

A blue-tinted photograph of two women looking at a smartphone. The woman on the left is holding the phone, and the woman on the right is pointing at the screen. They are both smiling and appear to be engaged in a collaborative activity. The background is slightly blurred, focusing attention on the women and the phone.

Making digital simpler.

LET'S GET PERSONAL

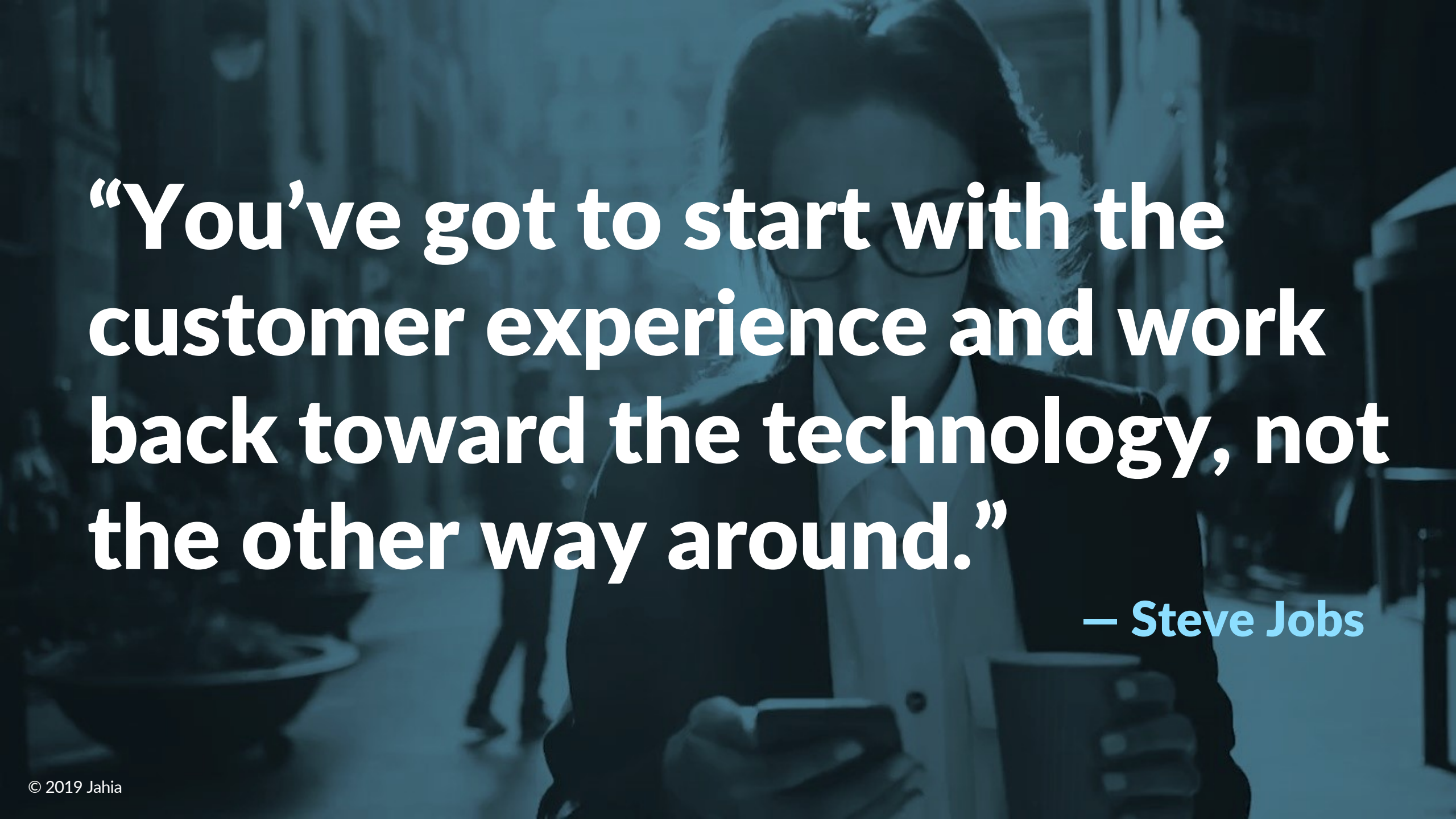
Stéphane Monier
Vice Président
Global Sales Engineering

20+ année dans le digital



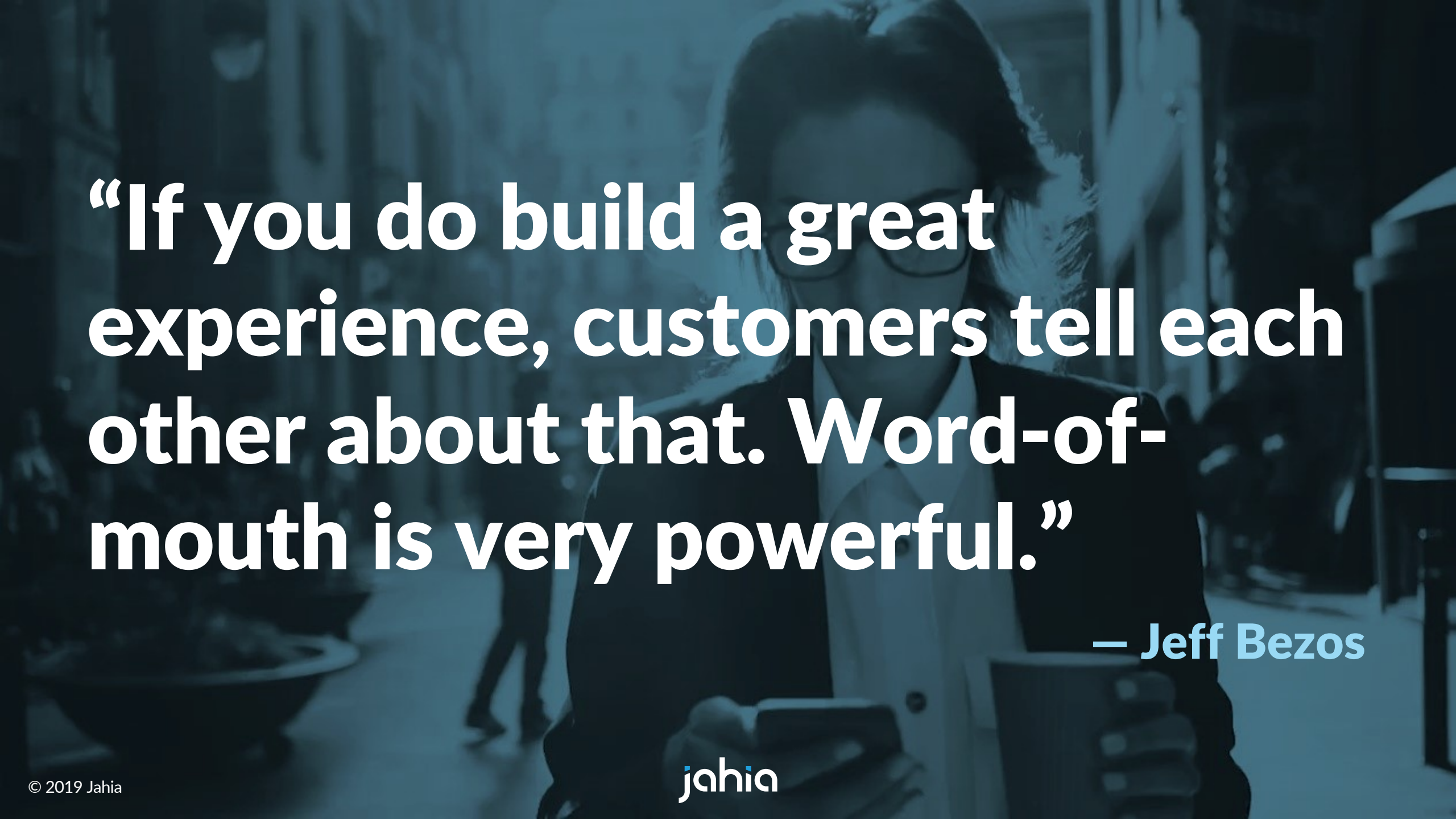


5 etapes faciles pour personnaliser l'expérience visiteur sur votre site web



“You’ve got to start with the customer experience and work back toward the technology, not the other way around.”

— Steve Jobs



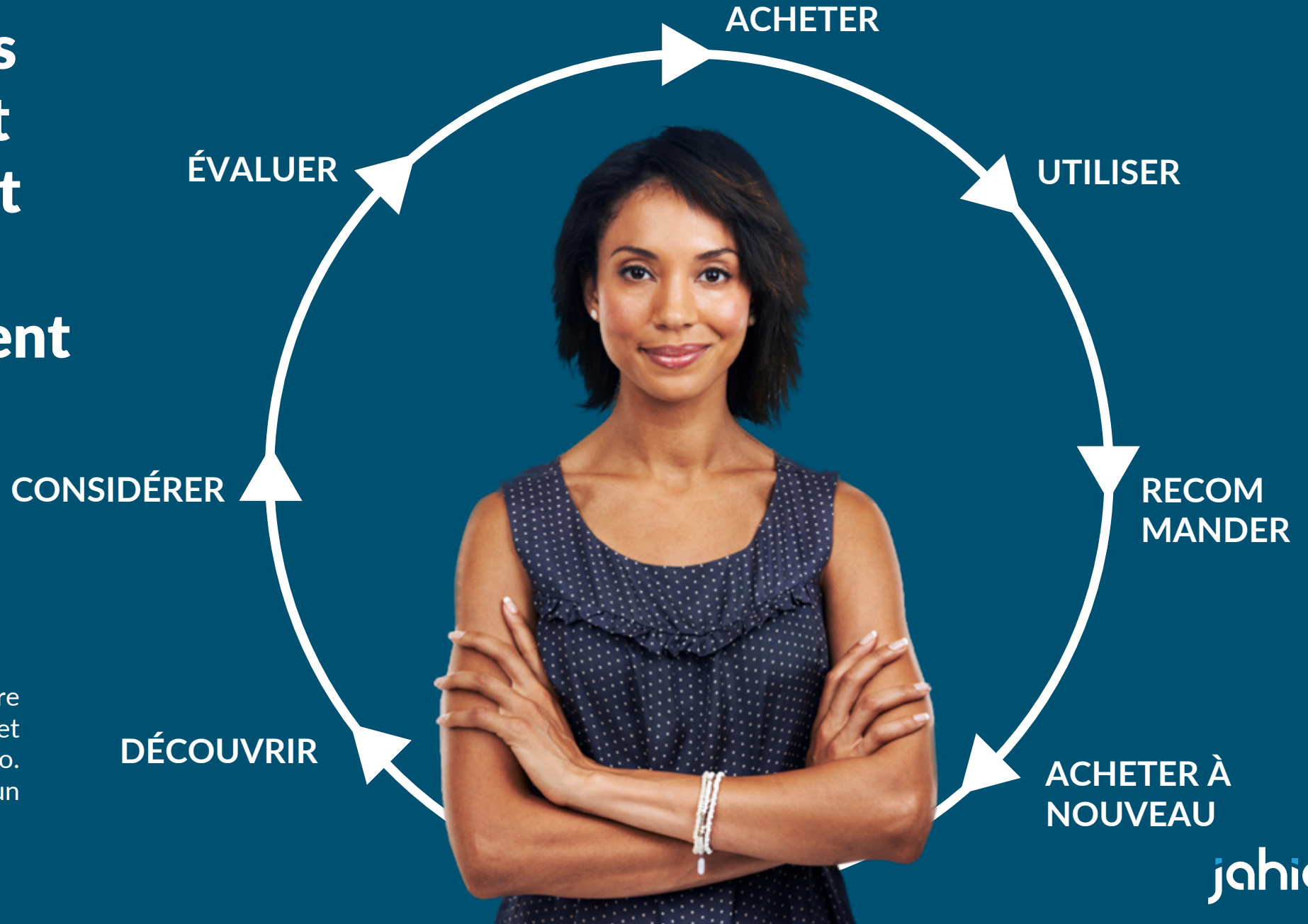
“If you do build a great experience, customers tell each other about that. Word-of-mouth is very powerful.”

— Jeff Bezos

Des données collectées et utilisées tout au long du parcours client

84%

des clients souhaitent être traités comme une personne, et non comme un numéro. La personnalisation est un élément clé.



Pourquoi est-ce important pour votre entreprise ?

74%

des clients se sentent frustrés quand le contenu d'un site n'est pas personnalisé.

Source: [Infosys](#)

77%

des consommateurs ont choisi, recommandé, ou payé plus pour une marque qui a mis en place une expérience ou un service personnalisé.

Source: [Forrester](#)

55%

des consommateurs pensent que la majorité des marketeurs n'ont pas compris la perso.

Source: [Evergage](#)

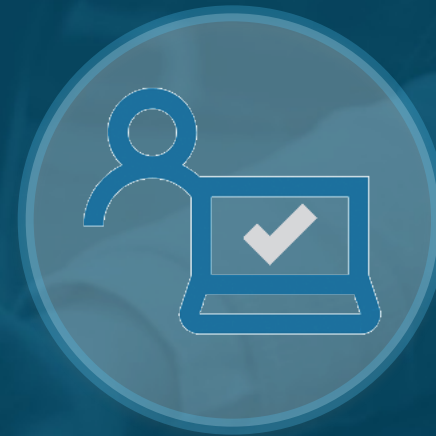
Personnalisation en 3 étapes



Localisation



Evaluation



Personnalisation

Sources de données



Analytics

Website: device type, IP-based geography, Social media, etc.



Paid Media

Keywords, campaigns, referring site, online magazines, etc.



Ecosystème Client

ERP, CRM, DMP, MA



First Party Customer Data

Returning visitors, registered users, existing customers, surveys, CRM, ...



Third Party Data

Census data, business statistics data providers offering a wide variety of consumer and B2B data.

Données de qualité



Personnalisation en 3 étapes



Localisation



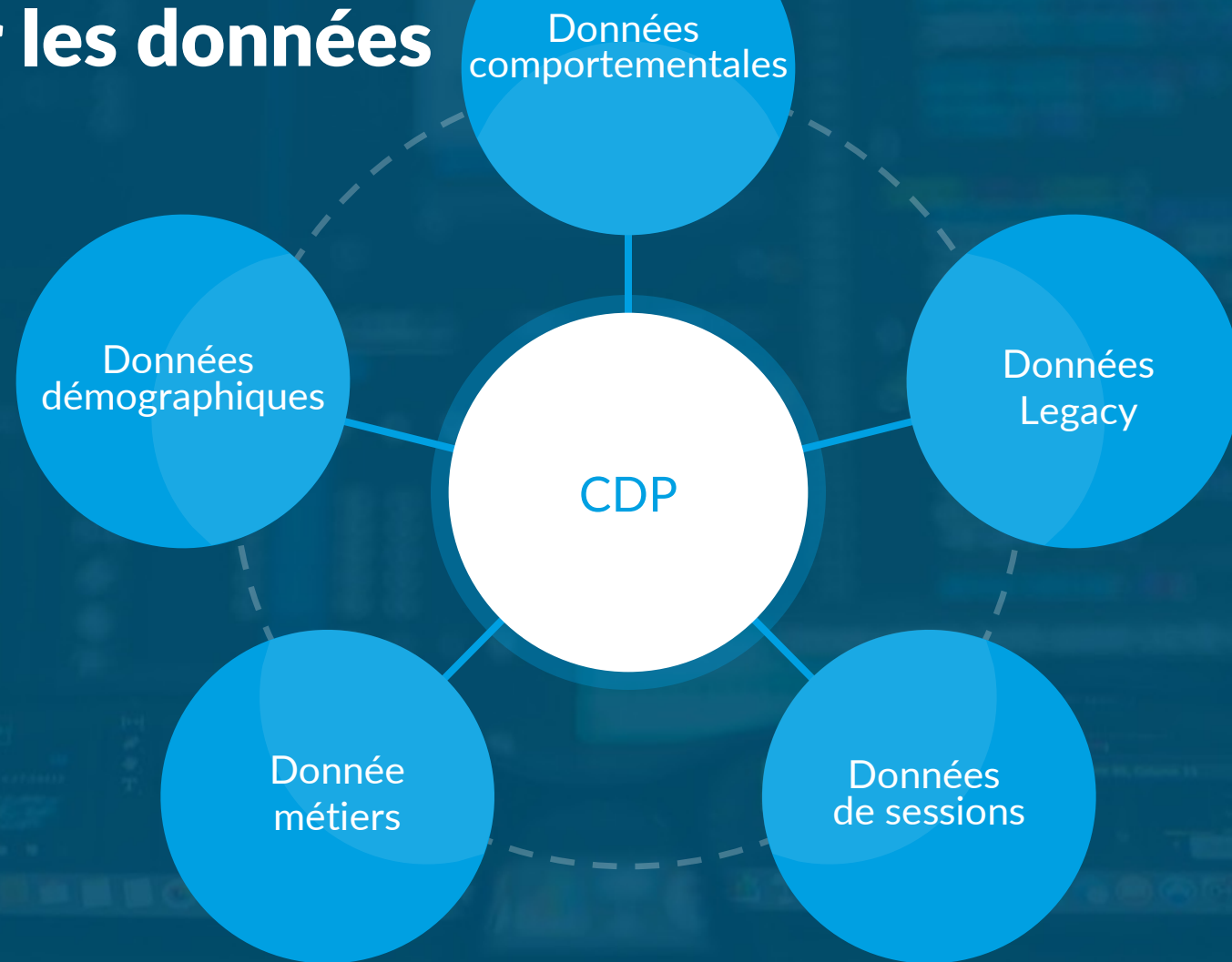
Evaluation



Personnalisation

Identifier la donnée pertinente

Agréger les données



Customer Data Platform

CDP Institute

- Une CDP est un système géré par les marqueteurs qui crée une base client persistante et unifiée, accessible par les autres systèmes

Gartner - Fonctionnalités clés

- Collecte de données
- Unification des profils
- Segmentation
- Activation

Préparation des données en 3 étapes



Localisation



Evaluation



Personnalisation

Démographie

Contexte

Customer Journey

Personnalisation

Du site web

Intérêt

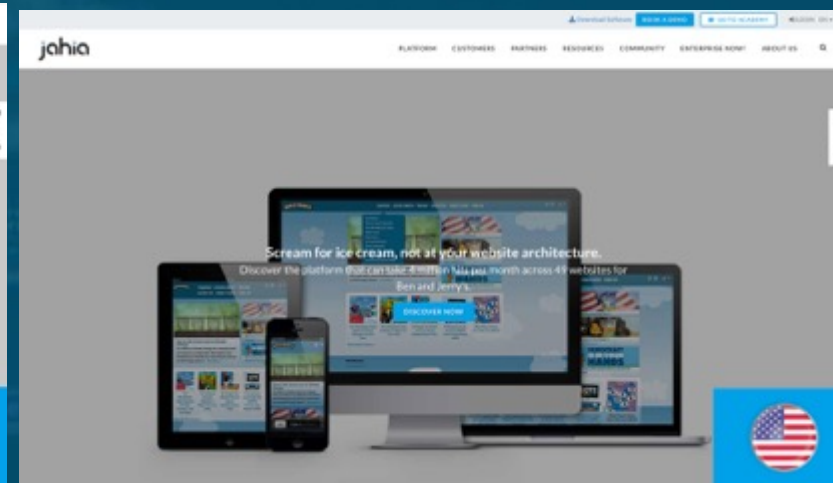
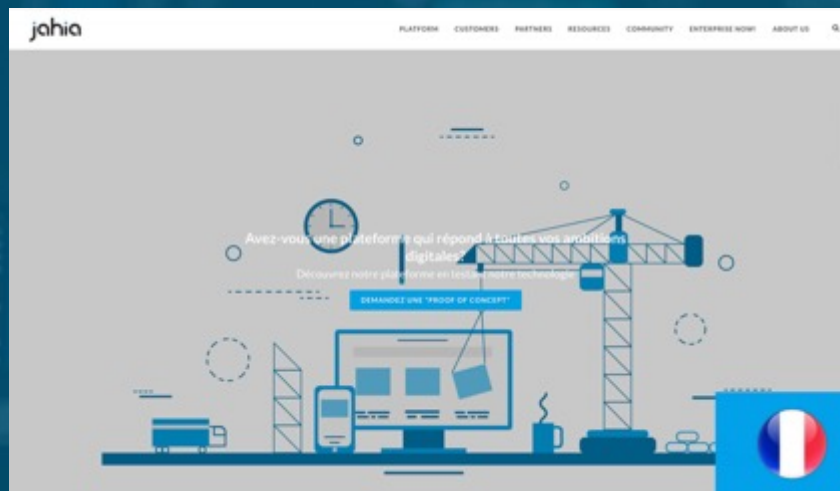
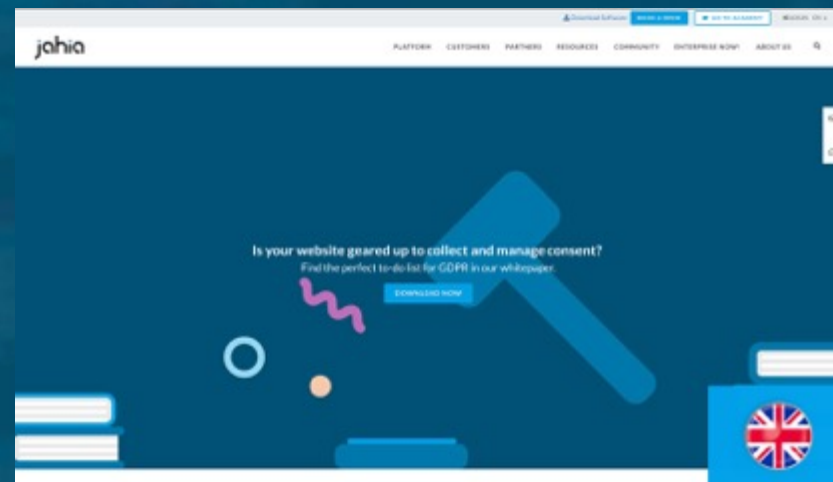
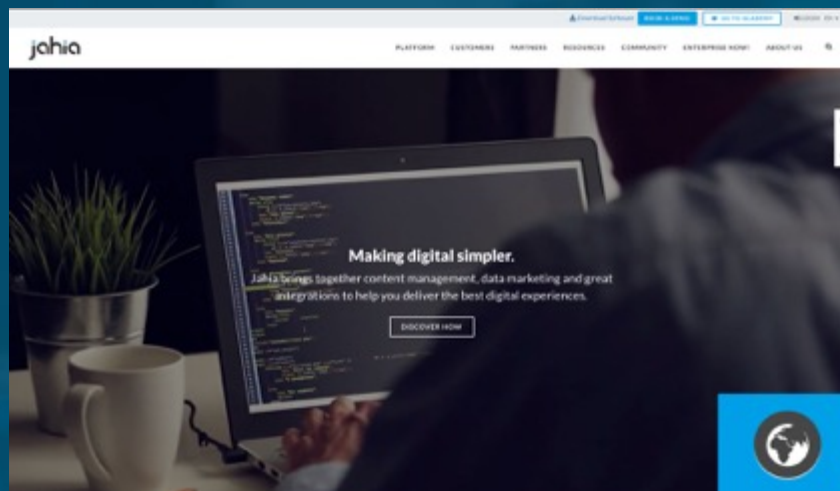
Engagement

Device

Géo-localisation

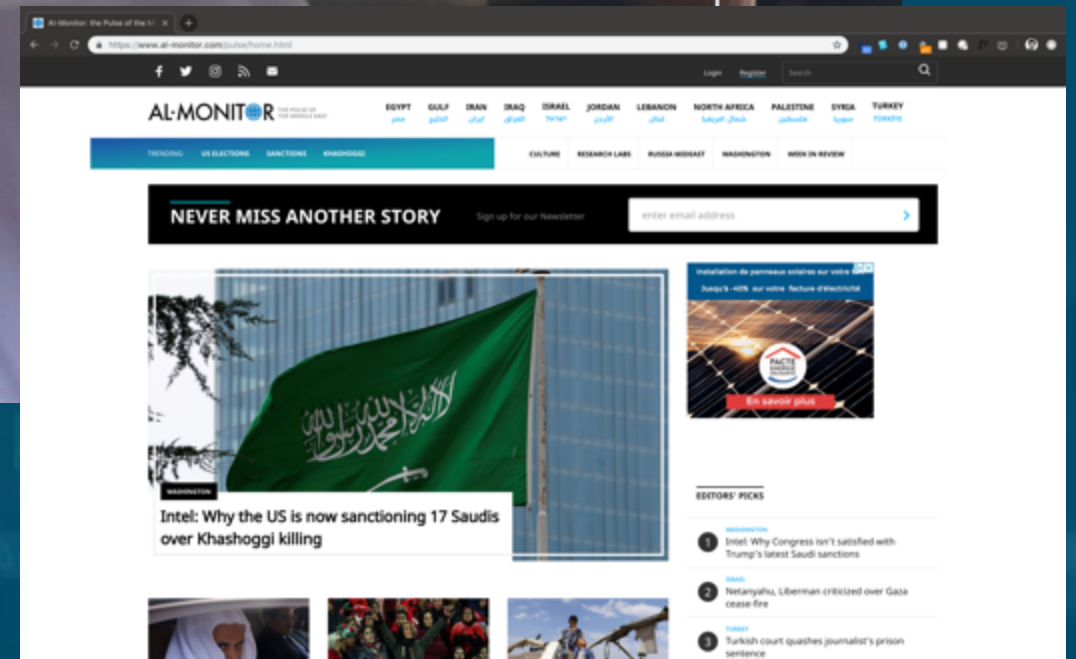
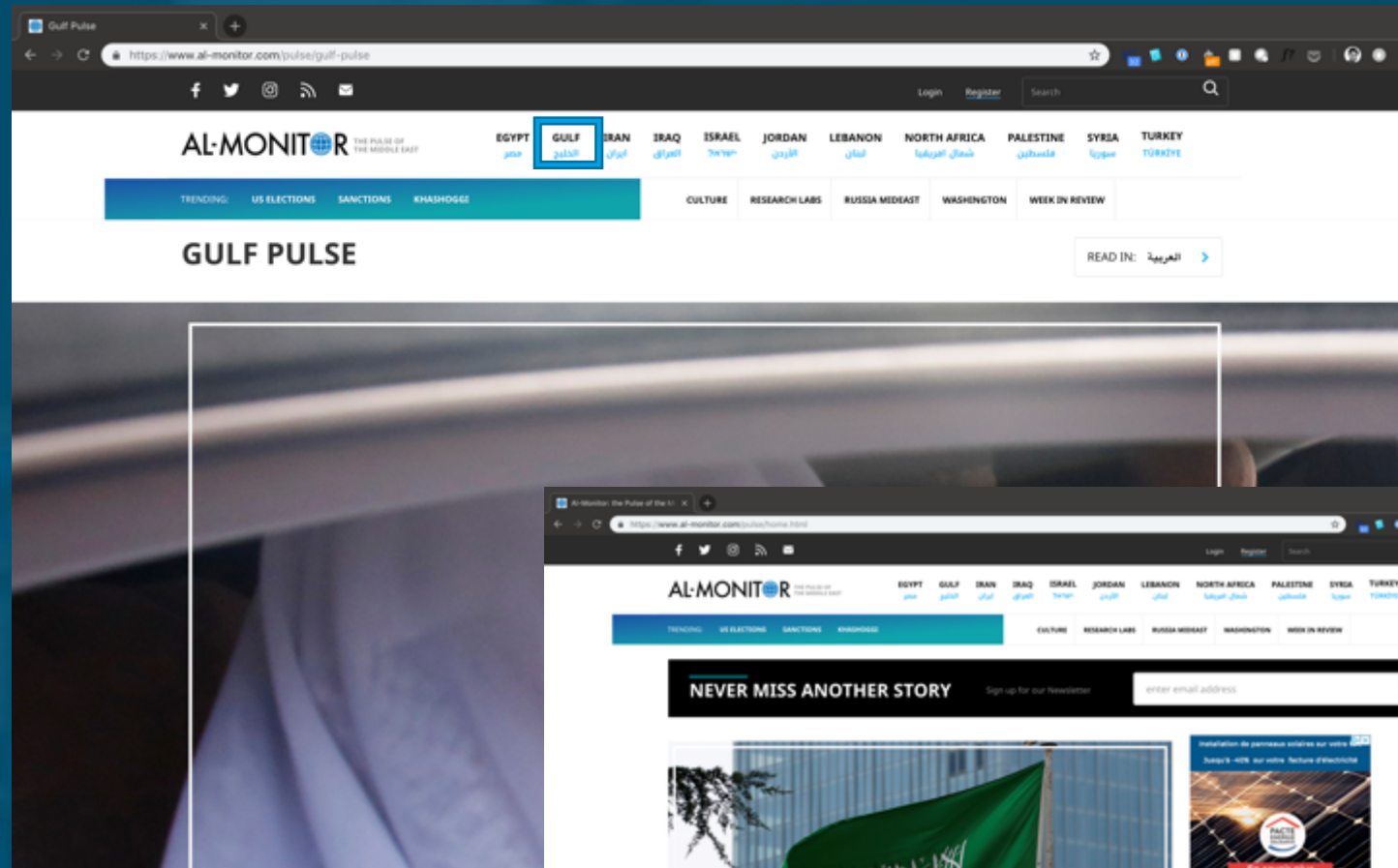
1

Personnaliser l'expérience selon la zone géographique



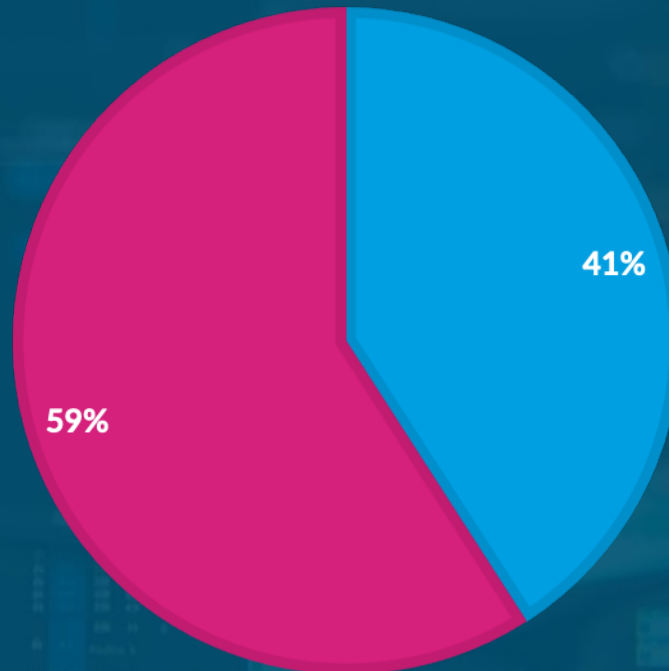
2

Personnaliser l'expérience lors de la deuxième visite sur le site

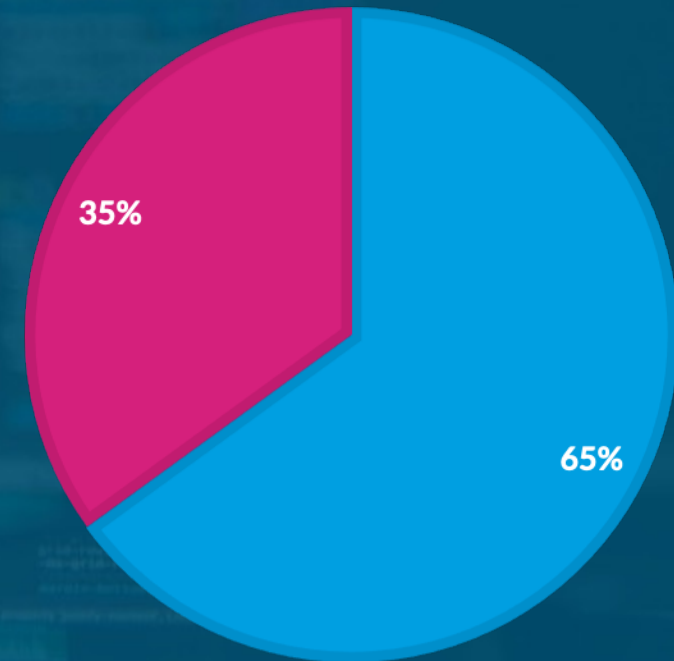


Augmentation en forte croissance du retour des visiteurs sur le site

Avant
personnalisation



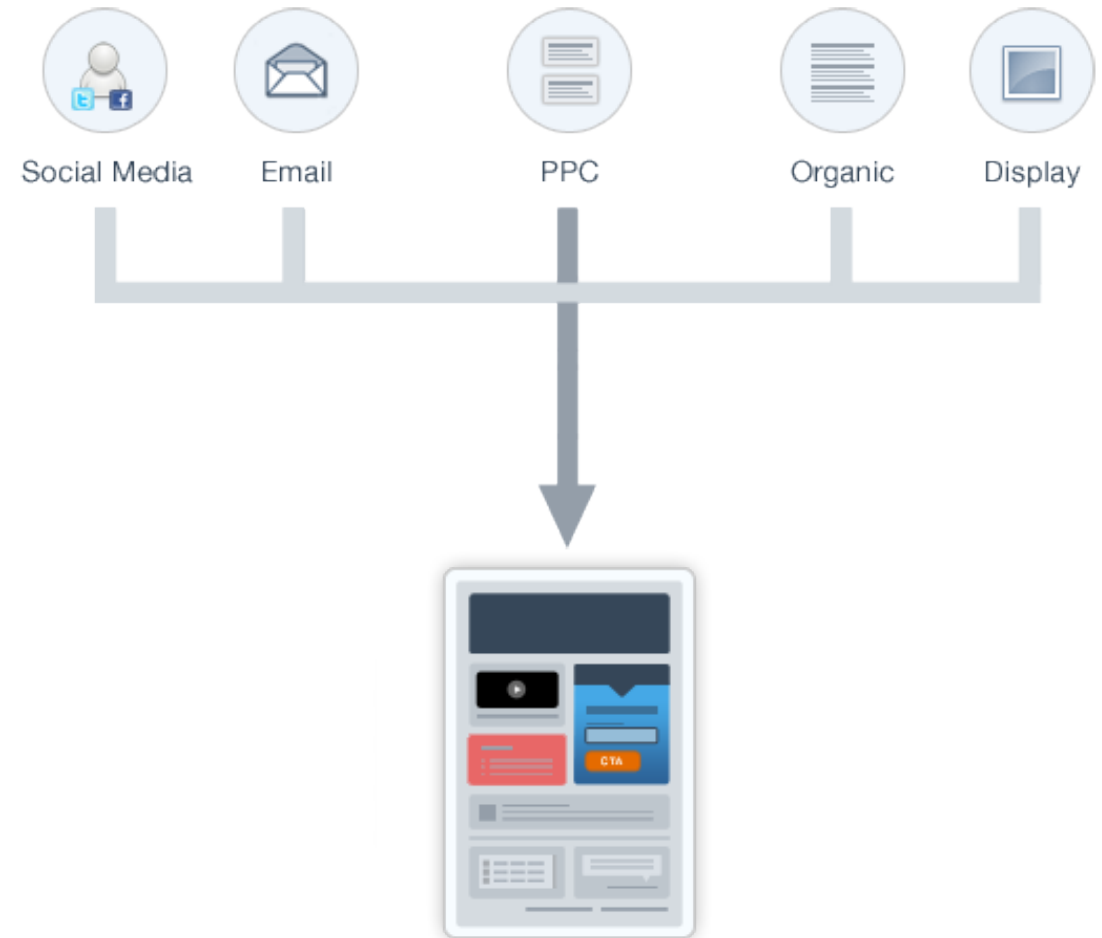
Après
personnalisation



■ Returning visitors ■ New visitors

3

Personnaliser l'expérience selon les sources de référence



4

**Personnaliser
l'expérience
selon les types
d'appareils
mobile / desktop**



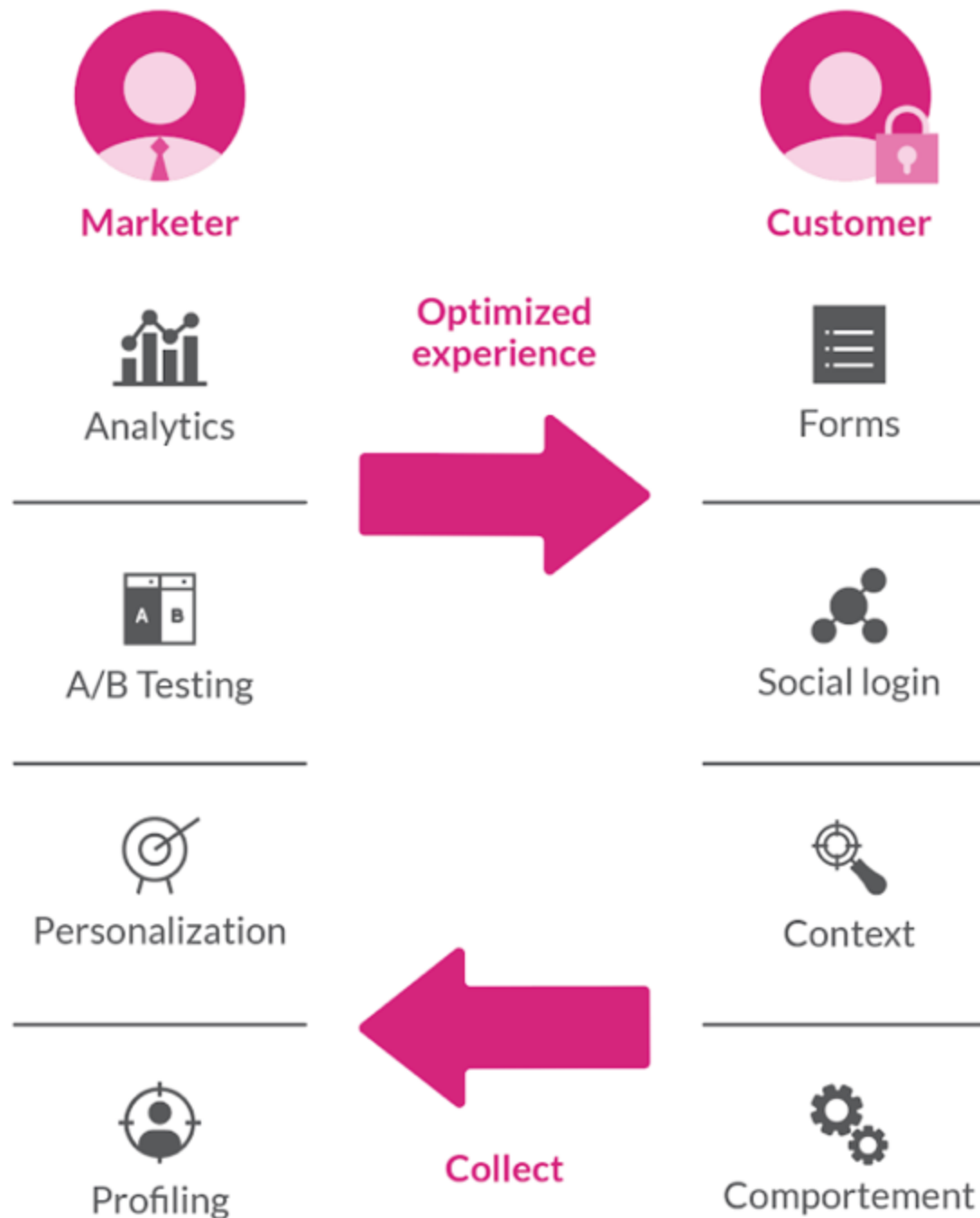
5

Personnaliser l'expérience avec des données d'autres outils connectés à votre Customer Data Platform



Customer Data

Ou avec les données collectées via votre Customer Data Platform



Integrate with your favorite solutions



Personnalisation : quels (potentiels) bénéfices

Gartner

Capter l'attention

“Il s'agit d'avoir des données à portée de main pour délivrer un message pertinent afin d'éviter le fouillis et d'avoir plus d'effet. »

VP of Marketing
Financial Services

Approfondir la relation client

“Notre plus grande opportunité avec la personnalisation est de grandir et d'amplifier notre relation avec notre clientèle existante.”

Head of Product & Marketing
Banking

Encourager la conversion

“Nous utilisons tout ce que nous savons sur nos consommateurs pour les motiver ou modifier leur attitude par le biais de la personnalisation afin qu'ils achètent davantage chez nous.”

VP of Marketing
Food Services

Deux catégories d'intention perçue

Gartner

Perception des consommateurs à l'égard des messages personnalisés

Consommateur



Message personnalisé

« Prouver que vous me connaissez »

Qui je suis?

Le message mentionne mes informations personnelles

Qu'est-ce que j'ai fait?

Le message se base sur mes interactions passées (achat)

Qu'est-ce qui est important pour moi?

Le message reflète mes valeurs personnelles

« Aidez moi »

Facilitez la tâche.

Le message facilite le parcours jusqu'à la conversion

Rassurez moi.

le message me rend moins anxieux à l'idée de prendre la mauvaise décision

Apprenez-moi quelque chose de nouveau.

Le message m'aide à comprendre au mieux comment utiliser mon achat

Guidez moi.

Le message me guide afin de résoudre un problème

Points clés à retenir

Gartner

- **Pensez « Aide », pas « Personnalisation ».**

L'approche la plus effective, c'est l'« Aide personnalisée », il s'agit de fournir aux consommateurs l'aide dont ils ont besoin en temps opportun et de façon pertinente

- **Quand il s'agit de la dimension des données clients, Attention!**

L'astuce est de définir clairement le type d'aide que nous voulons offrir à nos clients avant de penser à nos besoins en données !

- **Il n'y a pas de mal à demander à vos consommateurs leurs données.**

Les consommateurs sont presque toujours prêts à partager leurs données avec vous, **SI** c'est pertinent pour eux dans le moment.



Qui est Jahia ?

Jahia aujourd'hui : Making digital simpler



Contenu + Données client + Personnalisation => **Experience Client Réussi!**

80 employées | 40% sur le développement produit

27 partenaires (intégrateur et agences)

Présence internationale : Paris, Lyon, Genève, Barcelone, Londres, Velden, Boston, San Francisco

150+ clients 97% taux de rétention

jahia Day

Jeudi 17 Octobre 2019
Cercle Lebrun, Paris 5e

[JE M'INSCRIS](#)

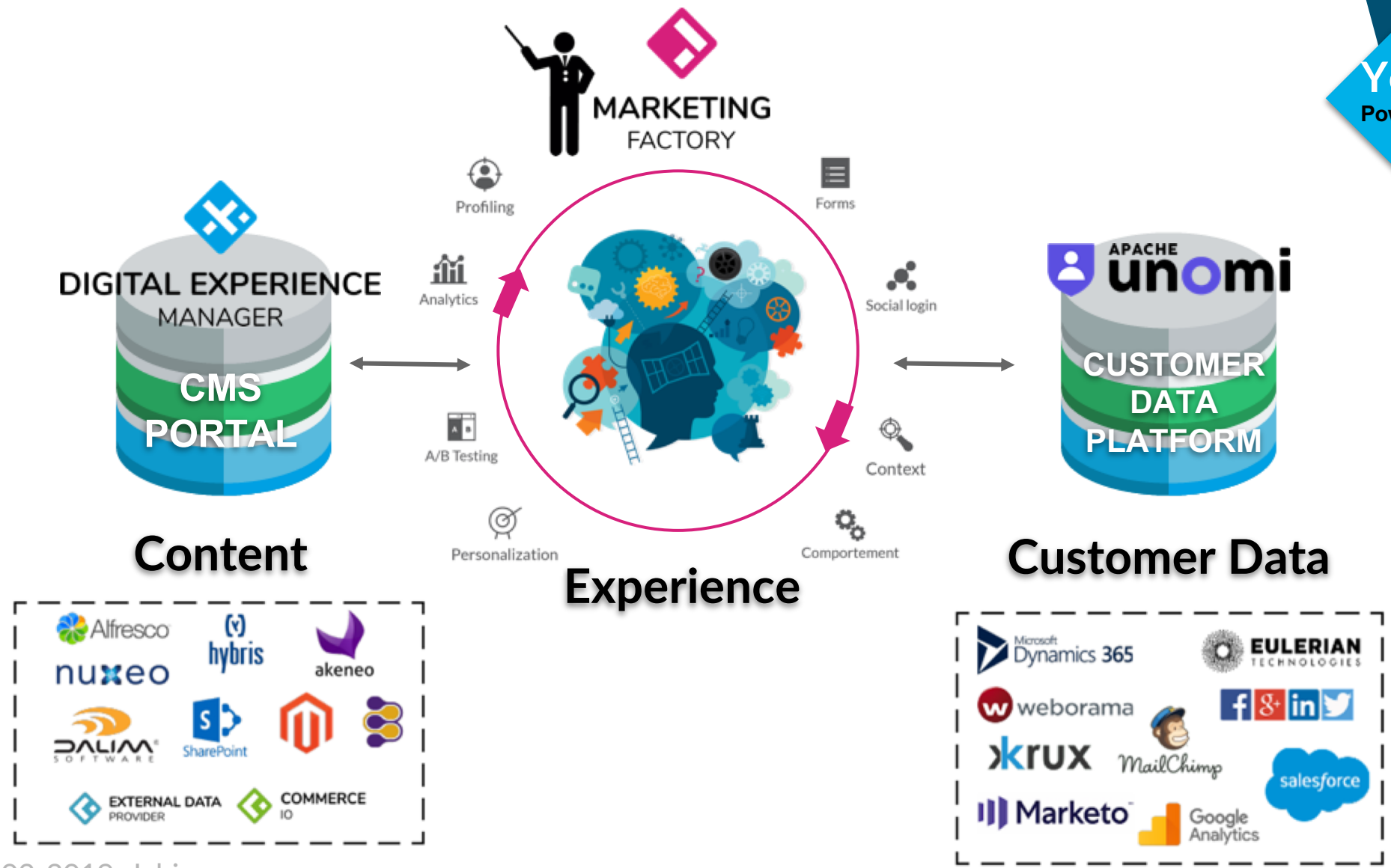


Les piliers de l'offre Jahia

Content + Data + Personalization = Successful Customer Experience !



Your DXP
Powered by
jahia



Nos clients



**Maintenant, c'est à votre tour de
personnaliser votre site web !**

Questions ?

