

L'ATTRIBUTION FAIT SA RÉVOLUTION PAR L'ANALYTICS AUGMENTÉ



LE BIG DATA

Le « Big Data » est en plein essor depuis des années, mais son développement n'a-t-il pas été trop rapide ?

Les organisations collectent une multitude de données, les stockent dans des infrastructures cloud hautement performantes, disposent d'équipes Data & Business Intelligence structurées et compétentes. Malgré des équipements de plus en plus sophistiqués, certaines parties de l'organisation, restent en difficulté au moment de transformer leurs données en décisions ou actions.

Les équipes Business Intelligence sont, sans aucun doute, les plus compétentes pour les exploiter. Elles ne peuvent cependant pas toujours satisfaire les exigences de délais souhaités par le marketing, par manque de temps ou à cause d'un langage métier et data différent.



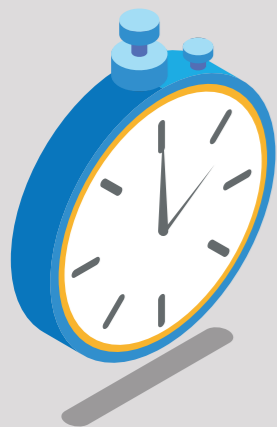
Pour autant, difficile pour les équipes marketing de se passer de ce Graal que représente la donnée. L'année 2020 et ses nombreux rebondissements dus à la Covid-19 ont très largement prouvé son importance pour parvenir à anticiper et s'adapter.

Et, même si les marketers disposent de leurs propres outils d'analyses de la performance média, il n'en reste pas moins très compliqué pour eux d'en tirer des conclusions claires, de prendre des décisions ou de choisir quelles actions mener.

Alors comment faire ? Augmenter le nombre de solutions ? Se tourner vers des consultants ? Non ! Il est temps d'augmenter le potentiel de décisions et d'actions du marketer.

UN POTENTIEL DE DÉCISION EN DIFFICULTÉ

3 raisons principales réduisent les capacités décisionnelles des équipes marketing :



MANQUE DE
TEMPS



MANQUE DE
RESSOURCES



MANQUE DE MATURITÉ
EN ATTRIBUTION

Selon les marketers, la prise de décision se complexifie à mesure que ces freins s'intensifient et/ou se cumulent.

ACCÉLÉRER LA PRISE DE DÉCISION

Afin d'augmenter le potentiel de décision des équipes marketing, la solution Analytics se doit d'accélérer le workflow de prise de décision de l'équipe marketing :

ÉQUIPE MARKETING



IDENTIFIE UN
PROBLÈME SUR SON
MIX MÉDIA



CONSTRUIT SES
ANALYSES

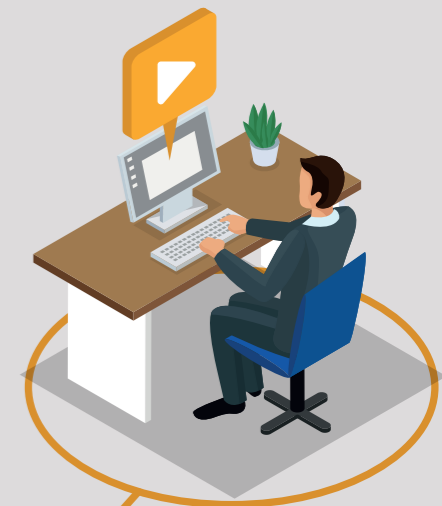


ESSAIE DE
COMPRENDRE
LE PROBLÈME DE
PERFORMANCE



INTERPRÈTE
LES RÉSULTATS

DÉCISIONS & ACTIONS



LA RÉVOLUTION DE L'ANALYTICS AUGMENTÉE

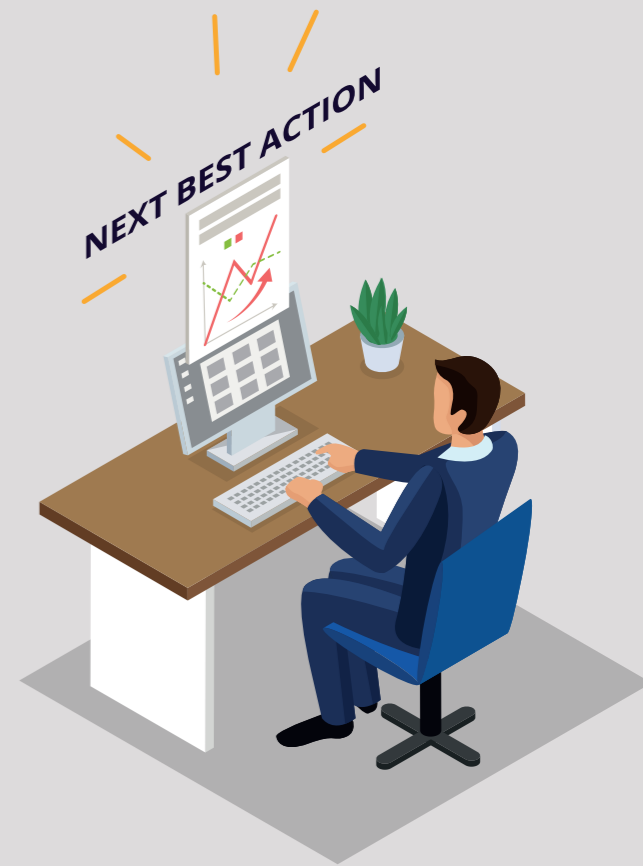


D'UNE LOGIQUE PULL...

Hier, c'était aux équipes marketing de tirer des insights à partir de rapports et fonctionnalités mises à leur disposition, afin de prendre les meilleures décisions et actions pour optimiser leur mix média.

...À PUSH

A partir de maintenant, c'est la solution d'attribution qui augmente le potentiel de décision et d'action du marketer en lui poussant les analyses et insights pertinents.



INSIGHTS, 1ÈRE BRIQUE D'UNE ATTRIBUTION AUGMENTÉE

Eulerian Insight est la 1ère brique d'une attribution augmentée qui vise à augmenter le potentiel de décision et d'action de l'équipe marketing.

Derrière sa technologie « Next Best Action », l'équipe marketing reçoit chaque jour les meilleures actions à prendre pour optimiser son mix média, avec l'explication et le lien vers l'analyse associée.

Pilotage média

Certaines de vos campagnes se montrent peu engageantes !

Retrouvez la liste des campagnes dont 50% des visites générées n'avancent pas dans leur Customer Journey au vue du faible ratio **Visite profil / changement profil**.

Levier	Campagne	Volume de visiteurs	Taux de visiteur utile (%)
MAILING	T_NLC_OP3895_FrFr_231638883	24,148	1.00%
AFFILIATION	zx-ai-ott	85	22.00%

Ces campagnes se montrent peu utiles car ne font pas avancer les utilisateurs dans le parcours d'achat.

Quelle(s) action(s) entreprendre ? : Suspendez vos investissements sur ces campagne ou vérifiez leurs utilités à travers notre rapport Custom Journey dédié

[En savoir plus sur l'utilité de mon levier](#)

The screenshot shows the Eulerian Insight interface. On the left, a sidebar contains navigation icons. The main content area displays a list of insights under the heading 'Pilotage média'. One insight is highlighted, showing a table with columns for 'Levier', 'Campagne', 'Volume de visiteurs', and 'Taux de visiteur utile (%)'. Below the table, there is a text explanation and a call to action: 'Quelle(s) action(s) entreprendre ? : Suspendez vos investissements sur ces campagne ou vérifiez leurs utilités à travers notre rapport Custom Journey dédié'. A button labeled 'En savoir plus sur l'utilité de mon levier' is also visible.

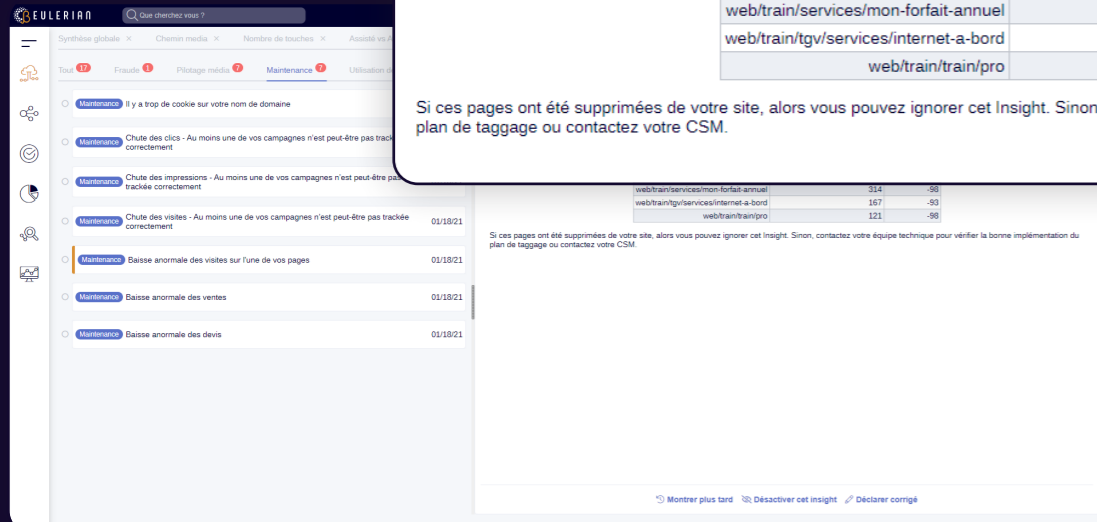
Maintenance

Baisse anormale des visites sur l'une de vos pages

Une forte baisse trafic a été identifiée sur la journée d'hier (17 Jan 2021) sur l'une de vos pages. C'est peut être une anomalie liée au tagging de votre site. Cela impact la mesure de performance de vos campagnes. Veuillez vérifier le tagging des pages suivantes :

Page	Volume de visites en moins	Baisse en %
web/train/lespetitsprix	989	-99
web/train/services/mon-forfait-annuel	314	-98
web/train/tgv/services/internet-a-bord	167	-93
web/train/train/pro	121	-98

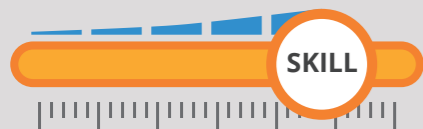
Si ces pages ont été supprimées de votre site, alors vous pouvez ignorer cet Insight. Sinon, contactez votre équipe technique pour vérifier la bonne implémentation du plan de tagging ou contactez votre CSM.



La 1ère étape, avant même de construire une analyse, consiste à s'assurer de la qualité de la donnée. Pour cette raison, Eulerian Insight recommande chaque jour des actions pour améliorer la qualité et la quantité de données collectées dans la solution d'attribution.

UN POTENTIEL DE DÉCISION AUGMENTÉE, MAIS PAS QUE...

L'attribution augmentée offre d'autres bénéfices que l'accélération de la prise de décision :



Favoriser la montée en maturité des équipes :

Contrairement aux idées reçues, les algorithmes s'adressent aux équipes marketing les plus avancées en Analytics. En proposant progressivement les meilleures actions à prendre, l'équipe marketing progresse à son rythme en attribution.

Limiter les biais d'analyses :

Mener des analyses manuelles et interpréter soi-même les résultats, c'est prendre le risque de commettre des erreurs ! Grâce à l'Analytics augmentée, l'analyse est automatiquement délivrée et interprétée.



À PROPOS D'EULERIAN

Editeur de logiciel en marketing digital depuis 2002.

Technologie indépendante pour **Marketers, Publishers & Business Intelligence.**

Situé à **Paris, Montréal, Madrid & Milan.**

+70 experts au service de l'optimisation de la performance marketing.

+130 clients dans 35 pays.



Si vous souhaitez aller plus loin, contactez-nous !

 2 Place du Colonel Fabien, 75019 Paris

 +33 1 84 16 64 54

 sales@eulerian.com