



Digital Performances 2018

INSIGHTS MARCHÉ

GESTION MULTICANALE DE LA RELATION CLIENT & CENTRALISATION DES DONNÉES

5,8

types de données
intégrées en moyenne
dans une DMP

2/3 des annonceurs ont déjà une base de données clients unique

17 % des entreprises ont déjà une DMP

56 % des entreprises envisagent de faire de leur BDD une DMP à terme

COMMENT ENGAGER DES BRAND ADVOCATES ET AUGMENTER LES PERFORMANCES DU PROGRAMME DE FIDÉLITÉ

JUSQU'À 50 % de customer advocates détectables dans les bases de données clients

+ 15 % de conversion des prospects exposés au message de Brand Advocate

~ 100% de taux de réponse d'un Brand Advocate à un internaute

CRÉER & PARAMÉTRER SON PREMIER SHOPBOT

- Définir ses objectifs
- Avoir une approche User Centric
- Construire la personnalité de votre Bot pour humaniser la relation
- Construire les scénarios de conversation
- Choisir la technologie
- Monitorer la performance pour itérer en permanence

EVALUATION DES TECHNOLOGIES DE SHOPBOT & AGENT CONVERSATIONNEL

3 ÉLÉMENTS-CLÉS

- définir un périmètre
- le canal à adresser
- le parcours auquel il sera implémenté

RÈGLE 0
savoir de quoi on parle

RÈGLE 1
savoir pourquoi mettre en place un bot

RÈGLE 2
savoir se projeter au-delà du fonctionnel immédiat

RÈGLE 3
savoir générer une conversation censée

CHAÎNE DE VALEUR CONVERSATIONNELLE EN 5 POINTS :

- Collecter
- Comprendre
- Analyser
- Traiter
- Réstituer

LES TECHNOS DE SOCIAL SELLING & ACCOUNT BASED MARKETING : RÉUNIR LE MAX D'INFOS SUR UN CONTACT POUR LE CONVERTIR

70% des leads générés par le marketing B2B ne sont pas assez qualifiés

99% de trafic internet B2B ne génère pas de leads

57% du cycle de vente B2B se fait on line

l'ABM permet 10 fois plus d'opportunités d'engagement avec vos clients clés

LES TECHNOS DE PERSONNALISATION DES MESSAGES PUBLICITAIRES

Les marques s'appuyant sur des technologies digitales avancées et des données clients propriétaires pour créer des expériences personnalisées, connaissent une croissance **deux à trois fois** supérieures à celles qui ne s'y attèlent pas.¹

DU GRP À LA TV PROGRAMMATIQUE : ANALYSER ET BOOSTER LA PERFORMANCE DE SES PLANS MÉDIAS TV

La TV reste l'activité principale parents/enfants
Après la diffusion d'un spot, à court terme, on observe

+80%
de téléchargement d'applications

+33%
d'achats in-app²

COMPRENDRE & MODÉLISER LE CRO (CONVERSION RATE OPTIMIZATION)

3
ÉTAPES CLÉS
DU CRO

- Comprendre le comportement utilisateur et identifier les opportunités d'optimisation
- Corriger les pages ou les parcours optimisables
- Valider la performance de vos optimisations grâce à la conduite d'AB tests

PERSONNALISATION & EFFICACITÉ COMMERCIALE DES NEWSLETTERS & EMAILINGS

80%
des emails sont personnalisés en 2017

7,54
emails reçus par jour

TENDANCES :

- d'emails
- + ciblés
- + personnalisés

Optimiser le ROI des emails car l'email reste la meilleure façon d'interagir entre marques et clients (52% avant les réseaux sociaux / 45% aujourd'hui)

ENRICHISSEMENT DE LA DONNÉE : DATA ONBOARDING, SECOND & THIRD PARTY DATA

Qu'est ce que le Data OnBoarding :

- Un outil technologique pour activer la 1st, 2nd et 3rd party
- Mettre la connaissance client au centre de ses activations digitales
- Construire un stack technologique customer-centric

LE JOB DE CHIEF DIGITAL & DATA OFFICER : CRÉER SON PLAN DATA



des CDO pensent que le manque de stratégie est un obstacle à la bonne exploitation de la data¹



des CDO pensent que la capacité à accéder aux données est un obstacle à la bonne exploitation de la data¹



des boîtes tech ont un CDO en 2017¹



seulement avaient un CDO en 2014¹

DESSINE MOI UNE IA : JOUONS AVEC LES TECHNOS SÉMANTIQUES

L'intelligence artificielle est au coeur de toutes les ambitions des entreprises avec une transformation sous 5 ans de

52% des offres² 60% des processus²

Seulement 20% des entreprises ont commencé à utiliser réellement les technologies d'Intelligence Artificielle.²

Cette situation s'explique par le manque d'appropriation des technologies et leurs usages par les exécutifs des organisations.³

RETAIL & COMMERCE CONNECTÉ

COMMENT GÉNÉRER UNE MEILLEURE SATISFACTION CLIENT GRÂCE À L'I.A ?

Les clients sont attentifs à la dernière expérience qu'ils ont eu avec une société, et

82%

des personnes qui ont eu une mauvaise expérience avec une marque ne lui font plus confiance par la suite.

Chaque société peut améliorer de manière significative ses expériences clients en faisant mieux, et moins cher, grâce à l'Intelligence Artificielle et aux Bots.

1. US - eMarketer

2. BCG and MIT Sloan Management Review 2017

3. McKinsey Global Institute juin 2017

COMMENT MCDONALD'S FRANCE UTILISE LA DATA MOBILE POUR OPTIMISER SA STRATÉGIE MEDIA ?



des connexions internet sont réalisées depuis **des appareils mobiles**

Bien que les interactions entre le mobinaute et son terminal représentent **+** de **4h** quotidiennement, **quelques secondes ou minutes** par jour seulement sont passées sur les sites ou apps des annonceurs.

LES PROGRESSIVE WEB APPS VONT-ELLES TUER LES APPS ?

A la croisée entre Apps Natives et Web Apps, les PWA permettent de proposer une expérience App (fiabilité, rapidité, engagement, offline) depuis un navigateur web.

UX / UI

ANALYSER L'IMPACT DE L'UX SUR LE R.O.I. DES SITES MARCHANDS

Smart Data Design est une approche Design Thinking au service de la performance e-commerce.

Elle implique 6 étapes :

- Poser le problème, clarifier l'objectif,
- Comprendre les utilisateurs, leurs points de souffrance et leurs attentes,
- Générer des idées et des solutions : la valeur du travail collaboratif pluridisciplinaire,
- Designer les solutions,
- Prototyper,
- Tester et apprendre de ces tests - AB Testing.

RÉINVENTER LA PUB MOBILE : NOUVELLES TECHNOS, FORMATS & CONFORMITÉ AU NOUVEAU CADRE JURIDIQUE

Nouveaux usages liés au mobile

- Immédiateté
- Infidélité aux marques
- Le multi-tasking

Les nouvelles technologies mobiles

- La reco vocale pour répondre à l'immédiateté
- Swiper pour améliorer la fidélisation
- La synchronisation pour répondre au multitasking

Des formats de plus en plus innovants

- Formats immersifs
- Formats natifs
- Formats interactifs
- Formats gaming

COMMENT RECRUTER LES MEILLEURS PROFILS DIGITAUX ?

18,2%

des recrutements en CDI ne sont pas confirmés à l'issue de la période d'essai

2 fois sur 3

c'est le salarié qui décide de mettre fin à cette période

Pour Séduire il faut :

- Identifier et répondre aux aspirations du candidat
- Se voir en lucidité, en évitant de se surestimer, comme de se sous-estimer... piège courant des grands groupes,
- Etre clair sur ses ambitions, capacités, comme celles du postes à pourvoir
- Identifier ce qu'on a d'unique à proposer aux candidats.

EVALUATION DES CAPACITÉS ET GESTION DES CARRIÈRES DIGITALES

43%

des personnes travaillant dans le digital mènent des projets professionnels en parallèle de leur activité principale

Le processus de recrutement doit changer : la mise en situation doit prendre le pas sur un entretien formel

- Nous apprenons à nos enfant les mêmes connaissances qu'il y a 200 ans
- Recrutez des profils humains, pas des CV ni des machines !
- L'effort et l'investissement du référentiel métier permettra plus de mobilité

WORKPLACE & COWORKING : NOUVELLE GESTION DE L'ESPACE DE TRAVAIL

93 %

des personnes ne veulent plus d'un bureau¹

73 %

préfèrent l'espace collaboratif¹

37 %

des entreprises françaises ont eu recours à l'intrapreneuriat

2/3

des salariés sont attirés par des entreprises proposant une démarche intrapreneuriale

72 %

des personnes interrogées ont une perception positive du concept de l'open innovation

COMMENT GAGNER EN PERFORMANCE EN DIGITALISANT VOS PROCESSUS MÉTIER ?

44%

du temps de la journée d'un collaborateur est consacré à des missions à valeur ajoutée, propres à son coeur de métier.²

60%

des collaborateurs pensent que le temps qu'ils passent à envoyer des emails pourrait être utilisé de façon plus productive.²

42

éditeurs de logiciel avec une offre de low-codes development platforms ont été identifiés par l'institut de recherche Forrester en janvier 2016.³

93%

des entreprises considèrent que les technologies du numérique sont un élément majeur pour améliorer l'efficacité des processus métiers.⁴

1. ESSEC

2. THE STATE OF ENTERPRISE WORK REPORT • U.S. EDITION

3. Forrester

4. Rapport DGE - Juillet 2016

LA DATA B2B : SPÉCIFICITÉS, OPTIMISATION, EXPLOITATION

Les outils permettent aujourd'hui d'engager des projets de manière plus agile et moins risquée

51%

des Directeurs Marketing B2B interrogés citent « **l'intégration des données au sein d'une plateforme** » comme un obstacle majeur¹

75%

des répondants affirment que des données précises et complètes sont essentielles pour atteindre les objectifs marketing de 2016¹

97%

des architectes d'entreprise interrogés affirment que leur entreprise a au moins une activité impliquant des Data Analytics Platforms

REVIEW DES 15 MEILLEURS SITES MARCHANDS ET MARKETPLACES BTOB

Panorama des sites emarchands BtoB en France

- Les leaders du marché en France / « vèpécistes » : **Bruneau, Raja, Rexel, Manutan**
- Les leaders du marché en France / emarchands : **LDLC, CDiscountPro, Fnac, Onedirect**

Les plateformes de sourcing :

- Companeo
- InfoproDigital
- Mercateo
- Virtual Expo