

Documentation IBM AdTarget



Table des matières

Documentation IBM AdTarget.....	1
AdTarget - Présentation.....	1
Confidentialité et accord sauf avis contraire du consommateur.....	1
Fonctions principales d'AdTarget.....	2
Documentation complémentaire de la solution.....	3
Configuration requise du système.....	3
Conditions liées à l'utilisation de l'application.....	4
Mise à disposition de l'application.....	4
Administration des utilisateurs.....	4
Accès à l'application.....	5
AdTarget	5
Présentation de l'application.....	5
Menu Rapports.....	6
Rapport Performances de campagne.....	6
Rapport Zoom sur les campagnes.....	6
Menu Intégrer.....	8
Syndication d'événements de transaction.....	8
Syndication de segment d'audience.....	10
Notification par e-mail.....	13
Etat du partenaire.....	13
Menu Gérer.....	14
Syndications de partenaires.....	14
Segments.....	14
Annotations.....	14
Partenaires du réseau AdTarget.....	14
Futurs partenaires AdTarget.....	15
Certification de partenaire.....	15
Configuration de la syndication des données de production.....	16
Reciblage de l'application IBM Digital Analytics.....	20
AdTarget - FAQ.....	25
Autres informations de contact.....	28
Support technique.....	29
Marques.....	32
Dispositions applicables à la documentation du produit.....	32
Remarque sur les règles de confidentialité.....	32

Documentation IBM AdTarget

Bienvenue dans la documentation IBM® AdTarget. Vous y trouverez des informations sur l'administration et l'utilisation d'IBM AdTarget.

Mise en route

Présentation du produit

AdTarget regroupe une plateforme de syndication des données et une application de marketing en ligne permettant de personnaliser et d'optimiser les campagnes publicitaires sous forme de bannières.

Configuration requise du système

Pour exécuter les produits IBM Digital Analytics, vous devez utiliser des versions spécifiques de logiciels et de navigateurs et disposer d'une quantité suffisante de mémoire.

Caractéristiques essentielles

AdTarget utilise la syndication des données en mode intelligent, le déploiement et l'intégration rapides, la segmentation puissante et la portée augmentée. Ces fonctions vous permettent de formuler et gérer une campagne pertinente pour votre audience et vos visiteurs.

Tâches courantes

Utilisation du menu Rapports

AdTarget offre des rapports natifs grâce auxquels vos responsables du marketing par bannières publicitaires pourront juger rapidement de l'efficacité des différentes campagnes.

Utilisation du menu Intégration

Le menu Intégrer d'AdTarget donne accès à la console de configuration de la syndication des données avec différents partenaires du réseau AdTarget.

Gestion des menus

Le menu Gérer d'AdTarget vous permet de surveiller les syndications de données de votre partenaire, de gérer vos segments de public AdTarget et de gérer les annotations créées au sein des rapports natifs AdTarget.

Meilleures pratiques

Foire aux questions

Cette rubrique contient les réponses aux questions les plus fréquemment posées au sujet d'AdTarget.

AdTarget - Présentation

AdTarget regroupe une plateforme de syndication des données et une application de marketing en ligne permettant de personnaliser et d'optimiser les campagnes publicitaires sous forme de bannières.

AdTarget utilise les profils de visiteurs étendus et les activités de visiteurs granulaires qui sont capturés par Digital Analytics pour alimenter les niveaux plus élevés de pertinence des bannières publicitaires et accroître la réacquisition du visiteur.

Confidentialité et accord sauf avis contraire du consommateur

Digital Analytics collecte ou reçoit des informations des visiteurs de la part de votre organisation mais n'est pas propriétaire des informations collectées. Votre entreprise désigne le type de données qu'elle souhaite collecter ou recevoir pour son compte.

Les données collectées incluent, de manière non exhaustive, le référant de moteur de recherche, les référents affiliés, le trafic généré par des bannières publicitaires ou d'autres promotions, la navigation des visiteurs sur le site, les pages populaires, les articles mis dans le panier ou abandonnés dans le panier, les conversions et les achats complétés. Dans chaque contrat de client, il est convenu que Digital Analytics n'utilisera aucune donnée collectée ou reçue au nom du client sauf en cas de nécessité pour fournir des

services à ce client. Toutes les informations concernant les visiteurs individuels d'un site Web appartiennent au client et non à Digital Analytics. Digital Analytics ne permet pas à un client d'accéder aux informations individuelles collectées pour un autre client Digital Analytics.

À cette fin, AdTarget syndique les informations d'activité des visiteurs et de segmentation uniquement aux partenaires réseau que vous avez spécifiquement activés et autorisés à l'aide de l'interface d'AdTarget. De plus, AdTarget syndique uniquement les transactions et événements de données que vous avez spécifiquement configurés pour chaque partenaire à l'aide d'AdTarget. Votre organisation conserve toujours le contrôle direct des partenaires qui sont autorisés à tout moment et de la nature exacte des données qui leur sont syndiquées. Il en va de la responsabilité de votre organisation d'établir une politique de confidentialité claire pour les clients visitant votre site. Votre organisation pouvant modifier sa politique de confidentialité à tout moment sans le consentement ou la surveillance de Digital Analytics, nous comptons sur votre communication concernant la divulgation des pratiques en matière de collecte et d'utilisation des données auprès des visiteurs et des clients de votre site. Digital Analytics ne détermine pas et n'est pas responsable de l'utilisation des données de comportement syndiquées faite par AdTarget.

AdTarget vous permet de maintenir le niveau de confiance pour lequel votre organisation a travaillé sans relâche et d'entretenir la confiance des visiteurs et des clients de votre site. Quel que soit le type de solution de cookie d'exclusion que votre organisation a déployé avec Digital Analytics (par exemple, Client Delegated First Party, Third Party ou Client Managed First Party JavaScript), si un visiteur du site a exclu la collecte des données Digital Analytics sur votre site, cette exclusion s'applique également à la syndication des données AdTarget. Plus précisément, aucune donnée d'activité sur votre site des visiteurs qui choisissent l'anonymat pour le suivi Digital Analytics (c'est-à-dire ceux qui ont défini un cookie d'exclusion de Digital Analytics) ne sera syndiquée vers des organisations partenaires que vous avez activées à l'aide d'AdTarget. Les visiteurs pourront exclure le suivi et la syndication des données de la même manière qu'ils se sont exclus du suivi d'analyse. La syndication AdTarget de transactions de segment et d'événement est basée sur un fichier de règles (rules.js) défini sur un serveur Digital Analytics et téléchargé à chaque session de navigation du client. Si le serveur Digital Analytics détecte un cookie d'exclusion envoyé avec un cookie interne d'exclusion délégué par un client ou un cookie d'exclusion tiers, le serveur envoie alors un fichier rules.js vide qui garantit que la syndication des données AdTarget est supprimée pour ce visiteur. Si votre organisation utilise une implémentation JavaScript interne gérée, le système recherchera un cookie d'exclusion dans le domaine de votre organisation et, s'il en trouve un, supprimera la syndication des données AdTarget.

Fonctions principales d'AdTarget

AdTarget utilise la syndication des données en mode intelligent, le déploiement et l'intégration rapides, la segmentation puissante et la portée augmentée. Ces fonctions vous permettent de formuler et gérer une campagne pertinente pour votre audience et vos visiteurs.

Syndication des données en mode intelligent :

AdTarget, associé à l'API IBM Digital Analytics, vous permet d'exploiter votre implémentation de balises Digital Analytics existante pour syndiquer les événements de données et les segments d'audience vers différentes organisations partenaires du réseau AdTarget. Vous conservez le contrôle sur les sociétés de ciblage comportemental avec lesquelles vous souhaitez travailler et sur les types d'informations de visiteurs dont vous voulez que les partenaires se servent pour les campagnes publicitaires.

Déploiement et intégration rapides :

Aucune balise de site supplémentaire de Digital Analytics ou de votre partenaire n'est requise avec AdTarget. Seule une mise à jour de vos bibliothèques de balises Digital Analytics est nécessaire. La solution API AdTarget et Digital Analytics utilise votre déploiement de balisage de site Digital Analytics existant. Avec cette solution, une approbation préalable n'est plus requise pour déployer des balises tierces supplémentaires sur des pages de site.

Segmentation puissante :

AdTarget fournit un ensemble puissant d'outils de définition de la segmentation de l'audience. Vous pouvez syndiquer des données de niveau événement de balise précises vers vos partenaires. Vous pouvez également définir des segments de visiteurs spécifiques à vos propres besoins et initiatives de

bannières publicitaires. AdTarget et l'API Digital Analytics évaluent les règles de segmentation d'audience que vous activez en temps réel avec un partenaire alors qu'un visiteur interagit avec votre site Web. Lorsque les critères pour un segment de visiteurs sont remplis, ces informations sont immédiatement transmises à vos partenaires pour qu'ils puissent proposer à vos visiteurs des messages publicitaires appropriés.

Portée augmentée :

AdTarget vous permet de placer rapidement des publicités appropriées envers des audiences plus grandes et mieux segmentées en gérant simultanément plusieurs partenaires du réseau AdTarget. Il n'y a pas de frais supplémentaires pour l'activation de la syndication des données via AdTarget avec plusieurs organisations partenaires.

Documentation complémentaire de la solution

Outre le présent guide d'utilisation, d'autres documents contenant des informations supplémentaires sur AdTarget sont disponibles.

AdTarget Datasheet

Ce document contient une rapide présentation de deux pages de la proposition de valeur d'AdTarget.

AdTarget Release Notes

Les informations relatives aux nouvelles fonctionnalités qui sont généralement mises à la disposition des détenteurs de licence pour AdTarget sont incluses dans les notes sur l'édition pour chaque édition de version principale de l'application.

AdTarget Testing Guide

IBM Digital Analytics prépare un document intitulé AdTarget Library and Data Syndication Testing Guide destiné à permettre à l'utilisateur de s'assurer que les intégrations sont effectivement implémentées.

Tous les documents précédents sont disponibles sur <http://support.coremetrics.com/> (effectuez une recherche sur AdTarget pour obtenir les liens vers cette documentation de la solution AdTarget et d'autres documentations la concernant).



Avertissement : La syndication des données à l'aide d'AdTarget intègre du code et/ou des cookies de partenaires approuvés du réseau au navigateur de chaque visiteur du site. Par conséquent, vous devez impérativement réaliser un test complet avant de placer une syndication à l'état **ACTIF**. Pour simplifier cette tâche, Digital Analytics fournit un état de test appelé **ACTIF_EN_MODE_TEST** par lequel toutes les syndications AdTarget doivent passer.

Seul le client Digital Analytics peut faire passer la syndication des données d'un partenaire à l'état **ACTIF**. Le client garantit donc en dernière instance l'absence de problèmes ou de conflits entre la fonctionnalité du site Web et le code de syndication du partenaire AdTarget.

Le document AdTarget Testing Guide décrit en détail les étapes requises pour tester les syndications à l'état **ACTIF_EN_MODE_TEST**.

Configuration requise du système

Pour exécuter les produits IBM Digital Analytics, vous devez utiliser des versions spécifiques de logiciels et de navigateurs et disposer d'une quantité suffisante de mémoire.

Vérifiez que les conditions suivantes sont respectées sur votre système :

- Logiciels : Adobe Flash Player, V10 ou V11
- Navigateurs : Microsoft Internet Explorer, version 9 ou ultérieure. Mozilla Firefox, version 29 ou ultérieure. Chrome, version 34 ou ultérieure.
- Mémoire vive : 1 Go ou plus

Conditions liées à l'utilisation de l'application

Pour simplifier la syndication des données directement depuis votre site Web vers les partenaires du réseau AdTarget, vous devez mettre à jour les bibliothèques de balises Digital Analytics pour votre site.

L'organisation des services d'implémentation de Digital Analytics fournit l'assistance nécessaire concernant les mises à jour requises. Les mises à jour de bibliothèques requises incluent notamment les éléments suivants :

- Un fichier `eluminate.js` mis à jour est fourni. Ce fichier doit être mis à jour sur le site de votre organisation. La mise à jour contient le code supplémentaire nécessaire pour envoyer les données Digital Analytics aux partenaires AdTarget sélectionnés.
- Les ID client pour lesquels des données AdTarget sont envoyées aux partenaires sélectionnés doivent être spécifiés. Vous pouvez spécifier les données en mettant à jour le fichier `cmdatatagutills.js` ou en ajoutant une ligne de code JavaScript au code Digital Analytics sur chaque page. Si un nouveau fichier `cmdatatagutills.js` est utilisé, le fichier mis à jour (fourni par Digital Analytics) doit être hébergé sur le site opérationnel.

Pour obtenir des informations détaillées sur les conditions de mise à jour de la bibliothèque de balises pour AdTarget qui se rapportent spécifiquement à l'implémentation Digital Analytics de votre organisation, contactez votre représentant de compte Digital Analytics.

Remarque : La fonctionnalité de syndication des données d'AdTarget est inopérante tant que les modifications ne sont pas apportées à la bibliothèque de balises et que les fichiers mis à jour ne sont pas actifs sur vos sites.

Mise à disposition de l'application

Lorsque votre organisation a contracté une licence AdTarget avec Digital Analytics, AdTarget est activé par les services de mise à disposition de Digital Analytics pour les identifiants client inclus dans votre contrat de licence.

L'application AdTarget est activée par défaut pour les comptes utilisateur membres de votre groupe d'utilisateurs Administrateurs. Si les comptes utilisateur se trouvant dans d'autres groupes nécessitent l'accès à AdTarget, activez l'application pour les groupes d'utilisateurs subséquents.

Administration des utilisateurs

AdTarget peut prendre en charge des groupes d'utilisateurs. Pour activer des groupes d'utilisateurs supplémentaires, un administrateur de votre organisation doit se connecter à IBM Digital Analytics et effectuer la procédure décrite ci-après.

Procédure

1. Accédez à **Admin**.
2. Cliquez sur le lien **Gérer les groupes**.
3. Choisissez l'option **Créer** ou **Editer** pour le groupe d'utilisateurs.
4. Cochez la case **AdTarget** pour activer des groupes d'utilisateurs.

Accès à l'application

Vous pouvez accéder à AdTarget en utilisant l'une des deux méthodes décrites ci-après.

Procédure

1. Utiliser Digital Analytics : connectez-vous à Digital Analytics et sélectionnez l'option AdTarget dans le menu de navigation globale.
2. Utiliser l'authentification directe : entrez <http://adtarget.coremetrics.com> dans un navigateur Web pris en charge. L'écran de connexion AdTarget apparaît. Entrez votre identifiant client, votre nom d'utilisateur et votre mot de passe pour vous authentifier directement dans l'application.

AdTarget

Présentation de l'application

Utilisez IBM AdTarget pour conserver un contrôle direct sur votre niveau de syndication des données avec des partenaires, créer et déployer des mécanismes de segmentation d'audience et évaluer l'efficacité de vos campagnes publicitaires. L'interface utilisateur d'AdTarget comporte trois onglets ou zones fonctionnelles :

- Rapport
 - Visualisez les campagnes publicitaires qui sont efficaces et celles qui n'atteignent pas les objectifs fixés.
 - Visualisez la portée de vos campagnes qui sont exécutées par vos différents partenaires.

Dans l'onglet **Rapport** d'AdTarget, les rapports de campagne permettent aux responsables marketing de votre campagne publicitaire de suivre les performances des programmes de publicité hors site que vous avez lancés. Les rapports de performances d'AdTarget fournissent des indicateurs récapitulatifs pour vos programmes et vous dirigent vers des zones que vous souhaitez peut-être analyser davantage. Les performances d'attribution de clic peuvent être analysées en détail à l'aide du rapport Programmes marketing Digital Analytics. La solution Impression Attribution offre la possibilité d'attribuer des conversions aux impressions publicitaires hors site au sein d' IBM Digital Analytics Explore.

- Intégrer
 - Vous pouvez travailler avec plusieurs partenaires et envoyer à chacun d'eux un type différent de données comportementales spécifiques aux types de programmes publicitaires.
 - Vous spécifiez directement les segments d'audience en fonction de l'activité en temps réel des visiteurs sur votre site à des fins de reciblage ou de réacquisition.
 - Vous gardez le contrôle total des données d'activité du site de votre organisation et des tierces parties avec lesquelles vous souhaitez partager des données.

Dans l'onglet **Intégrer** d'AdTarget, vous contrôlez les partenaires du réseau AdTarget avec lesquels vous souhaitez travailler et le niveau spécifique de syndication des données que vous souhaitez activer pour chaque partenaire. Sélectionnez les partenaires avec lesquels vous souhaitez travailler et les types de données que ces organisations doivent utiliser dans les campagnes publicitaires qu'elles exécutent. Depuis la page **Intégrer**, vous gardez le contrôle total de la syndication des données de l'organisation par le biais de l'API Digital Analytics. Vous pouvez modifier à tout moment les données à syndiquer que vous spécifiez. Vous pouvez également désactiver complètement la syndication des données avec un partenaire activé précédemment. Il n'y a aucune fiche de demande de travail à remplir avec Digital Analytics ou vos organisations partenaires car vous gérez vous-même la syndication des données via AdTarget.

- Gérer
 - Visualisez les segments d'audience créés par les responsables marketing publicitaire.
 - Affichez l'état la syndication des données avec vos partenaires AdTarget.

Dans l'onglet **Gérer** d'AdTarget, vous pouvez consulter l'état actuel de vos syndications de partenaires. L'API Digital Analytics gère les demandes entre votre organisation et un partenaire spécifique.

L'application AdTarget fournit l'état (tel que actif ou requête en attente) de l'organisation de votre partenaire. Utilisez l'onglet **Gérer** pour examiner tous les segments de visiteurs créés dans AdTarget pour être utilisés spécifiquement dans le cadre des campagnes publicitaires.

Menu Rapports

AdTarget offre des rapports natifs grâce auxquels vos responsables du marketing par bannières publicitaires pourront juger rapidement de l'efficacité des différentes campagnes.

AdTarget fournit deux rapports standard.

1. Rapport Performances de campagne
2. Rapport Zoom sur les campagnes

Rapport Performances de campagne

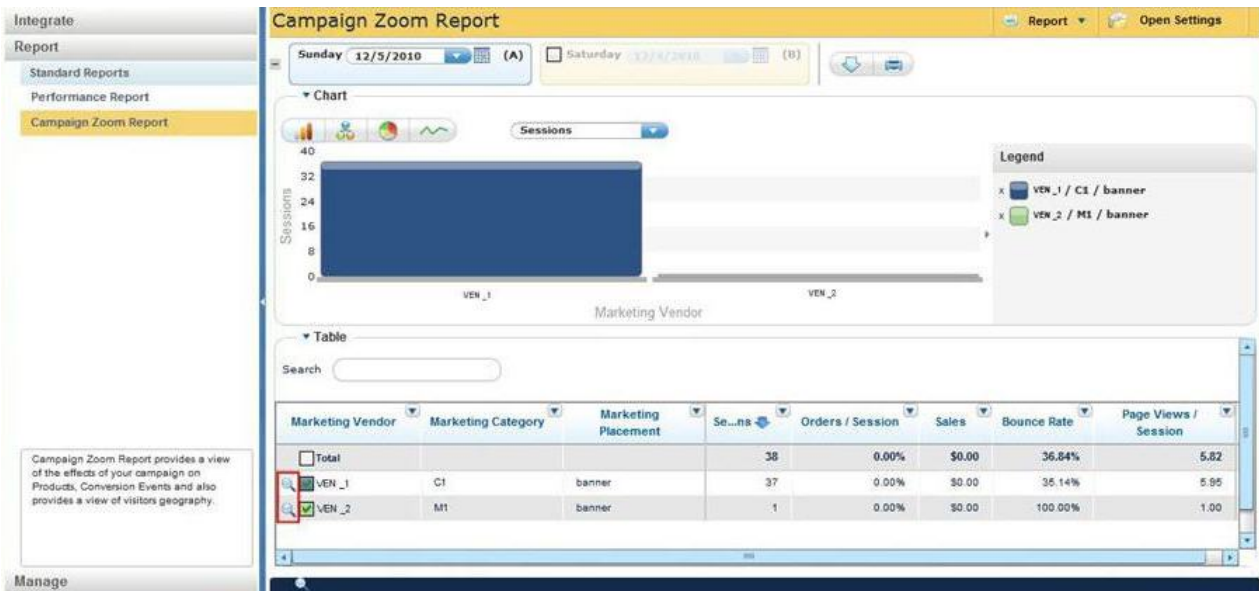
Le rapport Performances de campagne d'AdTarget fournit une vue d'ensemble des performances de vos campagnes publicitaires.

Il s'agit d'un rapport de liste à plat dans lequel le fournisseur, la catégorie, le placement et l'article marketing (codes MMC pour vos liens de campagnes publicitaires) sont préconfigurés en tant que colonnes d'affichage. Certains indicateurs clés de performance, tels que Sessions, Taux de rebond et Ventes, sont fournis pour analyse. Toutes les fonctions de rapport standard permettant la sélection de plages de dates, l'affichage d'un graphique des tendances, l'annotation d'un rapport, etc., sont également fournies.

Rapport Zoom sur les campagnes

Le rapport AdTarget intitulé Zoom sur les campagnes offre une vue d'ensemble des effets de votre campagne sur les produits et événements de conversion ainsi que sur la répartition géographique des visiteurs.

Le rapport Zoom sur les campagnes est un rapport de liste à plat auquel trois rapports de zoom relationnel sont appliqués. Le premier zoom relationnel se concentre sur les ventes de produits associées à un code de campagne. Le deuxième zoom relationnel donne des détails concernant les événements associés à un code de campagne spécifié. Le troisième zoom offre une analyse de la ville, du pays et de l'état pour vos campagnes publicitaires. Vous pouvez basculer entre les rapports de zoom relationnel en utilisant le menu déroulant situé dans le coin supérieur gauche du rapport Zoom.



Pour que les rapports AdTarget d'origine soient correctement remplis avec les données de la campagne publicitaire, vous devez inclure un code AdTarget dans les paramètres MMC. Les rapports AdTarget incluent des données pour toute session MMC où un préfixe at_ est compris dans le paramètre *Placement* de votre code de suivi MMC. Les codes MMC de Digital Analytics correspondent à une hiérarchie de quatre catégories. Vous pouvez utiliser ces catégories pour organiser vos analyses de campagne marketing :

<Fournisseur><Catégorie><Placement>et<Article>

Si le préfixe at_ n'est pas présent dans le paramètre *Placement* d'une URL de bannière publicitaire, le trafic visiteur n'est pas inclus dans les rapports AdTarget. Cependant, ce trafic continue d'être inclus dans le rapport standard de programmes marketing de Digital Analytics.

Exemple de code MMC/CGM :

http://www.Clientsite.com/...&cm_mmc=Vendor-_-Category-_-at_Placement-_-Item

Remarque : Une analyse détaillée de l'attribution par clic et des performances globales de la campagne est proposée dans vos services standard Digital Analytics. Vous pouvez utiliser le rapport de programmes marketing pour une analyse détaillée d'attribution de clic et pour établir les performances relatives d'une campagne publicitaire à une autre. En outre, vous pouvez évaluer l'efficacité de votre canal de bannières publicitaires comparé à d'autres initiatives de marketing payé telles que les courriers électroniques et la recherche.

L'exploration personnalisée des données est fournie dans Digital Analytics Explore pour les clients qui possèdent la licence pour cette solution.

En outre, vous pouvez obtenir la licence du module Impression Attribution pour suivre l'efficacité de la conversion sur site des impressions publicitaires hors site. Les rapports Impression Attribution sont fournis dans Digital Analytics Explore.

Pour plus d'informations sur Impression Attribution, contactez votre représentant de compte Digital Analytics ou consultez la documentation fournie sur le site <http://support.coremetrics.com/> (effectuez une recherche sur IBM Digital Analytics Impression Attribution).

Menu Intégrer

Le menu Intégrer d'AdTarget donne accès à la console de configuration de la syndication des données avec différents partenaires du réseau AdTarget.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La requête d'activation de la syndication des données avec un partenaire sélectionné se fait en trois étapes.

Procédure

1. Sélection d'un partenaire du réseau AdTarget

L'interface utilisateur intuitive glisser-déposer d'AdTarget facilite l'activation du partenaire.

Sélectionnez le partenaire de ciblage publicitaire avec lequel vous souhaitez travailler à partir de la liste des partenaires fournie dans le cadre de gauche et glissez-le dans le cadre de droite.

2. Spécifier le type de données à syndiquer.

Sélectionnez les types d'événement de syndication des données ainsi que tout segment d'audience standard ou personnalisé que vous souhaitez transmettre au partenaire sélectionné. AdTarget propose des segments conformes aux meilleures pratiques ainsi qu'une interface utilisateur complète à spécification de segments pour définir vos propres segments personnalisés. Vous pouvez sélectionner jusqu'à 10 segments à syndiquer par partenaire actif.

3. Demander l'activation de la syndication des données

Une fois la syndication des données avec un partenaire activée, vous pouvez modifier la configuration de cette syndication des données à tout moment. Pour ce faire, accédez à l'onglet Intégrer et cliquez sur l'icône du partenaire dont vous souhaitez éditer la syndication des données. L'onglet Intégrer met à jour les sélections actuelles de syndication des données pour ce partenaire. Vous pouvez ajouter ou supprimer des segments et des événements de transaction, puis enregistrer les modifications que vous avez apportées à la configuration. Votre partenaire sera averti des modifications apportées à la configuration de la syndication des données. Si vous avez défini des services de notification par e-mail, les utilisateurs spécifiés recevront une notification par e-mail de la part de Digital Analytics au sujet des modifications.

Que faire ensuite

Une fois la syndication des données avec un partenaire activée, vous pouvez modifier la configuration de cette syndication des données à tout moment. Pour ce faire, accédez à l'onglet Intégrer et cliquez sur l'icône du partenaire dont vous souhaitez éditer la syndication des données. L'onglet Intégrer met à jour les sélections actuelles de syndication des données pour ce partenaire. Vous pouvez ajouter ou supprimer des segments et des événements de transaction, puis enregistrer les modifications que vous avez apportées à la configuration. Votre partenaire sera averti des modifications apportées à la configuration de la syndication des données et, si vous avez défini des services de notification par e-mail, les utilisateurs spécifiés recevront une notification par e-mail de la part de Digital Analytics au sujet des modifications.

Remarque : L'enregistrement de la configuration d'une syndication des données pour un partenaire soumet une demande à ce partenaire pour activer (ou approuver) la requête de syndication des données de votre organisation. Les données ne seront pas syndiquées depuis votre site avant que le partenaire n'approuve votre demande. Pour plus d'informations sur les types spécifiques de syndication de données que vous pouvez lancer avec AdTarget, voir la section "Configuration de la syndication des données de production" dans le présent guide d'utilisation.

Syndication d'événements de transaction

AdTarget élimine la nécessité de déployer d'autres balises de site tiers pour les partenaires du réseau publicitaire car la solution vous permet de sélectionner les types de balises spécifiques ou des événements de transaction de visiteurs du site que vous souhaitez syndiquer vers un partenaire pour être utilisés dans une campagne ciblée de bannières publicitaires.

Sept événements de transaction sont pris en charge par AdTarget.

Select Transaction Events to Syndicate ?

- Page Views
- Product Views
- Product Carted Events
- Product Purchased Events
- Order Placed Events
- Search Events (Onsite or Natural Searches)
- Conversion Events

Événements (vues de page)

Les événements de vue de page sont envoyés lorsqu'une page clairement marquée de votre site est consultée par un visiteur. L'événement de vue de page envoie l'ID, le nom et la catégorie à votre partenaire, ainsi que tout attribut de page facultatif dont vous avez configuré la capture dans vos balises de vue de page de Digital Analytics.

Événements (produits consultés)

Les événements de produits consultés sont envoyés lorsqu'une page de produit clairement marquée de votre site est consultée par un visiteur. L'événement de vue de produit envoie l'ID, le nom et la catégorie du produit à votre partenaire, ainsi que tout attribut de produit facultatif dont vous avez configuré la capture dans vos balises de vue de produit de Digital Analytics.

Événements (produits mis dans le panier)

Les événements de produits mis dans le panier sont envoyés lorsqu'un article individuel est ajouté par un visiteur à un panier sur votre site. L'événement de produit mis dans le panier envoie l'ID, le nom, la catégorie, la quantité et le prix du produit à votre partenaire, ainsi que tout attribut de produit facultatif dont vous avez configuré la capture dans vos balises d'achat de Digital Analytics.

Événements (produits achetés)

Les événements de produits achetés sont envoyés lorsqu'un visiteur termine une transaction pour un article individuel sur votre site. L'événement de produit acheté envoie l'ID, le nom, la catégorie, la quantité, le numéro de commande, le prix total de la commande et le prix de base à votre partenaire, ainsi que tout attribut de produit facultatif dont vous avez configuré la capture dans vos balises d'achat Digital Analytics.

Événements (commandes passées)

Les événements de commandes passées sont envoyés lorsque vous complétez une transaction de visiteur et générez un numéro d'identification de commande pour la transaction. L'événement de commande passée envoie le numéro de commande, la valeur totale de la commande, la ville du client, son état et son code postal à votre partenaire, ainsi que tout attribut de commande facultatif dont vous avez configuré la capture dans vos balises de commande Digital Analytics.

Événements (recherche sur site ou naturelle)

Les événements de recherche sur site ou de recherche naturelle sont transmis lorsqu'un visiteur arrive sur votre site en utilisant un moteur de recherche majeur ou lorsqu'il exécute une recherche sur votre site au cours d'une visite. L'événement de recherche envoie un code à votre partenaire pour indiquer si la recherche était une recherche sur site ou une recherche générée par un des principaux moteurs de recherche (Google, Yahoo!, MSN ou AOL). L'événement de recherche envoie également le terme de recherche, le nombre de résultats de recherche (seulement s'il s'agit d'une recherche sur le site) et un paramètre indiquant si la recherche hors site vient d'un lien de recherche payante ou naturelle.

Événements de conversion

Les événements de conversion sont utilisés pour identifier les conversions du site non liées au commerce telles que le téléchargement de documentation, la lecture d'un article, le visionnage de vidéos et ainsi de suite. L'événement de conversion envoie l'ID événement, la catégorie, le type d'action (1 - commencé et 2 - terminé) et des points d'événement à votre partenaire, ainsi que tout

attribut de page facultatif dont vous avez configuré la capture dans vos balises d'événement de conversion de Digital Analytics.

Avec AdTarget, vous gardez un contrôle direct sur les événements de transaction que vous souhaitez partager avec vos partenaires. Les cases à cocher en regard de chaque type d'événement indiquent les éléments de données que vous souhaitez syndiquer avec le partenaire sélectionné. Vous pouvez configurer la syndication d'un événement, d'aucun événement ou de tous les événements avec un maximum de trois partenaires AdTarget simultanément. En complément ou à la place des événements de transaction, vous pouvez sélectionner des segments d'audience spécifiques pour la syndication. Vous pouvez sélectionner jusqu'à 10 segments à syndiquer par partenaire actif.

Syndication de segment d'audience

Outre l'envoi d'événements de transaction du site en temps réel lorsque des visiteurs consultent votre site, vous pouvez configurer AdTarget pour syndiquer les informations d'identificateur de segment pour les partenaires afin de les utiliser dans les campagnes de publicité qu'ils réalisent pour votre compte.

AdTarget fournit des capacités puissantes de définition de segments d'audience ad hoc ainsi que des segments prêts à l'emploi pour vous aider à démarrer. Pour afficher les mécanismes de segment d'audience fournis par défaut par AdTarget, sélectionnez **Segments standard** dans le menu déroulant **Catégorie de segment**.

Select Segments to Syndicate

Segment Category **Standard Segments**

Available Segments	Selected Segments
Natural Search Visitors	BusinessWeek Campaign
Direct Load Visitors	Gallery Campaign
Referring Site Visitors	Coremetrics.com Visitors
Marketing Program Visitors	World Campaign
High Engagement Visitors	
New Session Vistors	
Repeat Session Visitors	
Buyers	
Event Initiators	
Event Completers	
Geo Target: EST Vistor	
Geo Target: CST Vistor	
Geo Target: MST Vistor	
Geo Target: PST Vistor	
Geo Target: US Visitor	
Geo Target: Non US Visitor	

New **Copy** **Edit** **Delete** **Remove**

1 of 15 Segments Remaining

Segments standard

Visiteurs (chargement direct)

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur utilisant un chargement direct pour accéder à votre site.

Visiteurs (site référent)

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur utilisant un site référent pour accéder à votre site.

Visiteurs (programme marketing)

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur utilisant le programme marketing Digital Analytics pour accéder à votre site.

Visiteurs (forte implication)

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur qui accède à plus de cinq pages de votre site durant sa session et dont la session dure plus de 300 secondes.

Visiteurs de nouvelles sessions

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur qui accède à votre site pour la première fois pendant sa session.

Visiteurs de sessions renouvelées

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur qui n'accède pas à votre site pour la première fois pendant sa session.

Acheteurs

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur qui passe une commande sur votre site pendant sa session.

Initiateurs des événements

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur qui initie au moins un événement de conversion sur votre site pendant sa session.

Visiteurs (recherche naturelle)

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur qui accède à votre site par le biais d'une recherche naturelle pendant sa session.

Visiteurs ayant terminé un événement

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur qui effectue au moins un événement de conversion sur votre site pendant sa session.

Cible de provenance : visiteur EST

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur identifié dans le fuseau horaire EST, en fonction du paramètre de fuseau horaire de son ordinateur.

Cible de provenance : visiteur CST

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur identifié dans le fuseau horaire CST, en fonction du paramètre de fuseau horaire de son ordinateur.

Cible de provenance : visiteur MST

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur identifié dans le fuseau horaire MST, en fonction du paramètre de fuseau horaire de son ordinateur.

Cible de provenance : visiteur PST

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur identifié dans le fuseau horaire PST, en fonction du paramètre de fuseau horaire de son ordinateur.

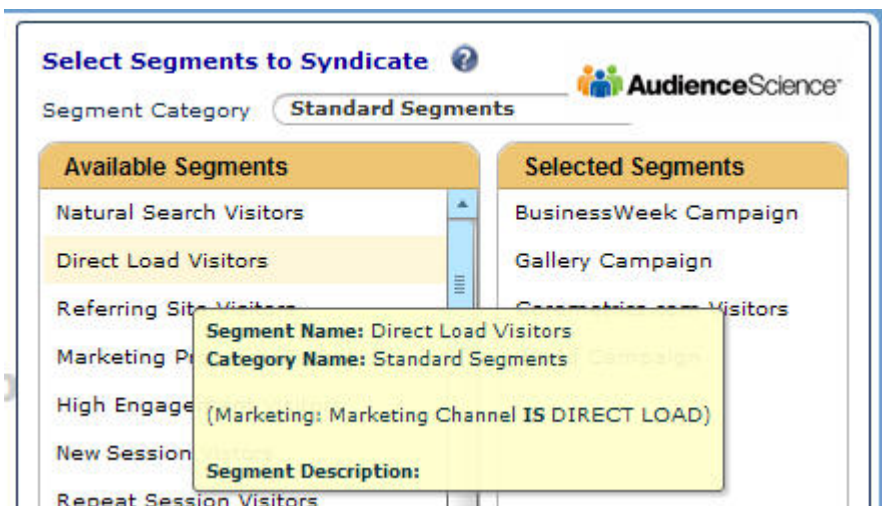
Cible de provenance : visiteur USA

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur identifié comme étant aux Etats-Unis, en fonction du paramètre de fuseau horaire de son ordinateur.

Cible de provenance : visiteur hors USA

Un segment d'audience qui comprend tout visiteur identifié comme n'étant pas aux Etats-Unis, en fonction du paramètre de fuseau horaire de son ordinateur.

Placez le pointeur de la souris sur un segment pour voir les critères de segment exactes pour ce segment.



Les segments standard fournis par AdTarget peuvent être utilisés directement ou peuvent servir de point de départ pour la définition d'un groupe de visiteurs du site que vous souhaitez cibler avec des publicités hors site. Pour sélectionner un segment standard, effectuez un glisser-déposer du segment souhaité de la liste Segments disponibles vers la zone Segments sélectionnés ou double-cliquez sur les segments pour les sélectionner. Pour supprimer un segment précédemment sélectionné, cliquez deux fois sur le segment puis faites-le glisser vers la liste des segments disponibles ou sélectionnez-le et cliquez sur **Supprimer**.

Pour utiliser le mécanisme qui s'applique à un segment standard comme point de départ d'une définition de segment personnalisée, cliquez sur le segment puis sur **Copier**. L'écran d'édition Copier le segment s'affiche et vous permet de modifier le mécanisme ou de l'améliorer avec des critères supplémentaires. Les capacités de création de segmentation reflètent la fonctionnalité fournie dans Digital Analytics Explore.

Segments nouveaux ou personnalisés

Pour créer un nouveau segment d'audience à utiliser avec AdTarget, cliquez sur **Nouveau**. L'interface utilisateur Nouveau segment s'affiche.

1. Sélectionnez une catégorie existante ou créez une nouvelle catégorie à laquelle vous souhaitez assigner votre nouveau segment.
2. Entrez un nom pour le segment.
3. Sélectionnez vos critères et disposez-les ensemble pour définir le segment. L'exemple suivant illustre un segment d'audience de chercheurs hautement engagés payés par Google, où les critères du segment comprennent les sessions de visiteurs et dont les programmes marketing sont Google, ont affiché au moins 5 pages et sont restés au moins 500 secondes.

Lorsque vous créez votre segment d'audience AdTarget, sélectionnez un critère (par exemple, La page contient des sports) ou disposez plusieurs critères ensemble, comme par exemple Fournisseur marketing ou Nom de produit.

Editer, copier ou supprimer un segment existant

Pour modifier un segment existant, sélectionnez le segment désiré et cliquez sur **Editer les segments**. Un avertissement s'affichera si ce segment est déjà utilisé par une syndication partenaire que vous avez créé.

Pour copier un segment existant, cliquez sur **Copier les segments**.

Pour supprimer un segment existant, cliquez sur **Supprimer**. Un avertissement s'affichera si ce segment est utilisé dans d'autres rapports. Soyez prudent car une suppression est globale et affectera les autres syndications partenaire actuellement en place.

Pour chaque syndication des données de partenaire AdTarget unique, vous pouvez configurer jusqu'à 10 segments. Lorsque cette limite est atteinte, vous ne pourrez plus ajouter de segment du tableau Segments disponibles vers le tableau Segments sélectionnés.

Notification par e-mail

L'onglet Intégrer fournit une zone de texte de notification par e-mail dans laquelle vous pouvez saisir plusieurs adresses électroniques correspondant aux personnes qui doivent être averties des modifications de l'état de la syndication des données d'un partenaire.

Digital Analytics envoie des notifications par e-mail à toutes ces personnes à chaque fois qu'une requête d'activation de syndication de partenaire est envoyée, acceptée ou désactivée.

Etat du partenaire

L'onglet Intégrer affiche les partenaires AdTarget actuellement configurés.

Vous pouvez basculer entre plusieurs partenaires en cliquant sur les logos situés en bas de l'interface utilisateur de l'onglet Intégrer.

Passez votre souris sur le bouton **Partenaire** ou sur la couleur de l'indicateur d'état affichée pour un partenaire afin de déterminer l'état actuel de la syndication d'un partenaire.

Menu Gérer

Le menu Gérer d'AdTarget vous permet de surveiller les syndications de données de votre partenaire, de gérer vos segments de public AdTarget et de gérer les annotations créées au sein des rapports natifs AdTarget.

Le menu Gérer se compose de trois sections.

1. Syndications de partenaires
2. Segments
3. Annotations

Syndications de partenaires

La page Syndications de partenaires montre un tableau indiquant l'état en cours de tous vos partenaires AdTarget.

Vous pouvez voir si la syndication des données est active, en attente, et ainsi de suite pour chaque partenaire. Vous pouvez également désactiver la syndication avec un partenaire depuis cette page d'administration et effectuer des opérations de gestion supplémentaires.

Segments

Outre la gestion de segments au cours du processus de configuration de la syndication de partenaire, vous pouvez gérer les segments à partir de l'écran AdTarget **Gérer > Segments**.

Cliquez sur la catégorie de segments pour trouver le segment de votre choix, puis choisissez de modifier, copier ou supprimer. Vous pouvez aussi créer un segment en cliquant sur **Créer un nouveau segment**. Ce segment ne sera appliqué à aucune syndication de partenaire tant que vous ne l'avez pas sélectionné lorsque vous configurez un nouveau partenaire ou lorsque vous éditez un partenaire existant. Cliquez sur les en-têtes de colonne pour trier les zones.

Annotations

Les rapports AdTarget natifs prennent en charge la plupart des fonctions standard de rapport, y compris les annotations.

Outre la gestion des annotations de date par survol avec le curseur et sélection d'éditer ou de supprimer en mode d'affichage des tendances, vous pouvez gérer les annotations à partir de l'écran AdTarget **Gérer > Annotations**.

Recherchez l'annotation que vous souhaitez gérer et sélectionnez Editer ou Supprimer. Cliquez sur les en-têtes de colonne pour trier les zones.

Partenaires du réseau AdTarget

La syndication des données à l'aide d'AdTarget et de l'API Digital Analytics peut être utilisée avec de nombreuses entreprises de ciblage publicitaire de premier plan. La liste des partenaires du réseau AdTarget est constamment mise à jour.

Tous les partenaires d'AdTarget actuellement implémentés apparaissent dans l'interface utilisateur de l'application.

Important :

La syndication des données à l'aide d'AdTarget intégrera du code ou des cookies de partenaire approuvé du réseau ou les deux au navigateur de chaque visiteur du site. Par conséquent, il est crucial que vous effectuiez une opération de test complet avant de placer une syndication à l'état ACTIVE. Pour simplifier cette tâche, Digital Analytics fournit un état de test appelé `ACTIF_EN_MODE_TEST` par lequel toutes les syndications AdTarget doivent passer.

Seul le client Digital Analytics peut faire passer une syndication des données du partenaire à l'état ACTIF. Par conséquent, le client garantit en dernière instance l'absence de problèmes ou de conflits entre la fonctionnalité du site Web et le code de syndication du partenaire AdTarget.

Le Guide de test d'AdTarget (disponible sur le centre de support client de Digital Analytics) détaille les étapes requises pour tester les syndications à l'état ACTIF_EN_MODE_TEST.

Remarque :

AdTarget simplifie la syndication des données d'activité des visiteurs de votre site avec les organisations partenaires avec lesquelles vous avez choisi de travailler. Votre organisation doit établir, avec chaque partenaire avec lequel vous souhaitez syndiquer des données, un contrat distinct portant sur les campagnes de bannières publicitaires que vous souhaitez déployer à l'aide des services du partenaire. Si vous avez besoin d'aide pour entrer en contact avec les organisations partenaires du réseau AdTarget, adressez-vous à votre représentant de compte Digital Analytics afin qu'il vous mette en contact avec les interlocuteurs appropriés de chaque organisation partenaire.

Si vous tentez d'activer la syndication des données pour un partenaire avec lequel aucune commande d'insertion ou aucun autre accord de services de bannières publicitaires n'a été mis au point, le partenaire rejettera très probablement votre requête de syndication des données.

Futurs partenaires AdTarget

Digital Analytics ajoute continuellement de nouvelles entreprises de ciblage comportemental à sa liste de partenaires AdTarget.

Si vous travaillez actuellement avec des organisations autres que celles répertoriées dans le menu **Intégrer > liste Partenaires** et souhaitez qu'elles soient intégrées à AdTarget, contactez votre représentant de compte Digital Analytics.

Certification de partenaire

Le principal objectif de la certification de partenaire Digital Analytics AdTarget est de garantir que le partenaire potentiel manifeste une compréhension totale de l'intégration de l'API et de la syndication des données à Digital Analytics.

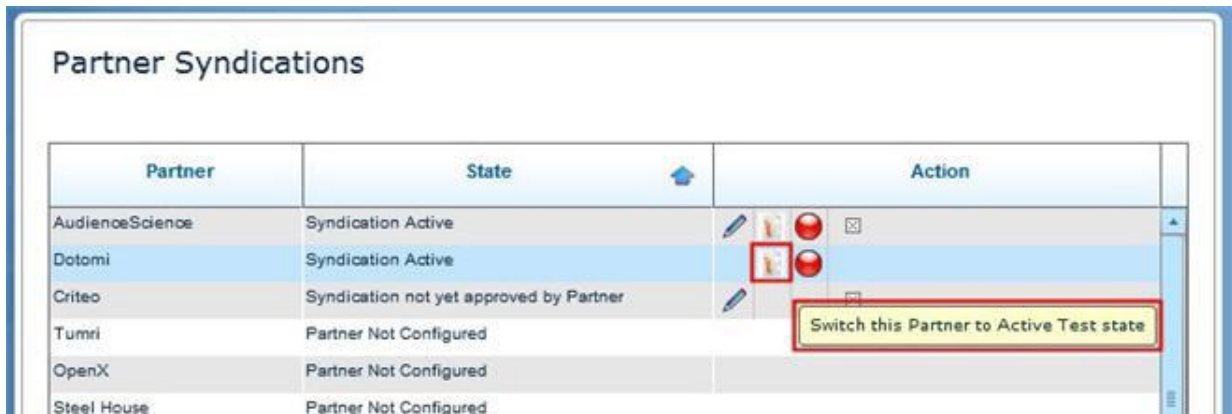
Digital Analytics teste tous les appels d'API et les événements de syndication des données avec les partenaires potentiels au cours du processus de certification pour garantir que leur code d'intégration fonctionne correctement sur les versions des principaux navigateurs et que l'attente entre la demande et la réponse ne dépasse pas les seuils acceptables. Chaque site client peut être déployé d'une manière unique avec de nombreuses technologies et de nombreux codes appliqués d'autres fournisseurs, les partenaires peuvent donc avoir besoin d'une modification de leur intégration pour prendre en charge les besoins spécifiques d'un client. Digital Analytics ne peut pas certifier chaque intégration client-partenaire unique, mais fournit plutôt des mécanismes robustes pour que le partenaire et le client puissent tous deux tester la syndication avant de la faire passer en production.

1. **AdTarget Mode ACTIF_EN_MODE_TEST** : Par défaut, toute syndication approuvée par un partenaire avec un client Digital Analytics est automatiquement placée en mode **Actif en mode test**. Le mode Actif en mode Test désactive la syndication des données pour tous les visiteurs du site Web de production du client, sauf ceux qui ont défini un cookie de test Digital Analytics spécifique dans leur navigateur. Lorsque le client et le partenaire sont en mode Actif en mode Test, ils doivent tous les deux tester la syndication des données pour garantir qu'aucune incidence inattendue ne soit découverte sur le site du client. Lorsque le client et le partenaire ont suffisamment testé la syndication des données AdTarget en mode Actif en mode Test, le client peut faire passer la syndication en mode **Actif**, dans lequel tout visiteur du site (à l'exception de ceux qui n'acceptent pas le suivi du site) sera inclus dans la syndication des données AdTarget spécifiée entre le client et le partenaire.



ATTENTION : Si un comportement inattendu du site est constaté et qu'il peut selon vous être imputé à la syndication de données AdTarget avec votre partenaire sélectionné, désactivez la syndication en revenant au mode Actif en mode Test. Un bouton est fourni dans l'onglet **Gérer**

> **Syndication de partenaire** qui vous permet de désactiver la syndication en mode Actif avec un partenaire. Voir «Configuration de la syndication des données de production», à la page 16 pour plus d'informations.



Partner	State	Action
AudienceScience	Syndication Active	[Edit] [Refresh] [Stop] [Close]
Dotomi	Syndication Active	[Refresh] [Stop]
Criteo	Syndication not yet approved by Partner	[Edit]
Tumri	Partner Not Configured	[Close]
OpenX	Partner Not Configured	
Steel House	Partner Not Configured	

2. **Suivi du Javascript du partenaire de Digital Analytics** : tous les partenaires AdTarget comprennent l'importance d'avertir les clients lorsque des modifications doivent être apportées à leur intégration Digital Analytics. Pour surveiller proactivement les intégrations basées sur JavaScript, Digital Analytics prend des images instantanées et crée des versions de l'ensemble du JavaScript du partenaire se trouvant à l'endroit indiqué par les partenaires, afin que Digital Analytics puisse surveiller toutes les modifications. Digital Analytics contrôle les fichiers JavaScript des partenaires toutes les 10 minutes. Si le JavaScript d'un partenaire est modifié, des courriers électroniques d'alerte sont envoyés au service d'assistance AdTarget compétent au sein de Digital Analytics afin que ce service d'assistance contacte le partenaire ou tout client Digital Analytics avec lequel la syndication des données en mode Actif a été activée avec le partenaire. Le suivi du JavaScript du partenaire Digital Analytics n'élimine pas le risque qu'un partenaire modifie son intégration sans avertir nos clients. Il permet toutefois à Digital Analytics et à nos clients de désactiver proactivement la syndication des données si la modification a un impact négatif sur notre site.

Configuration de la syndication des données de production

Le processus de configuration de la syndication des données avec un partenaire à l'aide de l'interface utilisateur d'AdTarget est simple, mais quelques étapes de communication sont requises pour faire passer un partenaire à la syndication des données de production (également appelée Actif).

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Voici les étapes requises pour lancer la syndication des données de production avec un partenaire.

Procédure

1. Le client configure la syndication de partenaire

Tout d'abord, sélectionnez un partenaire que vous souhaitez configurer pour la syndication des données AdTarget. Indiquez les événements et les segments de transaction que vous souhaitez envoyer au partenaire sur la base du trafic de visiteurs sur le site (voir «[Syndications de partenaires](#)», à la page 14 pour plus d'informations à propos des options de syndication des données qui sont disponibles). Lorsque vous avez enregistré une configuration de syndication des données de partenaire, vous remarquerez que l'icône Partenaire est définie sur un état **En attente** pour indiquer que vous avez demandé la syndication des données mais que le partenaire n'a pas encore approuvé votre requête. A l'aide de leur intégration à l'API Digital Analytics, les partenaires surveillent les demandes des clients AdTarget qui sont soumises à partir de l'application et répondent aux demandes de syndication des données des clients.

Si un partenaire sélectionné ne répond pas (acceptation ou rejet) à votre requête de syndication des données, contactez directement ce partenaire. Si vous avez besoin de plus d'aide, contactez votre architecte de solution Digital Analytics.

Remarque : Les partenaires se réservent le droit de rejeter les demandes de syndication des données effectuées par les clients AdTarget ou de désactiver la syndication des données en mode Actif avec un client. Les partenaires attendent d'avoir mis en place des relations de publicité sous forme d'affiches avec votre organisation avant d'activer les demandes de syndication des données. Si un partenaire rejette votre requête de syndication ou en désactive une qui était précédemment à l'état Actif, l'onglet Intégrer d'AdTarget met à jour l'état pour ce partenaire en conséquence. Voici un exemple d'action de désactivation de syndication de partenaire.

2. Le partenaire approuve la syndication

La syndication des données impliquant du code tiers créé par le partenaire AdTarget et susceptible de provoquer des effets involontaires sur le site de votre organisation, Digital Analytics n'active pas immédiatement la syndication des données à l'approbation du partenaire. Lorsqu'un partenaire approuve une demande de syndication des données AdTarget émanant d'un client, la syndication des données est activée en mode Actif en mode Test. Le mode Actif en mode Test garantit que le code d'intégration du partenaire pour la syndication des données est appelé à partir du site Web de production du client uniquement si un cookie de test est défini sur le navigateur du visiteur.

Le client et le partenaire peuvent tous les deux définir un cookie de test qui provoque l'exécution de la bibliothèque Digital Analytics JavaScript et le chargement des paramètres pour les partenaires en mode de test.

Pour définir le cookie de test AdTarget, chargez le site du client (en naviguant jusqu'à la page d'accueil du client, par exemple <http://www.Client-site.com/>), et collez ce qui suit dans la barre d'adresse du navigateur :

```
javascript:(function() {document.cookie="CorePartnerMode=TEST"})()
```

Ce code définit le cookie sur le domaine de la page (par exemple, www.site-partenaire.com). Pour définir le cookie sur un domaine de niveau plus élevé, utilisez ce qui suit (en remplacement du domaine approprié) :

```
javascript:(function() {document.cookie="CorePartnerMode=TEST;domain=.Partner-site.com"})()
```

Remarque : Il est très important que les représentants des organisations du client et du partenaire testent la syndication des données AdTarget à l'état Actif en mode test plutôt que de faire passer directement la syndication des données en mode Actif (production). Votre site pouvant comporter du code provenant de tiers ou d'autres codes uniques déployés sur le site, il est important de vous assurer que l'intégration de la syndication des données AdTarget du partenaire fonctionne correctement sur votre site. La syndication des données AdTarget doit uniquement être basculée en mode Actif après que le client et le partenaire ont entièrement testé la solution.

3. Passage d'un partenaire en production



ATTENTION : La syndication des données à l'aide d'AdTarget intégrera du code ou des cookies de partenaire réseau approuvés dans le navigateur de chaque visiteur du site. Par conséquent, il est crucial que vous effectuiez une opération de test complet avant de faire passer une syndication à l'état ACTIF. Pour simplifier cette tâche, Digital Analytics fournit un état de test appelé ACTIF_EN_MODE_TEST par lequel toutes les syndications AdTarget doivent passer.

Seul le client Digital Analytics peut faire passer une syndication des données du partenaire à l'état ACTIF. Le client garantit donc en dernière instance l'absence de problèmes ou de conflits entre la fonctionnalité du site Web et le code de syndication du partenaire AdTarget.

Reportez-vous au Guide de test d'AdTarget disponible sur <http://support.coremetrics.com/> (recherchez Notes sur l'édition IBM Digital Analytics Import) pour plus d'informations sur les étapes requises pour tester les syndications à l'état ACTIF_EN_MODE_TEST.










Dès que le test est terminé, la page Syndications de partenaire de l'onglet Gérer d'AdTarget est utilisée pour faire passer la syndication des données avec le partenaire en production. Accédez à l'**onglet Gérer > page Syndications de partenaire** et cliquez sur **Affecter ce partenaire de l'état « Actif »** pour faire passer le partenaire sélectionné du mode test au mode production. Le mode Actif signifie que la syndication des données avec le partenaire commence pour tous les visiteurs du site en fonction des paramètres de configuration que vous avez indiqués dans l'application AdTarget et qu'elle est disponible pour tous les visiteurs du site n'ayant pas exclu le suivi en configurant un cookie d'exclusion de Digital Analytics dans leur navigateur.

Partner	State	Action
[x+1]	Partner Not Configured	
Aberno	Partner Not Configured	
AudienceScience	Syndication Active	
ChoiceStream	Partner Not Configured	
Crimtan	Partner Not Configured	
Criteo	Syndication not yet approved by Partner	
DataLogix	Partner Not Configured	
Dotomi	Syndication Active	
eTarget	Partner Not Configured	
FetchBack	Partner Not Configured	
Media Innovation Group	Partner Not Configured	
MediaDegrees	Partner Not Configured	
MediaForge	Partner Not Configured	
MyThing	Partner Not Configured	
Netmining	Partner Not Configured	

Une fois qu'un partenaire a été promu, vous remarquerez que la page **Syndications de partenaires** se met à jour avec le nouvel état pour la partenaire sélectionné. Vous pouvez revenir à l'onglet Intégrer d'AdTarget pour voir que l'état du partenaire est passé d'Actif en mode Test à Actif (en production).

4. Désactivation d'un partenaire

Si vous ne souhaitez plus syndiquer des données à un partenaire, vous pouvez désactiver ce partenaire. Accédez à la page **Syndications de partenaire** de l'onglet AdTarget **Gérer** et cliquez sur **Désactiver ce partenaire**.

Partner	State	Action
[x+1]	Partner Not Configured	
Acerno	Partner Not Configured	
AudienceScience	Syndication Active	 
ChoiceStream	Partner Not Configured	
Crimtan	Partner Not Configured	
Criteo	Syndication not yet approved by Partner	  
DataLogix	Partner Not Configured	
Dotomi	Syndication Active	  
eTarget	Partner Not Configured	
FetchBack	Partner Not Configured	
Media Innovation Group	Partner Not Configured	
Media6Degrees	Partner Not Configured	
MediaForge	Partner Not Configured	
MyThing	Partner Not Configured	
Netmining	Partner Not Configured	

Une fois qu'un partenaire a été désactivé, vous remarquerez que la page **Syndications de partenaires** se met à jour avec un nouvel état pour le partenaire sélectionné. Vous pouvez revenir à l'onglet **Intégrer** d'AdTarget pour voir que l'état du partenaire est passé d'Actif en mode Test à Actif (en production).

5. Rétablissez l'état Actif en mode Test.

Si vous ne souhaitez pas désactiver la syndication avec un partenaire mais devez suspendre la syndication des données de production, vous pouvez refaire passer le partenaire à l'état Actif depuis l'état Actif en mode Test. Cela stoppe la syndication des données de production pour tous les visiteurs sauf ceux qui ont explicitement défini le cookie de test dans leur navigateur.

Si un problème que vous jugez imputable à la syndication des données AdTarget survient sur votre site Web de production, commencez par rétablir votre partenaire sur l'état Actif en mode Test pour que Digital Analytics, le partenaire et le client puissent déterminer si le problème est lié à la fonctionnalité AdTarget.



ATTENTION : Si un comportement inattendu du site est constaté et qu'il peut selon vous être imputé à la syndication de données AdTarget avec votre partenaire sélectionné, désactivez la syndication en revenant au mode Actif en mode Test. Un bouton est fourni dans l'onglet **Gérer** > **page Syndications de partenaires** pour vous permettre de désactiver la syndication Actif avec un partenaire.

Remarque : La propagation de la désactivation ou du rétablissement de l'état Actif en mode Test d'une syndication de partenaire sur tous les systèmes Digital Analytics gérant des collectes de données pour le compte de clients peut prendre quelques minutes. Si vous rencontrez un problème de site et si vous avez désactivé la syndication AdTarget avec un partenaire pour déterminer s'il s'agit de la source du problème, patientez quelques minutes afin de laisser au système le temps de traiter la demande. Il ne faudra pas plus de 10 minutes à AdTarget pour désactiver ou rétablir la syndication des données à l'état Actif en mode Test pour un client et un partenaire.

Reciblage de l'application IBM Digital Analytics

L'intégration d'applications dans la suite d'optimisation du marketing de Digital Analytics vous permet de définir rapidement des segments d'audience AdTarget à partir des rapports fournis dans Digital Analytics Explore.

Si votre organisation possède la licence de Digital Analytics Explore en plus d'AdTarget, vous remarquerez une icône **Visiteurs ciblés** à proximité des autres opérations de l'application.



Lorsque vous vous trouvez dans le contexte de votre analyse à partir d'un rapport dans Digital Analytics Explore, vous pouvez sélectionner une ou plusieurs lignes du rapport en cochant les cases à gauche des lignes pour recibler l'échantillon de visiteurs associé à ces lignes. Une fois les lignes sélectionnées, cliquez sur **Visiteurs ciblés** et sélectionnez **AdTarget : Cibler les visiteurs à l'aide de bannières de publicité**. Le reciblage d'un échantillon de visiteurs revient en fait à définir un segment de visiteurs AdTarget. Vous serez invité par une boîte de dialogue qui récapitule vos critères de segmentation cible en fonction des lignes de rapport que vous avez sélectionné. En fonction du contexte des données, il vous sera demandé de clarifier votre segment de reciblage voulu à l'aide des cases de sélection suivantes :

Colonne d'affichage

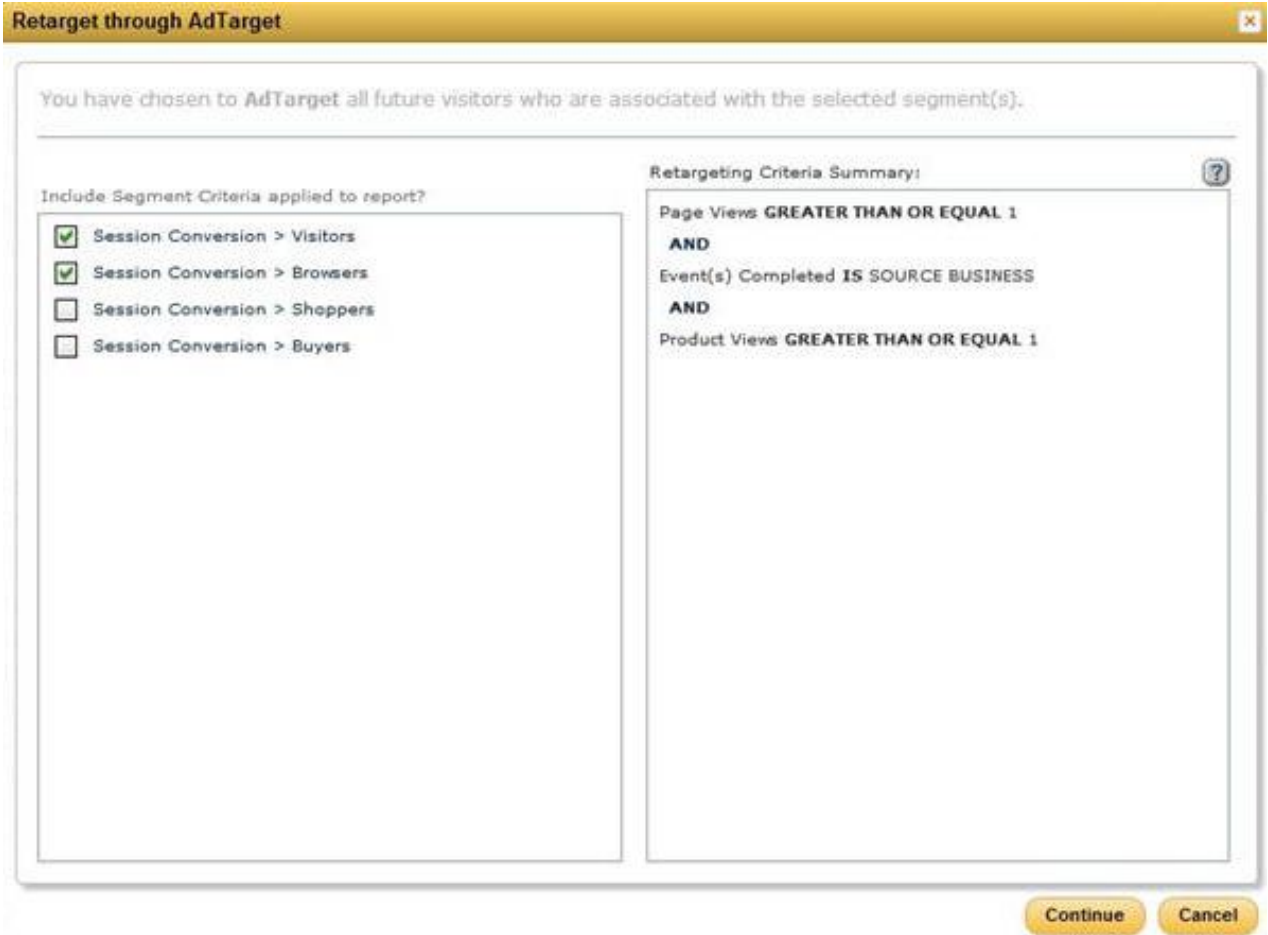
Si votre rapport possède plusieurs colonnes d'affichage, identifiez la colonne sur laquelle vous souhaitez baser les critères de segmentation. Au cours de votre sélection, vous pourrez observer la mise à jour du résumé des critères de reciblage.

Action

Si votre rapport est basé sur une colonne de produit ou d'événement, clarifiez l'action que vous souhaitez. Par exemple, si vous effectuez le ciblage sur la base d'une colonne de produit, vous avez plusieurs options telles que Produits abandonnés, Mis dans le panier, Achetés ou Consultés. Si vous effectuez le ciblage sur la base d'un événement, vous avez plusieurs options telles que Événements commencés ou Terminés.

Segment inclus :

Si un segment de même session est appliqué au rapport IBM Digital Analytics Explore, vous avez également la possibilité d'ajouter ces critères à votre définition de segment de reciblage en sélectionnant la case correspondante.



Après avoir transféré vers AdTarget

Après avoir cliqué sur **Continuer**, votre définition de segment est transmise à AdTarget et vous accédez à l'écran de **définition de segment** qui récapitule vos critères et vous demande de nommer le nouveau segment. Lorsque vous êtes sur cet écran, vous avez également la possibilité d'éditer les critères ou d'ajouter des critères supplémentaires. Si vous souhaitez enregistrer le segment et l'appliquer ultérieurement, cliquez sur **Enregistrer le segment**. Si vous êtes prêt à ajouter à votre flux ou à syndiquer, cliquez sur **Enregistrer et syndiquer** dans AdTarget. Sélectionnez ensuite les configurations de partenaire de ciblage comportemental auxquelles vous souhaitez ajouter ce nouveau segment d'audience.

Options de segmentation

Digital Analytics Explore prend en charge une large gamme d'options de segmentation et de zones de données. Seules les options de segmentation que Digital Analytics Explore et AdTarget ont en commun vous seront accessibles. Vous serez averti si les critères sélectionnés ne sont pas applicables aux critères de segmentation pris en charge par AdTarget. Toutes les définitions de segment transmises à AdTarget doivent être de "même session" par nature. Le tableau suivant identifie si une définition de critères donnée peut être transmise à AdTarget. **Oui** indique qu'une définition peut être transmise ; **Non** indique qu'elle ne peut pas être transmise à ce moment ; une valeur de nom indique qu'elle est transmise avec un nom légèrement différent ; et **Clarification du type d'action** indique que l'utilisateur sera invité à indiquer comment cette zone doit être utilisée (par exemple, les produits achetés/abandonnés/consultés/mis dans le panier).

Zones Digital Analytics Explore	Zones AdTarget
Enregistrement	
Identifiant d'inscription	Non

Zones Digital Analytics Explore	Zones AdTarget
Adresse électronique	Non
Personne enregistrée	Non
Acheteur	Non
Nouveau visiteur / Visiteur régulier	Non
Sexe	Non
Âge	Non
Niveau d'éducation	Non
Niveau de revenu	Non
Attributs d'inscription	Non
Pays d'inscription	Non
État / département d'inscription	Non
Ville d'inscription	Non
Code postal d'inscription	Non
Indicateurs les plus importants	
Ventes	Oui
Commandes	Oui
Affichages du produit	Oui
Articles placés dans le panier	Articles mis dans le panier
Articles commandés	Articles achetés
Articles abandonnés	Non
Pages vues	Oui
Recherches via Moteur de recherche interne	Oui
Événements	Nombre total d'événements terminés
Points d'événements	Oui
Affichages d'éléments	Oui
Durée de la session	Oui
Marketing	
Canal marketing	Oui
Programme Marketing	Oui
Fournisseur marketing	Oui
Catégorie marketing	Oui
Placement marketing	Oui
Article marketing	Oui
Attributs marketing	Oui
Moteur de recherche naturelle	Oui

Zones Digital Analytics Explore	Zones AdTarget
Mots-clés de recherche naturelle	Oui
Site référant	Oui
URL de référence	Oui
URL de destination	Oui
Merchandising/produits	
ID de la commande	Oui
Attributs de l'affichage produit	Oui
Attributs de l'achat	Oui
Attributs de la commande	Oui
Catégories de produit consultées - Complet	Catégories de produit consultées
Catégories de produit consultées - Meilleures	Non
Catégories de produit consultées – Moins bonnes	Non
Nom(s) des produits consultés	Nom des produits consultés
ID produit consultés	ID des produits consultés
Catégories de produit dans le panier – Complet	Catégories de produit mises dans le panier
Catégories de produit dans le panier – Meilleures	Non
Catégories de produit dans le panier – Moins bonnes	Non
Nom(s) des produits mis dans le panier	Nom des produits mis dans le panier
ID produit dans le panier	ID des produits mis dans le panier
Catégories de produit abandonnées - Complet	Non
Catégories de produit abandonnées – Meilleures	Non
Catégories de produit abandonnées - Moins bonnes	Non
Nom(s) de produits abandonnés	Non
ID produit abandonnés	Non
Catégories de produit achetées – Complet	Catégories de produit achetées
Catégories de produit achetées – Meilleures	Non
Catégories de produit achetées – Moins bonnes	Non
Nom(s) de produits achetés	Nom des produits achetés
ID produit achetés	ID des produits achetés
Catégorie du produit - Complet	[Clarification du type d'action]
Catégorie du produit - Meilleures	[Clarification du type d'action]
Catégorie du produit - Moins bonnes	[Clarification du type d'action]
Numéro produit	[Clarification du type d'action]
Nom de produit	[Clarification du type d'action]

Zones Digital Analytics Explore	Zones AdTarget
Contenu	
Catégorie du contenu - Complet	Catégories de contenu consultées
Catégorie du contenu - Moins bonnes	Non
Catégorie du contenu - Meilleures	Non
Catégories de contenu consultées - Complet	Catégories de contenu consultées
Catégories de contenu consultées - Moins bonnes	Non
Catégories de contenu consultées - Meilleures	Non
Catégorie d'éléments	Catégories d'élément consultées
Nom de l'élément	Éléments consultés
Catégorie(s) d'éléments consultées	Catégories d'élément consultées
Élément consulté	Éléments consultés
Événement déclenché	Événements commencés
Événements terminés	Événements terminés
Catégorie d'événement	[Clarification du type d'action]
Catégorie d'événements déclenchés	Catégories d'événement commencées
Catégorie d'événements terminés	Catégories d'événement terminées
Nom de l'événement	[Clarification du type d'action]
Mot-clé sur site	Termes de recherche sur site
Termes de recherche sur site	Termes de recherche sur site
Page	Pages parcourues
Pages consultées	Pages parcourues
URL de référence de la page	Non
URL de la page	URL consultée(s)
URL consultée	URL consultée(s)
Zones du site - Complet	Non
Zones du site - Lien	Non
Zones du site - Page	Non
Zones du site – Zone de la page	Non
Zones du site - Version	Non
Promotion de site - Complet	Non
Promotion de site - Lien	Non
Promotion de site – Page	Non
Promotion de site - Promotion	Non
Promotion de site – Type de promotion	Non
Page d'entrée	Non

Zones Digital Analytics Explore	Zones AdTarget
Attributs de la page	Oui
Attributs de l'événement	Oui
Attributs de l'élément	Oui
Géographie	
Pays	Non
État/Département	Non
Ville	Non
Régions ciblées (DMA)	Non
Domaine du 2e niveau	Non
Propriétés techniques	
Type de navigateur	Non
Profondeur de couleur	Oui
Vitesse de connexion	Non
Type de connexion	Non
Version de JavaScript	Oui
Langue	Non
Périphérique mobile	Non
Réseau des mobiles	Non
Système d'exploitation	Non
Résolution d'écran	Oui
Fuseau horaire	Oui

AdTarget - FAQ

Cette rubrique contient les réponses aux questions les plus fréquemment posées au sujet d'AdTarget.

Q : Quelles balises supplémentaires sont requises pour implémenter AdTarget ?

R : AdTarget ne nécessite aucune balise de site supplémentaire, que ce soit de la part de Digital Analytics ou des partenaires du réseau AdTarget avec lesquels vous travaillez.

Q : Une mise à jour de la bibliothèque de balises Digital Analytics est-elle requise ?

R : Oui, une version à jour de la bibliothèque de balises Digital Analytics (eluminare.js) est requise. De plus, en fonction de votre configuration, une mise à jour de la bibliothèque de balises Digital Analytics (cmdatatagutils.js) peut également être requise.

Q : Les données peuvent-elles être exportées vers des réseaux qui ne sont pas intégrés à Digital Analytics ?

R : Les données syndiquées à l'aide d'AdTarget peuvent être uniquement transférées aux partenaires du réseau AdTarget lorsqu'ils ont implémenté l'intégration requise à l'API Digital Analytics pour recevoir les données des balises de site de clients Digital Analytics. Toutefois, les clients Digital Analytics peuvent utiliser IBM Digital Analytics Export pour distribuer des données de visiteurs fortement segmentées à des partenaires non AdTarget. Informez votre représentant de compte Digital

Analytics des réseaux tiers que vous souhaitez voir au sein d' Digital Analytics pour l'application AdTarget.

Q : Les données syndiquées seront-elles conservées pour l'utilisation exclusive du client et existe-t-il une charge CPC, CPM ou CPE associée qui est évaluée ?

R : Les considérations de coût et d'utilisation survenant après la syndication doivent être résolues entre les annonceurs et les réseaux. Digital Analytics agit simplement comme moyen de collecter, de segmenter et de syndiquer les données d'activité des visiteurs. Assurez-vous de disposer d'accords avec les partenaires AdTarget avec lesquels vous travaillerez.

Q : Combien de partenaires peuvent être activés en même temps ?

R : Les clients peuvent activer la syndication des données avec un maximum de trois partenaires du réseau AdTarget simultanément.

Q : À quelle fréquence les données peuvent-elles être syndiquées vers les partenaires du réseau AdTarget ?

R : Les données sont transmises aux partenaires du réseau AdTarget en temps réel. Lorsque les visiteurs interagissent avec le site du client, AdTarget tente de faire correspondre le comportement des visiteurs aux segments définis et dès qu'une telle correspondance se produit, AdTarget syndique les données vers les partenaires désignés du réseau AdTarget.

Q : Combien de segments peuvent être définis dans AdTarget ?

R : Il n'y a actuellement aucune limite au nombre total de segments pouvant être définis par l'utilisateur dans AdTarget. Cependant, vous êtes limité à un total de 30 segments actifs pour tous les partenaires actifs du réseau AdTarget.

Q : Les segments créés dans Digital Analytics Explore ou Digital Analytics peuvent-ils être utilisés dans AdTarget ?

R : Les segments définis dans AdTarget peuvent uniquement être utilisés dans AdTarget et ne peuvent pas être directement appliqués au sein de Digital Analytics Explore ou de Digital Analytics. Cependant, le mécanisme de segmentation utilisé dans AdTarget peut être répliqué dans Digital Analytics Explore à des fins d'analyse.

Q : Combien de temps faut-il pour activer ou désactiver la syndication de partenaire au sein du système Digital Analytics ?

R : Les requêtes d'activation et de désactivation effectuées depuis l'interface utilisateur d'AdTarget peuvent prendre jusqu'à 10 minutes pour être intégralement traitées.

Q : Une syndication active peut-elle être modifiée ? Si oui, à quelle fréquence ?

R : Oui, les clients peuvent décider de mettre à jour ou de modifier une syndication de partenaire qui est déjà active. Les modifications apportées à la configuration prendront effet immédiatement, sous réserve de la durée maximale de traitement de 10 minutes.

Q : Les rapports ad-hoc peuvent-ils être configurés dans AdTarget ?

R : Non. AdTarget fournit des rapports récapitulatifs standard par campagne publicitaire, lorsqu'ils sont activés sur une base partenaire. Pour les analyses d'attribution détaillées, Digital Analytics propose :

- des analyses IBM Digital Analytics Impression Attribution au sein de Digital Analytics Explore à un coût supplémentaire
- des analyses d'attribution et des performances de clics sur les bannières publicitaires

au sein des services standard du rapport des programmes marketing de Digital Analytics.

Q : Est-ce que Impression Attribution est requis pour AdTarget ?

R : Non. AdTarget fournit des rapports récapitulatifs pour analyser les performances des campagnes publicitaires et Impression Attribution n'est pas requis. Il ne s'agit pas non plus d'un service livré avec la licence AdTarget d'un client.

Q : Des indicateurs d'impression seront-ils disponibles dans l'interface de rapport d'AdTarget pour les clients qui possèdent la licence de Impression Attribution ?

R : Non. Impression Attribution n'étant pas requis pour AdTarget, les indicateurs d'impression de Impression Attribution ne sont pas inclus dans les rapports prédéfinis proposés par AdTarget. Digital Analytics prévoit de proposer des rapports standard de Impression Attribution natifs à AdTarget dans une future version.

Q : Mon groupe informatique a remarqué un fichier ruLes.js vide de Digital Analytics après avoir déployé nos fichiers de la bibliothèque de balises Digital Analytics mis à jour. A quoi correspond ce fichier et pourquoi est-il vide ?

R : Le fichier ruLes.js contient des informations liées aux types spécifiques d'événements de transaction des données et de segmentation que votre organisation a configurés dans AdTarget et approuvés pour la syndication avec un partenaire. Le fichier ruLes.js reste vide jusqu'à ce que vous ayez configuré une relation de syndication des données avec un partenaire. Par conséquent, si vous avez déployé les bibliothèques de balises AdTarget mais n'avez pas configuré la syndication avec au moins un partenaire AdTarget, le fichier ruLes.js est vide.

Q : Puis-je consulter des rapports généraux hebdomadaires ou mensuels dans les rapports d'AdTarget ?

R : Les rapports d'AdTarget n'offrent actuellement que des niveaux quotidiens de granularité mais vous avez la possibilité de consulter des données de tendance.

Q : Si tous les mécanismes de segmentation AdTarget correspondent à l'activité 'en session', comment Digital Analytics procède-t-il pour discerner si un visiteur est "Nouveau" ou "Régulier" pour ces segments standard fournis dans AdTarget ?

R : Digital Analytics définit un "Drapeau de première visite" si une session ne présente pas de cookie Digital Analytics et nécessite que nous en définissions un. Par conséquent, si une session se rapporte à un navigateur qui ne possède actuellement aucun cookie Digital Analytics, nous identifions la session comme issue d'un "nouveau visiteur", contrairement à un visiteur qui possède un cookie Digital Analytics et sera identifié comme "visiteur régulier".

Q : Mon partenaire AdTarget déclare qu'il a accepté la requête de syndication des données de mon organisation mais qu'il ne voit aucun événement de transaction. Quel pourrait être le problème ?

R : Tout d'abord, vérifiez si le partenaire est en mode Test. Si le partenaire est en mode Test, les événements de syndication des données seront UNIQUEMENT déclenchés si un cookie de test est défini. Si vous et le partenaire êtes prêts pour la syndication des données de niveau production, promouvez la syndication de partenaire à partir de l'onglet Gérer d'AdTarget.

Q : Lorsqu'un partenaire désactive la syndication (du mode Actif en mode Test ou du mode Actif), la syndication client-partenaire est-elle complètement désactivée ?

R : Oui. Lorsqu'un partenaire désactive la syndication avec un client, les données ne sont plus transmises du site Web du client vers le partenaire. Le client désactivé par le partenaire apparaît toujours dans la liste des clients en attente du partenaire. Du point de vue du client, l'interface utilisateur d'AdTarget affiche toujours l'icône du partenaire comme configuré mais sa couleur a changé et elle affiche un état désactivé lorsque vous la survolez avec le curseur de la souris.

Q : Si plusieurs partenaires AdTarget sont configurés et actifs, les balises Digital Analytics effectuent-elles tous les appels de syndication des données en parallèle ou en séquence ?

R : Digital Analytics télécharge les fichiers JavaScript des clients en parallèle (par exemple, Internet Explorer les télécharge deux par deux et Firefox quatre par quatre). Cependant, JavaScript ne prend pas en charge l'exécution parallèle ; les appels de syndication sont donc exécutés en série.

Q : Si un partenaire AdTarget ne répond pas par un cookie ou à un événement de syndication des données, comment se comporteront les bibliothèques de balises d' Digital Analytics ? La session du visiteur présentera-t-elle un temps d'attente ?

R : Cela dépend de l'intégration des balises à la page. La plupart des clients intègrent les balises Digital Analytics à la fin de la page. Dans ce cas, la page se chargera (généralement) complètement avant que les scripts Digital Analytics soient chargés. Certains outils de suivi, tels que Keynote, mesurent le temps de chargement de la page et de fin d'exécution de tous les scripts qui ont démarré pendant le chargement. Un partenaire plus lent peut avoir une incidence sur ce chiffre. Si les balises se situent en haut de la page, il est possible que la requête d'un partenaire plus lent retarde le chargement de la page. Digital Analytics recommande vivement de surveiller les requêtes des partenaires AdTarget en mode actif_en_mode_test avant de s'engager en mode de syndication actif (production intégrale) avec tous les partenaires pour vous assurer que le temps de chargement de la page se situe dans une plage acceptable.

Q : Que se passe-t-il si le partenaire AdTarget ne détecte pas un événement de syndication des données ? Digital Analytics relancera-t-il l'événement de syndication ?

R : Digital Analytics ne renvoie pas les événements de syndication des données si la première tentative échoue.

Autres informations de contact

Pour les recommandations d'améliorations de produit, prenez contact avec IBM à l'adresse cm_feedback@us.ibm.com

Si vous avez besoin d'assistance concernant le produit, prenez contact avec le centre de support clients IBM à l'adresse suivante : <https://support.ibmcloud.com>

Vous pouvez également contacter le bureau d'IBM de votre région.

Etats-Unis	
IBM 1001 E Hillsdale Boulevard Foster City, CA 94402 Numéro gratuit : 1.866.493.2673	IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 Numéro gratuit : 1.866.493.2673
IBM Dallas 750 W John Carpenter Freeway Irving, TX 75039 Numéro gratuit : 1.866.493.2673	
Europe	
IBM United Kingdom Limited 3 Furzeground Way Stockley Park Uxbridge Middlesex UB11 1EZ U.K. Tel: 020 8867 8003	IBM GmbH Beim Strohhaus 17 D-20097 Hamburg Allemagne Tél : 0800-180-2597
IBM France 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex France Tél : 0800 91 4912	
Asie-Pacifique	

<p>IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Room 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong SAR, China Tél : +852 8201 0823 Fax : +852 8201 0832</p>	<p>IBM Australie et Nouvelle-Zélande 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 AUSTRALIE (Aus) 1800 69 CORE (NZ) 0800 69 CORE</p>
--	---

Vos commentaires sont les bienvenus.

Faites-nous parvenir vos commentaires à l'adresse suivante.

IBM Bay Area Lab
1001 E Hillsdale Boulevard
Foster City, California 94404
Etats-Unis

Vous pouvez nous envoyer vos commentaires au format électronique en utilisant l'une des méthodes suivantes :

Numéro gratuit

1+866-493-2673

Centre de support :

<https://support.ibmcloud.com>

Web :

www.ibm.com/marketing-solutions/

Si vous souhaitez recevoir une réponse, assurez-vous d'inclure vos nom, adresse, numéro de téléphone ou numéro de fax. Assurez-vous d'inclure les informations suivantes dans votre commentaire ou remarque :

- Titre de ce document
- Numéro de page ou sujet lié à votre commentaire

IBM pourra utiliser ou diffuser, de toute manière qu'elle jugera appropriée et sans aucune obligation de sa part, tout ou partie des informations qui lui seront fournies.

Support technique

Centre de support technique

Le site de support est disponible à l'adresse <https://support.ibmcloud.com> ou en cliquant sur le lien Support dans la barre de menus de l'application.

Le site du centre de support contient ce qui suit :

- **Une base de connaissances pouvant faire l'objet d'une recherches** pour répondre aux questions et fournir un accès instantané aux documents essentiels tels les guides d'implémentation, le glossaire des indicateurs, les guides d'utilisation, les notes sur l'édition, etc.
- **Des outils éducatifs** comme des formations sur le Web et des Webinars archivés.
- **Des informations liées au marketing**, notamment des études de cas, des livres blancs et des événements à venir, tels que les rencontres avec les clients.
- **Des notifications** du service de support.

- **Le suivi des problèmes**, depuis la création d'une fiche jusqu'à la résolution du problème, vous offrant ainsi un aperçu complet de l'état de vos requêtes.
- **Des commentaires en retour** qui vous permettent de proposer des suggestions pour améliorer le site de support. (Envoyez vos commentaires en retour sur les applications à l'adresse cm_feedback@us.ibm.com).
- **Des forums de discussion** vous permettant de communiquer immédiatement avec nos représentants du service Meilleures pratiques.

Remarques

Le présent document a été développé pour des produits et des services proposés aux Etats-Unis.

Le présent document peut contenir des informations ou des références concernant certains produits, logiciels ou services IBM non annoncés dans ce pays. Pour plus de détails, référez-vous aux documents d'annonce disponibles dans votre pays ou adressez-vous à votre partenaire commercial IBM. Toute référence à un produit, logiciel ou service IBM n'implique pas que seul ce produit, logiciel ou service IBM puisse être utilisé. Tout autre élément fonctionnellement équivalent peut être utilisé, s'il n'enfreint aucun droit d'IBM. Il est de la responsabilité de l'utilisateur d'évaluer et de vérifier lui-même les installations et applications réalisées avec des produits, logiciels ou services non expressément référencés par IBM.

IBM peut détenir des brevets ou des demandes de brevet couvrant les produits mentionnés dans le présent document. La remise du présent document ne vous octroie aucun droit de licence sur ces brevets ou demandes de brevet. Vous pouvez envoyer des demandes au sujet des licences par écrit en vous adressant à :

*IBM Director of Licensing
IBM Corporation
North Castle Drive, MD-NC119
Armonk, NY 10504-1785
Etats-Unis*

Pour le Canada, veuillez adresser votre courrier à :

*IBM Director of Commercial Relations IBM Canada Ltd. 3600 Steeles Avenue East
Markham, Ontario L3R 9Z7 Canada*

Pour toute question concernant les licences relatives à un produit utilisant un jeu de caractère double octet, adressez-vous au Département de la propriété intellectuelle IBM de votre pays ou écrivez à :

*Intellectual Property Licensing Legal and Intellectual Property Law
IBM Japan Ltd. 19-21,
Nihonbashi-Hakozakicho, Chuo-ku
Tokyo 103-8510, Japon*

Le paragraphe suivant ne s'applique ni au Royaume-Uni ni à aucun pays dans lequel il serait contraire aux législations locales : INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION FOURNIT CETTE PUBLICATION "EN L'ETAT" SANS AUCUNE GARANTIE QUELLE QU'ELLE SOIT, EXPLICITE OU IMPLICITE, INCLUANT MAIS DE FAÇON NON RESTRICTIVE LES GARANTIES IMPLICITES D'ABSENCE DE CONTREFAÇON, DE QUALITE MARCHANDE ET D'ADEQUATION A UN USAGE DONNE. Certaines juridictions n'autorisent pas l'exclusion des garanties implicites, auquel cas l'exclusion ci-dessus ne vous sera pas applicable.

Le présent document peut contenir des inexactitudes ou des coquilles. Ce document est mis à jour périodiquement. Chaque nouvelle édition inclut les mises à jour. IBM peut, à tout moment et sans préavis, modifier les produits et logiciels décrits dans ce document.

Les références à des sites Web non IBM sont fournies à titre d'information uniquement et n'impliquent en aucun cas une adhésion aux données qu'ils contiennent. Les éléments figurant sur ces sites Web ne font

pas partie des éléments du présent produit IBM et l'utilisation de ces sites relève de votre seule responsabilité.

IBM pourra utiliser ou diffuser, de toute manière qu'elle jugera appropriée et sans aucune obligation de sa part, tout ou partie des informations qui lui seront fournies.

Les licenciés souhaitant obtenir des informations permettant : (i) l'échange des données entre des logiciels créés de façon indépendante et d'autres logiciels (dont celui-ci), et (ii) l'utilisation mutuelle des données ainsi échangées, doivent adresser leur demande à :

*IBM Director of Licensing IBM Corporation
North Castle Drive, MD-NC119
Armonk, NY 10504-1785 US*

Ces informations peuvent être soumises à des conditions particulières, prévoyant notamment le paiement d'une redevance.

Le logiciel sous licence décrit dans ce document et tous les matériels sous licence disponibles s'y rapportant sont fournis par IBM conformément aux dispositions de l'ICA, des Conditions internationales d'utilisation des logiciels IBM ou de tout autre accord équivalent.

Les données de performances et les exemples de clients ne sont présentés qu'à des fins d'illustration. Les performances réelles peuvent varier en fonction des configurations et des conditions d'exploitation spécifiques.

Les informations concernant des produits non IBM ont été obtenues auprès des fournisseurs de ces produits, par l'intermédiaire d'annonces publiques ou via d'autres sources disponibles. IBM n'a pas testé ces produits et ne peut confirmer l'exactitude de leurs performances ni leur compatibilité. Elle ne peut recevoir aucune réclamation concernant des produits non IBM. Toute question concernant les performances de produits non IBM doit être adressée aux fournisseurs de ces produits.

Les instructions relatives aux intentions d'IBM pour ses opérations à venir sont susceptibles d'être modifiées ou annulées sans préavis, et ne représentent que de simples objectifs.

Tous les tarifs indiqués sont les prix de vente actuels suggérés par IBM et sont susceptibles d'être modifiés sans préavis. Les tarifs appliqués peuvent varier selon les revendeurs.

Ces informations sont fournies uniquement à titre de planification. Elles sont susceptibles d'être modifiées avant la mise à disposition des produits décrits.

Le présent document peut contenir des exemples de données et de rapports utilisés couramment dans l'environnement professionnel. Ces exemples mentionnent des noms fictifs de personnes, de sociétés, de marques ou de produits à des fins illustratives ou explicatives uniquement. Toute ressemblance avec des noms de personnes, de sociétés ou des données réelles serait purement fortuite.

LICENCE DE COPYRIGHT :

Le présent logiciel contient des exemples de programmes d'application en langage source destinés à illustrer les techniques de programmation sur différentes plateformes d'exploitation. Vous avez le droit de copier, de modifier et de distribuer ces exemples de programmes sous quelque forme que ce soit et sans paiement d'aucune redevance à IBM, à des fins de développement, d'utilisation, de vente ou de distribution de programmes d'application conformes aux interfaces de programmation des plateformes pour lesquels ils ont été écrits ou aux interfaces de programmation IBM. Ces exemples de programmes n'ont pas été rigoureusement testés dans toutes les conditions. Par conséquent, IBM ne peut garantir expressément ou implicitement la fiabilité, la maintenabilité ou le fonctionnement de ces programmes. Les exemples de programme sont fournis "EN L'ETAT" sans garantie d'aucune sorte. IBM ne sera en aucun cas responsable des dommages liés à l'utilisation des exemples de programme.

Toute copie totale ou partielle de ces programmes exemples et des oeuvres qui en sont dérivées doit comprendre une notice de copyright, libellée comme suit :

Des segments de code sont dérivés des programmes exemples d'IBM Corp.

© Copyright IBM Corp. 2017 . All rights reserved.

Marques

IBM, le logo IBM et ibm.com sont des marques d'International Business Machines aux Etats-Unis et/ou dans certains autres pays. D'autres noms de services et de produits peuvent être des marques d'IBM ou d'autres sociétés. La liste actualisée de toutes les marques d'IBM est disponible sur la page Web "Copyright and trademark information" à l'adresse www.ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Dispositions applicables à la documentation du produit

Les droits d'utilisation relatifs à ces publications sont soumis aux dispositions suivantes :

Applicabilité

Ces dispositions s'ajoutent aux conditions d'utilisation relatives au site Web IBM.

Usage personnel

Vous pouvez reproduire ces publications pour votre usage personnel, non commercial, sous réserve que toutes les mentions de propriété soient conservées. Vous ne pouvez distribuer ou publier tout ou partie de ces informations ou en faire des oeuvres dérivées, sans le consentement exprès d'IBM.

Usage commercial

Vous pouvez reproduire, distribuer et afficher ces publications uniquement au sein de votre entreprise, sous réserve que toutes les mentions de propriété soient conservées. Vous ne pouvez pas reproduire, distribuer, afficher ou publier tout ou partie de ces publications en dehors de votre entreprise, ni en faire des oeuvres dérivées, sans le consentement exprès d'IBM.

Droits

Excepté les droits d'utilisation expressément accordés dans le présent document, aucun autre droit, licence ou autorisation, implicite ou explicite, n'est accordé pour ces publications ou autres informations, données, logiciels ou droits de propriété intellectuelle contenus dans ces publications.

IBM se réserve le droit de retirer les autorisations accordées ici si, à sa discrétion, l'utilisation des publications s'avère préjudiciable à ses intérêts ou que, selon son appréciation, les instructions susmentionnées n'ont pas été respectées.

Vous ne pouvez télécharger, exporter ou réexporter ces informations qu'en total accord avec toutes les lois et règlements applicables dans votre pays, y compris les lois et règlements américains relatifs à l'exportation.

IBM N'OCTROIE AUCUNE GARANTIE SUR LE CONTENU DE CES PUBLICATIONS. LES PUBLICATIONS SONT FOURNIES « EN L'ETAT » SANS GARANTIE D'AUCUNE SORTE, EXPLICITE OU IMPLICITE, Y COMPRIS SANS S'Y LIMITER, SANS GARANTIE DE RESPECT DES LEGISLATIONS EN VIGUEUR, DE CONFORMITE AUX EXIGENCES COMMERCIALES OU D'ADEQUATION A UN USAGE PARTICULIER.

Remarque sur les règles de confidentialité

Les logiciels IBM, y compris le logiciel sous forme de services ("Offres logicielles") peuvent utiliser des cookies ou d'autres technologies pour collecter des informations sur l'utilisation des produits, pour aider à améliorer l'expérience de l'utilisateur final, pour personnaliser les interactions avec l'utilisateur final, etc. Un cookie est un fragment de données qu'un site Web peut envoyer à votre navigateur et qui peuvent être stockées sur votre ordinateur sous forme de balise identifiant la machine. Très souvent, aucune information personnelle n'est collectée par ces cookies. Si une offre logicielle vous permet de collecter des informations personnelles via des cookies et d'autres technologies similaires, vous trouverez ci-dessous des renseignements spécifiques les concernant.

En fonction des configurations déployées, cette offre logicielle peut utiliser des cookies de session et persistants qui collectent le nom de chaque utilisateur et d'autres renseignements personnels ; ils servent à la gestion de la session, à une meilleure convivialité pour l'utilisateur et à des fins de suivi ou de fonctionnement. Ces cookies peuvent être désactivés, mais leur désactivation élimine la fonctionnalité qu'ils offrent.

Plusieurs juridictions régulent la collecte d'informations personnelles via des cookies et des technologies similaires. Si les configurations déployées pour cette offre logicielle vous permettent en tant que client de collecter des informations personnelles d'utilisateurs finaux via des cookies et d'autres technologies, vous devez rechercher votre propre avis légal concernant les lois applicables à cette collecte de données, dont toute exigence de mention et d'accord lorsqu'approprié.

IBM demande que les clients (1) fournissent un lien clair aux conditions d'utilisation du site Web (par exemple, les règles de confidentialité), avec un lien aux pratiques de collecte et d'utilisation de données client et IBM, (2) indiquent des cookies et des gifs transparents/pixels espions sont placés sur l'ordinateur du visiteur par IBM au nom du client, avec une explication sur l'objectif de cette technologie, et (3) dans la mesure autorisée par la loi, obtiennent l'accord des visiteurs du site Web avant le placement de cookies et de gifs transparents/pixels espions placés par le client ou par IBM pour le compte du client sur les appareils des visiteurs du site Web.

Pour plus d'informations sur l'utilisation de diverses technologies, y compris les cookies, voir la déclaration de confidentialité en ligne d'IBM à l'adresse <http://www.ibm.com/privacy/details/us/en>, section "Cookies, Web Beacons and Other Technologies."

