

Le guide indispensable sur la personnalisation

Un guide étape par étape que toute entreprise
peut utiliser pour démarrer la personnalisation
de leur expérience client



Rédigé par :



Heap



TWILIO

segment

QUADRATIC



Sommaire

Partie I

01 - Pourquoi la personnalisation fait-elle tant parler d'elle ?	pg4
La définition de la personnalisation	pg5
Les avantages de la personnalisation	pg5
Personnalisation et confidentialité	pg7
02 - Comment élaborer votre stratégie de personnalisation	pg9
Comprendre l'essentiel des données	pg10
Évaluer vos capacités actuelles en matière de données	pg15
Identifier les segments à forte valeur ajoutée + cartographier leurs parcours d'achat	pg19
03 - La préparation pour travailler à l'échelle	pg24
La personnalisation basée sur des règles	pg25
La personnalisation basée sur l'intelligence artificielle (IA) et le machine Learning (ML)	pg25
Le rôle de l'expérimentation dans la personnalisation	pg27

Partie II

04 - Client-side vs. server-side : la comparaison	pg30
Les avantages et les inconvénients des solutions client-side et server-side en un coup d'œil	pg32
05 - Élaborer des segments avec une solution « client-side »	pg33
L'intention et la segmentation basée sur la psychographie	pg33
Segmentation avec les Customer Data Platform (CDP) et les data lakes	pg33
06 - La mise en place de la personnalisation	pg40
Mise en place de la personnalisation client-side	pg40
Mise en place de la personnalisation server-side	pg42

PARTIE I



01

Pourquoi la personnalisation fait-elle tant parler d'elle ?

Pendant très longtemps, les entreprises ont commercialisé leurs produits et leurs services auprès des consommateurs en considérant qu'ils étaient tous pareils.

Cependant, une grand-mère retraitée à la campagne ne réagira pas à votre marketing de la même manière qu'une jeune mère de famille en ville avec deux jeunes enfants – même si les deux veulent acheter le même produit. Il s'agit de deux personnes différentes, avec des désirs et besoins différents, dans des contextes différents. **C'est pourquoi avec vos messages marketing, vous devez vous adresser à elles de manières différentes.**

De nos jours, les personnes passent de plus en plus de temps en ligne avec tout un univers de produits aux bouts des doigts, en quelques clics. Pour se faire remarquer et atteindre vos audiences cibles, votre entreprise a besoin d'aller au-delà des messages de marketing traditionnels.

En un mot, nous faisons référence ici à la personnalisation.

Bien sûr, cela fait des années que la « personnalisation » est un mot à la mode mais la réussir n'est pas si simple. Par où commencer ? A quel point devez-vous être granulaire ? Comment mettre à l'échelle ? Comment maintenir les segments et les expériences ? etc.

Cela fait beaucoup à gérer et c'est pourquoi nous avons préparé cet ebook pour faciliter l'élaboration et la mise en place d'une personnalisation efficace. Dans cet ebook, vous trouverez tous les outils nécessaires pour développer une stratégie de personnalisation axée sur les données. Ce guide rassemble également toutes nos expertises et recommandations pour mettre votre stratégie en place.

Commençons par le début : qu'est-ce que la personnalisation et pourquoi est-elle si importante ?