culturel, allant même jusqu'à restructurer notre manière de penser.

On regroupe sous l'appellation Marketing digital toutes les techniques liées au marketing qui utilisent les supports et les canaux de l'internet. C'est en quelque sorte un ensemble de pratiques de communication en ligne pour promouvoir les produits d'une entreprise et faire du commerce en ligne. Selon des chiffres parus en 2022, nous sommes, sur Terre, 8 milliards parmi lesquels 4,95 milliards sont des internautes. Il s'agit donc d'une part de marché que les entreprises ne peuvent négliger.

Le marketing intelligent se réfère à l'élaboration d'idées à partir de données pour la prise de décision de marketing. Les techniques d'exploration de données peuvent aider à atteindre un tel objectif en extrayant ou en détectant des prévisions du comportement des clients à partir des données. Selon la littérature sur l'exploration de données, les méthodes d'exploration de données courantes incluent l'exploitation minière par association, la classification, le Clustering et la régression. L'Email marketing est un canal incontournable dans les stratégies marketing non seulement en tant qu'outil permettant d'accroître la visibilité et la notoriété des marques mais aussi en tant qu'excellent outil d'aide à la promotion et à la vente. Même avec l'avènement des médias sociaux et des plates-formes de réseautage, l'Email marketing reste encore le canal le plus préféré pour générer des prospects, d'informer et d'influencer les clients. En effet, de plus en plus d'annonceurs utilisent l'e-mail pour prospecter de nouveaux clients ou informer et relancer des clients existants. Le canal email est rapide, peu coûteux et interactif. L'E-mail marketing est un canal très efficace pour la prise de décisions basées sur le comportement du client. L'augmentation des ventes est le plus grand défi qui empêche les spécialistes du marketing d'adopter des décisions axées sur les données. L'avantage de l'utilisation de décisions fondées sur les données est énorme.

Dans ce travail de recherche, nous avons présenté l'impact du Machine Learning sur les activités de l'email marketing, les tendances pour la mise en place des campagnes Email Marketing efficaces, les méthodes et les applications liées aux perspectives de l'email marketing. Le passage des données aux connaissances est au cœur du développement des humanités numériques. L'objectif de ce projet est de permettre aux décideurs de traiter les données en temps réel et de les transformer en connaissances structurées, classifiées et organisées, ainsi d'optimiser la performance des campagnes email marketing grâce à une connaissance aiguisée des clients. Les algorithmes et les méthodes du Machine Learning (ML) permettent l'analyse du comportement humain, la prédiction des actions des utilisateurs sur les emails reçus, la personnalisation des campagnes marketing, l'identification des facteurs qui poussent au désabonnement et aux plaintes, l'augmentation de la réputation des expéditeurs et de la dérivabilité, ainsi l'optimisation du ROI des campagnes de marketing.

Mots-clés : Marketing digital ; Email marketing ; Big Data ; Intelligence artificielle ; Machine Learning; Marketing churn; Marketing prédictif; Marketing automation ; Délivrabilité email marketing ; Personnalisation email marketing ; Data science.