

الجمهورية الشعبية الديمقراطية الجزائرية  
République Algérienne Démocratique et Populaire  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

المدرسة العليا للإعلام الآلي - 08 ماي 1945 - بسيدي بلعباس  
Ecole Supérieure en Informatique  
-08 Mai 1945- Sidi Bel Abbès



## Mémoire de Fin d'étude

Pour l'obtention du diplôme d'ingénieur d'état

Filière : **Informatique**

Spécialité : **Systems d'informations et Web (SIW)**

## Thème

---

OUTIL DE GESTION ET D'AUTOMATISATION  
DE L'ETUDE DE MARCHE

---

Présenté par :

- Mlle Zineb CHERKI

Soutenu le : **01/10/2020**

Devant le jury composé de :

- |                          |           |
|--------------------------|-----------|
| - Mr. KESKES Nabil       | Président |
| - Mme BENNABI Rim Sakina | Encadreur |
| - Mme KLOUCHE Badia      | Examineur |

Année Universitaire : 2019 / 2020

## Résumé

La prédiction des prix et l'analyse du marché dans le but d'améliorer la prise de décision est une partie intégrale de la stratégie marketing de toute entreprise. Il ne suffit pas d'avoir un produit qui marche, il faut savoir le commercialiser à la bonne clientèle, de la bonne manière.

Des tâches qui reposent autant sur les chiffres ne peuvent qu'être fastidieuses, ce qui nous a poussé à nous demander comment nous pourrions améliorer cette démarche cruciale, en ayant recours aux techniques de l'apprentissage automatique, qui ont, ces dernières années, connu un développement très intéressant.

Automatiser des tâches comme la prédiction de prix, la segmentation de marché, ou même la fouille d'opinion est l'objectif de ce travail, mais également permettre aux entreprises de s'épanouir et de traiter leurs propres données, sans avoir recours à un spécialiste de données de façon quotidienne.

### Mots clés :

Etude de marché, Apprentissage automatique, prédiction de prix, segmentation du marché, stratégie marketing.

## Abstract

Price prediction and market analysis to improve decision-making is an integral part of any company's marketing strategy. It is not enough to have a product that works, you have to know how to market it to the right customers, in the right way.

Tasks that rely so heavily on numbers can only be tedious, which has led us to wonder how we could improve this crucial approach, using machine learning techniques, which have, in recent years, experienced a very interesting development.

Automating tasks such as price prediction, market segmentation, or even opinion mining is the objective of this work, but also allowing companies to flourish and process their own data, without turning to a data specialist on a daily basis.

### Keywords :

Market Research, Machine Learning, Price Prediction, Market Segmentation, Market Strategy.