

## COMMUNIQUÉ

### **Combbase annonce un partenariat stratégique avec la société Oktos**

Combbase et Oktos ont décidé de joindre leurs expertises respectives associant celles de Combbase sur le traitement, l'analyse et le scoring des données B2B et celles d'Oktos qui a conçu la double typologie discriminante et représentative de l'ensemble des données INSEE et Valeurs Foncières aussi bien au niveau de la population Française que de ses entreprises sous toutes ses formes : Les ImmoPhases (les territoires) et les OnomaPhases (les 5 générations)

Les Onoma-Phases<sup>®</sup>, comme les Immo-Phases<sup>®</sup>, sont représentatives des 64 millions de Français (l'univers B2C) que des entreprises de moins de 10 salariés (B2B), permettant donc d'appréhender sur une même grille de lecture le B2B et le B2C, univers **communément qualifié de marché B2B2C.**

Oktos est un partenaire historique de Combbase.

Combbase et Oktos ont été à l'origine du 1<sup>er</sup> score « train de vie » en BtoB.

Combbase est un acteur majeur dans l'univers du B2B en conseil et audit des BDD, traitement des données d'entreprises et Plans fichiers ; Combbase et sa filiale Data Project ont développé une plateforme « data » unique sur le marché – Mydpconnect.com – permettant de procéder à des comptages et à des traitements de fichiers 100% automatique et en temps réel.

Oktos conçu la double typologie discriminante et représentative de la population Françaises et des Dirigeants des entreprises de 0 à 9 salariés (entrepreneurs individuels, professions libérales, Soho, artisans, commerçants, SCI ...) à partir des données traitées à l'adresse (50 000 Iris), à savoir : les Immo-Phases<sup>®</sup> (les données foncières et immobilières, les territoires) et les Onoma-Phases<sup>®</sup> (une typologie des 30 852 prénoms et leur évolution, les générations matures, boomers, X, Y, Z).

### **Bénéfices pour les annonceurs**

Avec ce partenariat, Combbase et Oktos offrent aux Entreprises de nouveaux outils opérationnels qui s'appuient sur une méthode d'analyse et de ciblage totalement innovante (**le profiling de leurs clients comparé à l'ensemble des entreprises françaises**, en volume et % pénétration + **le scoring de la Base clientèle**).

Cette méthode permet d'identifier et de cibler les entreprises, dans sa propre base de données clientèle et sur le marché, selon leur **affinité** (capacité d'achat, train de vie) et leurs **profils** socio-culturel et socio-démographique et, d'optimiser les Plans fichiers et de mieux comprendre les **ciblages générationnels** et les comportements d'achat **online versus offline**, surtout là où les enjeux de rajeunissement de la clientèle sont stratégiques.

**Un référentiel de plus de 6 millions d'entreprises, Soho, SCI de 0 à 9 salariés.**

Les entrepreneurs individuels, professions libérales, Soho, artisans, commerçants, SCI et entreprises < 10 salariés, constituent le marché B2B2C où les comportements d'achat des entreprises et de leurs Dirigeants se mêlent (télécoms, informatique, banque, assurance, mutuelle, automobile, énergie, transport, voyages et déplacements ...).

Les annonceurs disposeront ainsi d'un accès à plus de 6 millions d'entreprises de moins de 10 salariés et à **toutes les données d'entreprises** (NAF, Effectifs, Catégorie Juridique, Date de création, CA, liens capitalistiques, solvabilité (...)) + **les données contacts** : noms/fonctions, données postales, téléphones, mobiles, emails (...), qualifiés selon les 5 classes et 35 sous-classes générationnelles et socio-culturelles décrites dans les Onoma-Phases<sup>®</sup>, et filtrés par les 8 classes et 30 sous-classes géographiques, socio-démographiques (prix au m2) et territoriales des Immo-Phases<sup>®</sup> (métropoles, cœur de ville, pôles d'attractivité, zones péri-urbaines et rurales).

#### **Un outil d'analyse au service de la connaissance client :**

- Le **profiling** (classes, sous-classes) et le **scoring** (une note de 1 à 30) de la base clientèle,
- Le **positionnement** des Onoma-Phases et les Immo-Phases par rapport à la clientèle (taux de pénétration de l'annonceur *versus* le potentiel d'entreprises < 10 salariés par classe et par sous-classe) sur l'ensemble des territoires et des générations,
- L'**enrichissement** de la base clientèle dans le CRM interne (clients actifs, inactifs, prospects),
- L'**optimisation des achats de fichiers** (la sélection des cibles **prospects**, le surbooking des **Plans fichiers**, le **ciblage** des campagnes multi-canal de fidélisation, réactivation, prospection).

Enfin, travaillant sur la seule donnée « prénom » et non pas sur le « nom » du Dirigeant (l'adresse est celle de l'entreprise, le nom du Dirigeant n'est pas pris en compte), tous les traitements sont effectués dans le plus strict respect du RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données (à caractère personnel)).

#### **Concernant les typologies**

Big data et IA au service de la "connaissance client".

##### Onoma-Phases<sup>®</sup>

Elaborée à partir d'un traitement exhaustif des 30.852 prénoms attribués en France et, de leur évolution sur un historique de 120 ans (INSEE) et, enrichie de diverses données 'open data' et comportementales, la typologie des Onoma-Phases<sup>®</sup> permet une analyse 'générationnelle' sur la base des prénoms et met en évidence une corrélation de ces prénoms avec des usages statutaires, sociaux et familiaux, tenant compte de spécificités régionales, sociétales et culturelles fortes.

Composées de 5 classes et 35 sous-classes, les Onoma-Phases<sup>®</sup> fournissent une grille de lecture générationnelle représentative de l'ensemble de la population française (100% des prénoms) qui ouvre un champ des possibles sur un traitement quasi exhaustif des données.

##### Immo-Phases<sup>®</sup>

Conçues à partir de données répertoriant l'intégralité des transactions foncières et immobilières réalisées sur un historique 2014/2019 (les données des Notaires : près de 5 millions de transactions traitées), traitées à l'adresse (50.000 IRIS) et croisées avec plusieurs autres sources de données notamment INSEE, la typologie des Immo-Phases<sup>®</sup> découpe la France en territoires (métropoles, cœur de ville, pôles d'attractivité, zones péri-urbaines et rurales) et apporte un éclairage nouveau sur l'axe

de la valeur, le pouvoir d'achat et le train de vie (prix moyen du m2) des entreprises < 10 salariés qui y sont présentes (entrepreneurs individuels, professions libérales, Soho, artisans, commerçants, SCI ...). Cette typologie met aussi en lumière la déclinaison des territoires (urbains et péri-urbains) et des pôles d'attractivité (en anneaux concentriques) autour des métropoles, en zones rurales plus ou moins éloignées des pôles régionaux.

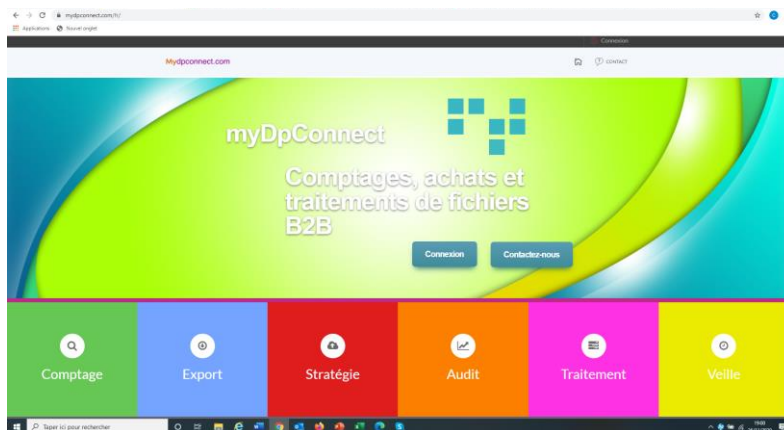
Composée de 8 classes et 30 sous-classes, les Immo-Phases déclinent les unités géographiques à l'IRIS et donc les multiples profils d'entreprises qui les composent.

## **A propos de Combbase**

Combbase est membre du SNCD, signataire de la Charte du Développement Responsable.

Combbase et sa filiale Data Project conseillent et accompagnent les entreprises dans le traitement, la mise à jour, l'analyse, le scoring et la segmentation de leurs bases de données clientèle BtoB, dans l'optimisation de leurs Plans fichiers et le ciblage de leurs campagnes de prospection.

Combbase et sa filiale Data Project ont développé leur propre plateforme « Data » Mydpconnect.com permettant ainsi aux entreprises de lancer leurs comptages et leurs traitements en temps réel et 100% automatique.



## **A propos d'Oktos**

Oktos est une société spécialisée dans le traitement de la donnée : datamining, big data, smart data. Pionnier dans le data marketing, Oktos a depuis plus de 20 ans acquis une expertise unique dans l'analyse, le scoring et la modélisation des données 'visibles' (issues des données de ses clients) et 'invisibles' (issues de données publiques). Oktos a ainsi conçu et développé plusieurs typologies originales à forte valeur ajoutée, telles que les Géo-Phases<sup>®</sup> et très récemment les Immo-Phases<sup>®</sup> et les Onoma-Phases<sup>®</sup>, permettant aux grands annonceurs d'analyser, comprendre et interpréter les comportements de leurs clients finaux au niveau le plus fin pour optimiser les passerelles et la compréhension entre les univers on line et off line.

## **Contacts :**

Christophe de LARQUIER  
[larquier@combbase.com](mailto:larquier@combbase.com)  
Mobile 06 15 54 63 32

Renaud de BEAUCORPS  
[rdb\\_oktos@oktos.fr](mailto:rdb_oktos@oktos.fr)  
Mobile 06 86 08 31 71