

Notre approche de l'analytique marketing

Améliorez les performances et l'efficacité de votre marketing



SOMMAIRE

Introduction	3
Accélérez les insights sur vos campagnes et votre audience pour améliorer vos décisions	4
Optimisez vos initiatives pour augmenter vos performances, vos leads et vos conversions	5
Favorisez la collaboration pour découper vos données et adapter vos initiatives à grande échelle	6
Témoignages clients Comment les équipes marketing utilisent Tableau	8
Prenez les bonnes décisions sur la base de vos données marketing grâce à Tableau	9



Introduction



De nombreuses entreprises proposent des produits et services exceptionnels, mais sans un marketing efficace, elles peuvent avoir du mal à développer une base client et augmenter leur rentabilité. Par ailleurs, les crises et autres imprévus de ces dernières années ont soumis les équipes marketing à une pression encore plus forte. Sans sortie de crise en vue, elles ont dû réduire les budgets, démontrer la rentabilité de chaque canal et campagne, et faire preuve de créativité dans leur stratégie, leurs campagnes et leurs contenus.

Face à toutes ces difficultés, les entreprises sont contraintes de faire plus avec moins. L'heure est venue d'optimiser les coûts et les opérations pour l'ensemble des campagnes, plans média, communications sur les réseaux et campagnes e-mail. Fort heureusement, les organisations peuvent **utiliser les données pour prendre rapidement des décisions pertinentes**.

Les données nous aident à trouver des réponses à des problématiques essentielles et à prendre les bonnes décisions. Mais comment les organisations, et les équipes marketing, peuvent-elles accéder aux données marketing, les analyser et les comprendre pour prendre des décisions éclairées ?

Avec Tableau, les équipes marketing peuvent se connecter à des sources de données disparates, suivre leurs KPI et présenter rapidement des rapports pertinents aux équipes dirigeantes et à tous les intervenants. Cette plate-forme aide les marketeurs à optimiser leurs opérations, réduire et optimiser leurs dépenses, collaborer plus étroitement, ou encore accéder facilement aux données cloisonnées pour les nettoyer et y repérer des tendances.

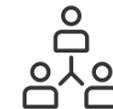
Découvrez comment Salesforce, nos clients et nos partenaires utilisent Tableau pour leur analytique marketing. Lisez ce guide pour découvrir comment :



Accélérer les insights sur vos campagnes et votre audience pour améliorer vos décisions



Optimiser vos initiatives pour augmenter vos performances, vos leads et vos conversions



Favoriser la collaboration pour décroisonner vos données et adapter vos initiatives à grande échelle

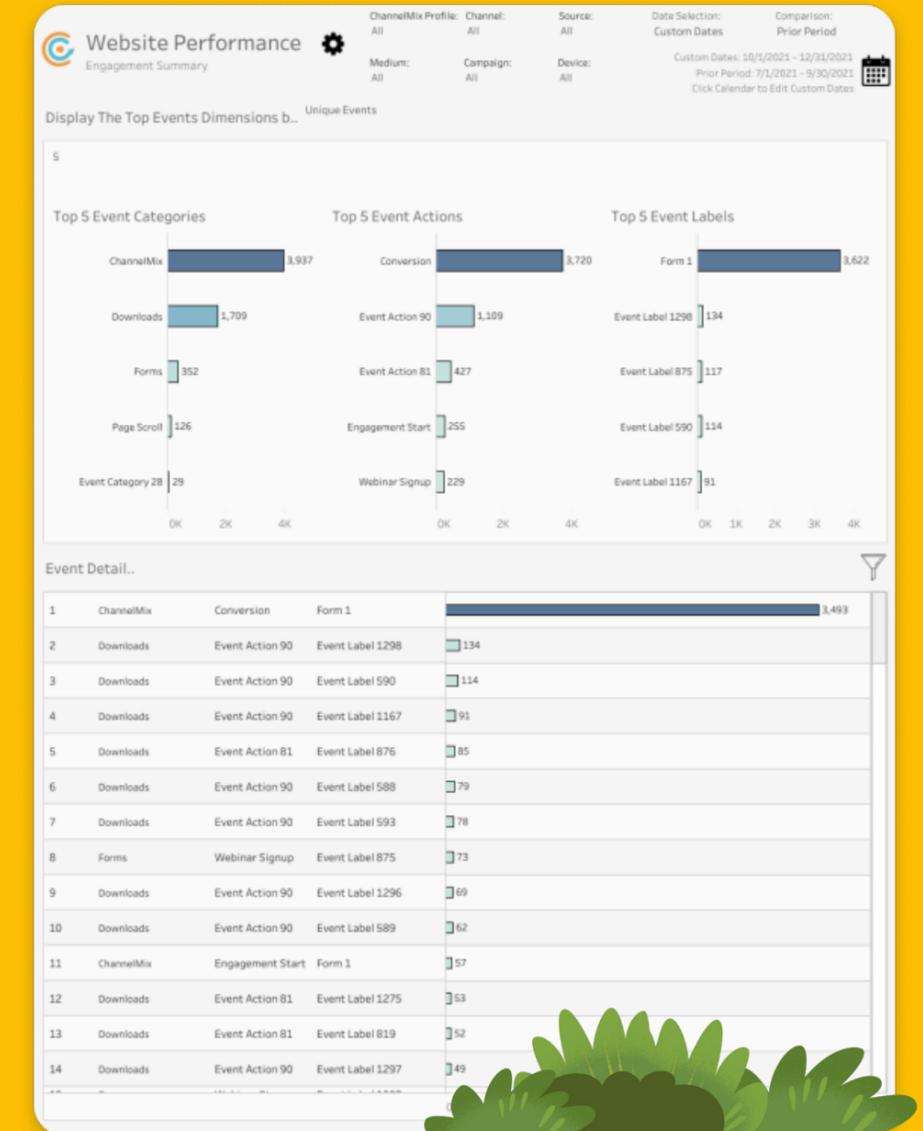
Accélérez les insights sur vos campagnes et votre audience pour améliorer vos décisions

Les besoins des clients et les tendances en la matière sont souvent en évolution constante, et les marketeurs doivent les repérer et en tenir compte dans la gestion de leurs campagnes, notamment pour ajuster les dépenses et le ciblage. Il est essentiel de disposer de données en temps réel sur les performances des campagnes et d'insights sur l'audience pour la réussite des initiatives marketing, et les organisations doivent investir dans des outils et processus faciles à utiliser et à adapter, afin d'aider les équipes à gagner en agilité et en efficacité. Au regard des crises récentes et du contexte incertain, il est aujourd'hui indispensable de prendre les bonnes décisions sur la base d'insights pertinents.

Comment les marketeurs peuvent-ils avoir une compréhension exhaustive de leurs clients et prospects, afin d'optimiser les dépenses et leurs budgets ? Pour commencer, ils accèdent à toutes leurs sources de données disparates pour disposer en temps réel d'une source unique d'informations sur les clients grâce à [Salesforce Genie](#), une représentation graphique générée à partir de milliards de points de données. Salesforce Genie dispose de connecteurs intégrés qui permettent d'accéder à des données issues de toutes les sources (mobile, Web, API), et même les données historiques dans des lacs propriétaires, afin de créer une vue exhaustive que vous pouvez personnaliser pour créer des workflows et effectuer des opérations analytiques.

Sur la base de cette vue d'ensemble générée avec Genie, Tableau et CRM Analytics permettent de démocratiser l'analytique. Vous pouvez transformer des insights en temps réel en décisions pour vos clients avec Tableau Genie, qui automatise l'analyse de toutes vos données, et favoriser la collaboration et la prise de décision à grande échelle sur la base de ces analyses en temps réel. Les insights s'appuyant sur l'IA avec [Tableau Genie](#) accélèrent l'accès aux insights de 29 %, pour vous permettre de prendre de meilleures décisions plus rapidement.

Pour accélérer la génération d'insights sur les campagnes et les audiences afin de prendre de meilleures décisions plus rapidement, vous pouvez utiliser un tableau de bord comme cette [visualisation Website Performance](#) par ChannelMix, qui facilite le reporting sur l'engagement, les activités et les performances du site Web. Il permet de découvrir comment le public interagit avec le contenu du site, ce qu'il télécharge, ou encore les événements qui génèrent le plus grand nombre de conversions.

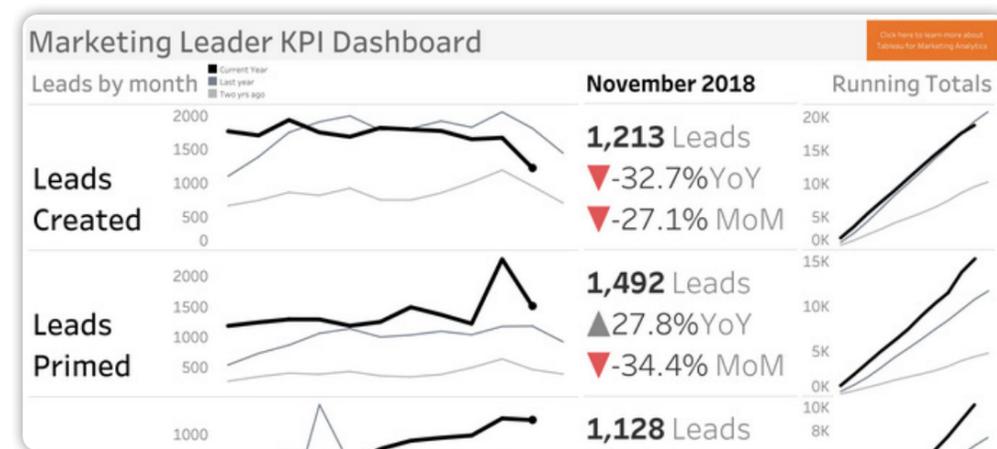


Le tableau de bord Website Performance donne aux marketeurs une vue d'ensemble des interactions du public avec le site Web, ce qu'il télécharge, ou encore les contenus générant le plus de conversions.

Explorer le tableau de bord →

Optimisez vos initiatives pour augmenter vos performances, vos leads et vos conversions

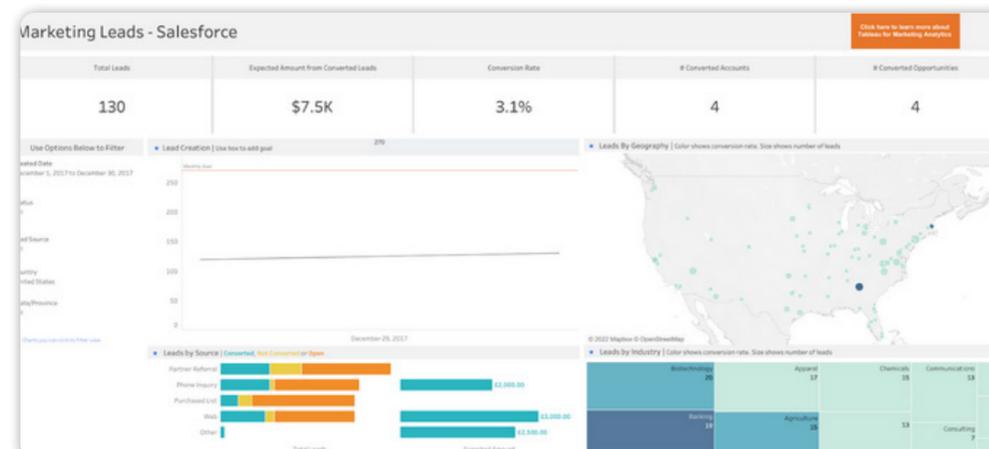
Les services marketing font aujourd'hui face à un nombre inédit de transformations, et se retrouvent de plus en plus sous pression pour prendre des décisions efficaces. Pour optimiser vos initiatives et réduire vos budgets afin de maximiser vos performances, votre pipeline et vos conversions, commencez par mettre en place et suivre des références et des KPI, qui vous permettront de gagner en efficacité. Développez une visualisation comme ce [tableau de bord Marketing Leader KPI](#). En centralisant toutes ces informations, les équipes pour produire rapidement un reporting sur la création, le suivi et la qualification de leads.



Le tableau de bord Marketing Leader KPI présente les leads créés, suivis et qualifiés.

[Explorer le tableau de bord →](#)

Afin de permettre à l'intégralité du service marketing de travailler sur la base d'une source unique d'informations, créez une connexion vers votre base source de données sur les leads et créez un tableau de bord comme [Marketing Leads - Salesforce](#), présentant le nombre total de leads, le taux de conversion, le pipeline attendu à partir de leads convertis, ainsi que les leads par source, zone géographique et secteur. Nous utilisons cette visualisation pour aider les marketeurs à comprendre la provenance des leads ou reproduire les réussites d'un canal dans d'autres canaux, et nous la connectons aux informations sur les comptes Salesforce.



Le tableau de bord Marketing Leads - Salesforce donne aux responsables marketing des informations sur le nombre total de leads, le taux de conversion, ou encore le pipeline attendu.

[Explorer le tableau de bord →](#)



Accélérateurs Tableau

Si vous ne vous sentez pas à l'aise avec vos données ou la conception d'un tableau de bord, aucun problème ! Les Accélérateurs Tableau permettent de développer des tableaux de bord marketing en quelques minutes à peine, en utilisant vos propres données, et sans coûts supplémentaires pour les clients de Tableau.

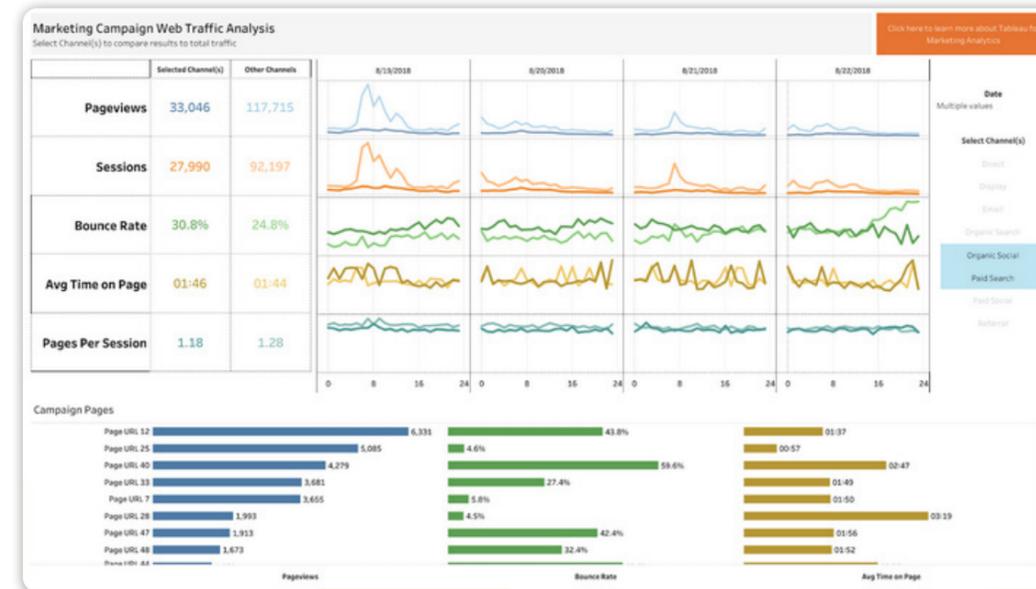
[Découvrir les Accélérateurs →](#)

Favorisez la collaboration pour décroisonner vos données et adapter vos initiatives à grande échelle

Si vous n'êtes pas en mesure de voir et explorer vos données par canal, vous ne disposez que d'une vue incomplète de vos performances, et passez à côté d'insights potentiels qui vous aideront à apporter des améliorations incrémentielles et à gagner en efficacité. Les cloisonnements constituent l'un des principaux obstacles pour les marketeurs, et le surmonter implique souvent de recourir aux équipes d'ingénierie pour qu'elles créent des connexions entre sources de données. Cette approche rend pratiquement impossible le reporting sur les KPI, l'analyse des performances des campagnes, ou encore la capacité à s'adapter rapidement ou réaffecter les budgets sur la base des données.

Comment les marketeurs peuvent-ils prendre les choses en main, décroisonner les données et déployer leurs initiatives à grande échelle ? Vous pouvez opter pour une solution analytique technologiquement neutre, qui permet de se connecter en toute sécurité à toutes vos données, et créer des visualisations puissantes et intuitives qui invitent les utilisateurs à explorer les données, où qu'elles soient stockées. Vous pouvez facilement partager ces visualisations avec toutes les équipes pour faciliter la collaboration, afin de garantir que chacun utilise la même source unique d'informations pour son reporting.

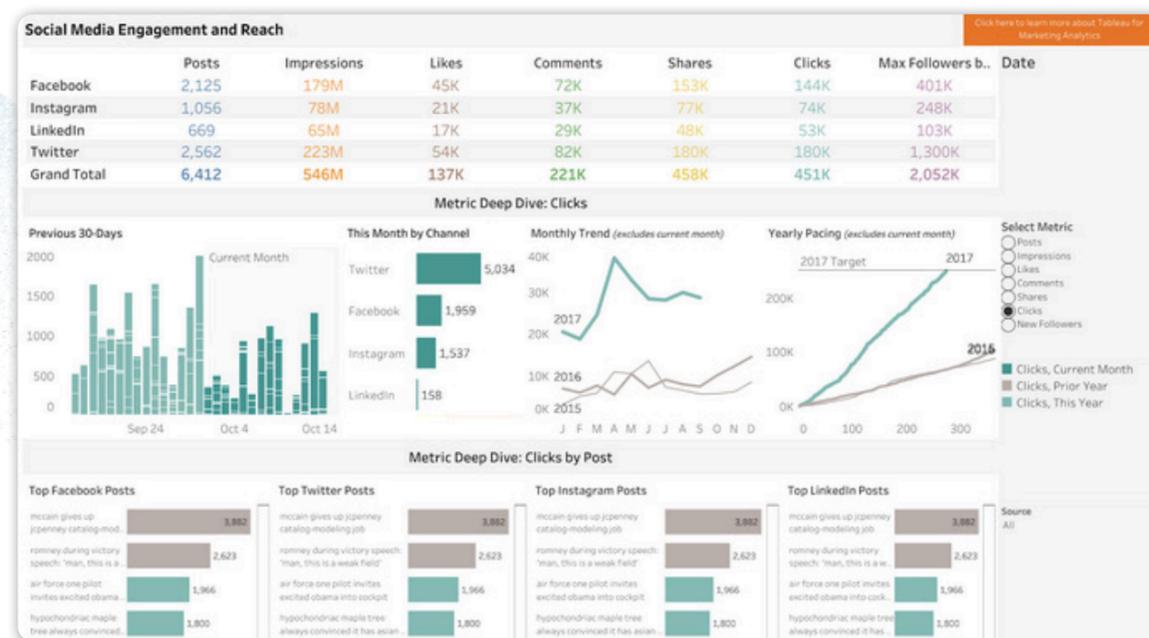
Le trafic Web constitue probablement l'un des principaux canaux pour vos campagnes, avec des KPI sur le temps passé sur les pages, le nombre de consultations, ou encore les sessions d'interaction. Il n'est pas difficile d'avoir une vue complète d'une source de trafic, mais un tableau de bord comme [Marketing Campaign Web Traffic Analysis](#) vous permet d'accéder à toutes les données sur votre trafic Web par source ou canal, comme le paid search, les recherches naturelles, le display, les e-mails, ou encore les réseaux sociaux organiques. Vous pouvez alors comparer les résultats par canal et par rapport au trafic total.



Le tableau de bord Marketing Campaign Web Traffic Analysis permet de comparer les résultats des canaux au trafic total.

[Explorer le tableau de bord →](#)

La comparaison des résultats sur l'ensemble des canaux sociaux peut poser des problèmes similaires, mais un tableau de bord comme [Social Media Engagement and Reach](#) vous permet de voir et comparer facilement les publications, impressions, likes, commentaires, et partages, ainsi que la croissance du nombre de followers pour tous vos canaux sociaux. En quelques clics, vous pouvez explorer par canal ou publication individuelle, suivre les tendances d'un mois ou d'une année sur l'autre.



Le tableau de bord Social Media Engagement and Reach permet de suivre facilement les performances et de comparer les tendances de vos canaux sociaux.

[Explorer le tableau de bord →](#)



Vus souhaitez découvrir d'autres tableaux de bord analytiques ? Rendez-vous sur [Tableau Public](#) pour découvrir des tableaux de bord permettant de suivre [les performances des e-mails](#), [les campagnes digitales](#), ou encore [les activités marketing par zone géographique](#).

[C'est parti →](#)

Témoignages clients | Comment les équipes marketing utilisent Tableau

Découvrez comment les équipes marketing **accélèrent la génération d'insights, facilitent la collaboration et maximisent leurs initiatives avec Tableau.**



Oneflare tire parti d'une source unique d'informations pour augmenter le CA des ventes de 270 %

Oneflare est une start-up australienne qui permet aux particuliers de trouver facilement des professionnels dans différents domaines, comme des plombiers, des électriciens, ou encore des toiletteurs pour animaux ou des décorateurs d'intérieur. L'équipe des ventes de Oneflare utilise Tableau pour combiner des données issues de sources différentes, dans une vue ludique. Cette approche a débouché sur une concurrence saine entre les commerciaux, et a conduit à une augmentation de 81 % du volume des ventes par commercial et une augmentation de 270 % du CA.

Les performances des opérations marketing de Oneflare ont également augmenté, grâce à la possibilité d'explorer les campagnes précédentes pour comprendre quelles améliorations apporter. L'équipe marketing peut par exemple voir aujourd'hui quels canaux sont les plus efficaces pour la promotion de différentes catégories sur le site Oneflare, et pour optimiser les opérations marketing pour les moteurs de recherche.

Les visualisations Tableau ont joué un rôle essentiel dans la consolidation de canaux multiples et la génération d'insights pertinents, et permet aux équipes de gagner en efficacité et en productivité. Désormais, quelques minutes suffisent pour voir les performances des campagnes individuelles, ce qui permet de réduire les délais de reporting de huit heures par semaine. Oneflare utilise également Tableau pour générer des insights permettant de rationaliser le parcours client et réduire au minimum les pertes d'intérêt potentielles.

[Lire le témoignage →](#)



Quandoo booste ses ventes et la satisfaction client grâce à Tableau

Quandoo est une plate-forme de réservation de tables qui connaît une croissance rapide. Fondée en 2012 à Berlin, Quandoo génère une communauté de plus de 240 millions d'utilisateurs, et 18 000 restaurants partenaires dans 12 pays. Son équipe BI doit gérer une multitude de questions métier au quotidien, générant des goulets d'étranglement qui faisaient perdre aux employés un temps précieux.

Tableau a changé la donne et permet à l'équipe BI de gérer facilement l'analytique visuelle en la connectant aux différentes sources de données. En intégrant la gestion des accès et de la sécurité, Tableau lui permet de conserver un certain contrôle, tout en autorisant les employés à explorer les données selon leurs besoins.

La plate-forme analytique contribue à l'amélioration des applications et autres plates-formes de Quandoo. Les modifications apportées aux applications, comme les transformations appliquées au texte, à la taille des images ou aux couleurs, ou encore le changement de structure pour les menus et la navigation, ont des conséquences importantes sur les réactions des clients et les taux de conversion.

En utilisant Tableau pour analyser les résultats de nombreux tests A/B, Quandoo peut identifier et déployer les solutions les plus efficaces afin de garantir la satisfaction client. En évaluant les dépenses publicitaires pour les campagnes en ligne, Quandoo peut également améliorer les ROI, faire des économies et affecter les budgets aux campagnes les plus efficaces.

[Lire le témoignage →](#)



HelloFresh optimise ses campagnes marketing et ses taux de conversion avec Tableau

Autrefois, HelloFresh analysait les données dans Excel, en important des données de Google Analytics et de diverses bases de données de production MySQL. En raison de la nature agile des tâches de l'équipe marketing, ces données devaient sans cesse être téléchargées, agrégées et analysées pour disposer de résultats à jour. Chaque jour, la création des rapports de performances hebdomadaires et quotidiens nécessitait entre une et quatre heures de travail manuel, et ce pour chacune des dix régions dans lesquelles HelloFresh est implanté. Et bien souvent, ce processus ne fournissait même pas les insights recherchés.

HelloFresh a déployé la plate-forme Tableau pour centraliser le reporting de ses performances mondiales, ce qui lui a permis d'économiser 10 à 20 heures-personnes par jour et de fournir à ses équipes régionales de vente et de marketing des données en temps réel pour optimiser la prise de décision. L'équipe marketing de HelloFresh peut ainsi identifier les tendances dans le comportement de ses clients, s'adapter face aux changements et optimiser ses campagnes marketing à la volée, pour de meilleurs taux de conversion et une fidélisation accrue.

[Lire le témoignage →](#)



Prenez les bonnes décisions sur la base de vos données marketing grâce à Tableau

Tableau transforme la manière dont les équipes marketing voient et comprennent leurs données pour prendre des décisions en conséquence. En intégrant et centralisant toutes les données dont elles ont besoin, elles peuvent générer des insights plus rapidement, optimiser leurs initiatives et faciliter la collaboration, grâce à une analytique puissante et intuitive. Tableau place les données au cœur de toutes les initiatives métier, ce qui est essentiel pour relever les défis dans un contexte incertain. Si vous souhaitez vous aussi tirer parti de vos données pour booster vos performances et gagner en efficacité dans vos campagnes, générer des insights de qualité pour la prise de décision et décloisonner vos données pour favoriser la collaboration, testez Tableau pour vos opérations marketing.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur notre page [de solutions Tableau pour l'analytique marketing](#)

Téléchargez nos [Accélérateurs gratuits pour le marketing](#)

Découvrez les [tableaux de bord marketing de la communauté Tableau](#)

Participez aux [forums de la Communauté Tableau pour le marketing](#)





Tableau aide les utilisateurs à voir et comprendre leurs données. Tableau propose une analytique visuelle s'appuyant sur une IA puissante, en renforçant la gestion des données et la collaboration. Des utilisateurs individuels aux plus grandes entreprises, tout le monde adore utiliser l'analytique puissante de Tableau pour prendre des décisions data-driven qui marquent les esprits.

Tableau s'intègre également à Salesforce Customer 360, une plate-forme CRM qui donne aux entreprises une vue d'ensemble des clients, afin de permettre à chaque service d'accéder à des fonctionnalités analytiques puissantes, exhaustives et intuitives directement dans leurs workflows. En plaçant les données client au cœur de vos activités, vous pouvez resserrer les liens avec vos clients et vos employés.