

Documentation IBM LIVEMail



Table des matières

Documentation IBM LIVEmail.....	1
Présentation de LIVEmail.....	2
Fonctions et avantages de LIVEmail.....	3
Configuration système requise.....	3
Initiation à LIVEmail.....	4
Fonctionnement des licences LIVEmail.....	4
Configuration des comptes utilisateur.....	4
Accès à LIVEmail.....	4
Intégration de LIVEmail avec des produits Digital Analytics.....	5
LIVEmail - FAQ.....	5
Configuration des flux de données LIVEmail.....	7
Configuration des flux de données de prestataire de messagerie certifié.....	7
Configuration des flux Campagnes selon les meilleures pratiques.....	9
Configuration des flux de campagne Navigateur d'offres de voyage et Navigateur de produits.....	9
Configuration du flux de campagne Abandons.....	10
Configuration du flux de campagne Après un achat.....	12
Configuration du flux de campagne Visiteurs peu actifs.....	13
Définition de flux personnalisés.....	15
Définition de flux d'enregistrement d'activité.....	15
Définition de flux Enregistrements clients.....	17
Gestion de LIVEmail.....	19
Gestion des segments LIVEmail.....	19
Gestion des exportations de données.....	20
Gestion des cibles SFTP.....	20
Utilisation de rapports LIVEmail pour analyser des campagnes par e-mail.....	23
Reciblage de segments depuis des applications Digital Analytics.....	24
Autres informations de contact.....	29
Support.....	31
Marques.....	33
Dispositions applicables à la documentation du produit.....	33
Remarques sur les règles de confidentialité.....	34

Documentation IBM LIVEMail

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

Mise en route

[«Présentation de LIVEMail», à la page 2](#)

IBM LIVEMail est une application de marketing de précision par e-mail qui facilite la création et l'exécution de campagnes par e-mail ciblées pour améliorer les taux d'ouverture, de clics et de conversion ainsi que les niveaux d'engagement et de satisfaction des clients pour votre canal d'e-mails.

[«Fonctions et avantages de LIVEMail», à la page 3](#)

LIVEMail fournit des segments de clients ciblés et leurs activités de site correspondantes pour aider à définir les conversations les plus pertinentes, ainsi que des offres à inclure dans votre messagerie électronique.

[«Intégration de LIVEMail avec des produits Digital Analytics», à la page 5](#)

En plus d' IBM Digital Recommendations et IBM AdTarget, IBM LIVEMail fait partie de la suite de la solution d'optimisation du marketing Digital Analytics. LIVEMail facilite l'optimisation des campagnes par e-mail exécutées par les partenaires prestataires de messagerie leaders du secteur aussi bien que par des systèmes de distribution d'e-mails internes.

[«Configuration système requise», à la page 3](#)

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.

[«Fonctionnement des licences LIVEMail», à la page 4](#)

La compréhension du fonctionnement des licences LIVEMail est un élément critique pour la mise en route de LIVEMail. Assurez-vous de connaître le fonctionnement des licences dans votre environnement avant de tenter de configurer des comptes utilisateur pour LIVEMail.

[«Configuration des comptes utilisateur», à la page 4](#)

Avant que les utilisateurs puissent accéder à LIVEMail et l'utiliser, vous devez configurer des groupes d'utilisateurs pour LIVEMail.

[«Accès à LIVEMail», à la page 4](#)

Vous pouvez accéder à IBM LIVEMail directement ou à partir d'une autre application Digital Analytics.

[«LIVEMail - FAQ», à la page 5](#)

Tâches de configuration

[«Configuration des flux de données de prestataire de messagerie certifié», à la page 7](#)

Vous pouvez configurer LIVEMail pour qu'il s'intègre aux prestataires de messagerie certifiés IBM Digital Analytics pour améliorer l'efficacité et la distribution des campagnes par e-mail.

[«Configuration des flux de campagne Navigateur d'offres de voyage et Navigateur de produits», à la page 9](#)

Les flux de campagne Navigateur d'offres de voyage et Navigateur de produits incluent une logique de segmentation inter-sessions prédéfinie, mais vous pouvez appliquer un filtrage des contextes pour adapter le résultat aux exportations.

[«Configuration du flux de campagne Abandons», à la page 10](#)

Le flux de campagne selon les meilleures pratiques des visiteurs ayant abandonné est conçu pour vous aider à définir des exportations LIVEMail quotidiennes qui se composent des visiteurs du site qui ont abandonné le processus de conversion fondamental sur votre site, avec un contenu d'e-mail ciblé et des offres pour les ramener vers le site pour terminer le processus de conversion. Le programme des visiteurs ayant abandonné comprend une logique de segmentation inter-sessions prédéfinie, mais vous pouvez appliquer un filtrage des contextes pour adapter le résultat aux exportations LIVEMail.

[«Configuration du flux de campagne Après un achat», à la page 12](#)

Vous pouvez configurer le flux de campagne selon les meilleures pratiques Après un achat pour optimiser la réussite de votre travail de marketing par e-mail. Le programme Après un achat comprend une logique

de segmentation inter-sessions prédéfinie, mais vous pouvez appliquer un filtrage des contextes pour adapter le résultat aux exportations.

[«Configuration du flux de campagne Visiteurs peu actifs», à la page 13](#)

Le flux de campagne selon les meilleures pratiques Visiteurs peu actifs de LIVEmail propose un mécanisme pour maintenir le contact, particulièrement avec les clients et les visiteurs inscrits que vous n'avez pas vus récemment sur votre site. Les campagnes par e-mail sont une manière très rentable de réengager les visiteurs du site que vous n'avez pas vu depuis un certain temps et de les ramener vers votre site Web.

[«Définition de flux d'enregistrement d'activité», à la page 15](#)

Le flux d'enregistrement d'activité LIVEmail délivre une exportation traitée chaque jour et qui peut être configurée pour inclure de nombreuses activités de site des visiteurs.

[«Définition de flux Enregistrements clients», à la page 17](#)

Le flux Enregistrements clients LIVEmail délivre une exportation qui peut être traitée de manière quotidienne ou hebdomadaire et peut être configurée pour inclure n'importe quel nombre d'activités de site de visiteurs, d'attributs client ou d'attributs de session.

Tâches de gestion

[«Gestion des segments LIVEmail», à la page 19](#)

En plus de la gestion de segments pendant le processus de création d'exportations LIVEmail personnalisées, vous pouvez également créer, modifier ou supprimer des segments dans l'écran LIVEmail **Gérer > Segments**.

[«Gestion des exportations de données», à la page 20](#)

Utilisez la page Gestion des flux de LIVEmail pour surveiller vos exportations de données.

[«Gestion des cibles SFTP», à la page 20](#)

Utilisez la page Gestion SFTP de LIVEmail pour créer des cibles SFTP d'exportation et spécifier des cibles SFTP d'importation. Les cibles SFTP d'exportation spécifient les emplacements vers lesquels vous voulez envoyer les exportations LIVEmail, tandis que les cibles SFTP d'importation peuvent être utilisées pour ajouter des indicateurs de votre prestataire de service de messagerie à vos rapports LIVEmail.

Autres tâches courantes

[«Utilisation de rapports LIVEmail pour analyser des campagnes par e-mail», à la page 23](#)

Vous pouvez utiliser des rapports LIVEmail pour analyser la performance des campagnes par e-mail. Les rapports LIVEmail vous permettent de voir des indicateurs d'efficacité de programme fournis par les prestataires de messagerie qui correspondent directement aux indicateurs de performance sur site suivis par Digital Analytics.

[«Recyclage de segments depuis des applications Digital Analytics», à la page 24](#)

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

Présentation de LIVEmail

IBM LIVEmail est une application de marketing de précision par e-mail qui facilite la création et l'exécution de campagnes par e-mail ciblées pour améliorer les taux d'ouverture, de clics et de conversion ainsi que les niveaux d'engagement et de satisfaction des clients pour votre canal d'e-mails.

LIVEmail vous permet de diffuser des messages et des offres pertinentes, en fonction des données comportementales détaillées d'analyse Web pour fournir la communication par e-mail la plus appropriée ainsi que des visiteurs et des clients à votre site Web au bon moment.

LIVEmail s'intègre également aux prestataires de messagerie certifiés Digital Analytics pour améliorer l'efficacité et la distribution des campagnes par e-mail.

LIVEmail offre des campagnes selon les meilleures pratiques par e-mail, telles que le ciblage des personnes ayant parcouru, abandonné, effectué une conversion ou peu visité le site, un filtrage et une

segmentation avancés, des planifications configurables de déclenchement d'e-mail, des rapports natifs pour suivre les performances des campagnes et des importations de données provenant de tierces partie, le tout dans une même application.

Fonctions et avantages de LIVEmail

LIVEmail fournit des segments de clients ciblés et leurs activités de site correspondantes pour aider à définir les conversations les plus pertinentes, ainsi que des offres à inclure dans votre messagerie électronique.

LIVEmail offre les fonctions et les avantages suivants.

Campagnes par e-mail selon les meilleures pratiques

LIVEmail offre des définitions de campagnes selon les meilleures pratiques pour que vos initiatives par e-mail fonctionnent rapidement. Vous pouvez facilement cibler les navigateurs de site, les visiteurs ayant abandonnés leur panier, les visiteurs convertis ou les clients peu actifs avec des messages pertinents pour augmenter la conversion, l'engagement et la demande.

Segmentation avancée

Les capacités de segmentation de LIVEmail offrent de nombreuses options pour la définition de segments de relance marketing par e-mail personnalisés. En outre, les filtres d'attributs d'activité peuvent être appliqués aux segments d'e-mail qui sont créés dans LIVEmail pour un ciblage plus précis.

Génération de rapports native

En plus de suivre les performances des canaux e-mail avec une analyse par attribution de pointe de Digital Analytics, les vendeurs par e-mail peuvent rapidement mieux connaître l'efficacité d'une campagne par e-mail directement à partir de LIVEmail dans son interface souple de génération de rapports.

Importations du prestataire de messagerie

Indicateurs de réussite de la boîte de réception de vues et d'importations capturées par votre partenaire (par exemple, taux d'ouvertures d'e-mail, taux de clics et rapports d'émission) conformément aux KPI sur site de la campagne signalés par Digital Analytics (par exemple, le taux de conversion, les ventes et les événements terminés) pour évaluer la réussite globale de la campagne ; une véritable vue à 360 degrés de vos initiatives marketing par e-mail.

Formats d'exportation souples

Créez des exportations de données basées sur les profils des visiteurs ou des exportations d'enregistrement de l'activité des visiteurs basées sur les besoins de votre organisation ou sur ceux du prestataire de messagerie avec lequel vous travaillez.

Intégration améliorée

Tirez profit de la vaste communauté des prestataires de messagerie certifiés IBM pour utiliser leur installation de campagne avancée et leurs outils de transmission tout en améliorant rapidement la pertinence de votre messagerie.

Configuration système requise

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.

Vous devez disposer de la configuration système suivante :

- 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 : 1 Go de RAM ou plus

Initiation à LIVEmail

Pour pouvoir mettre en route LIVEmail, vous devez d'abord disposer d'une licence pour le produit, puis configurer les autorisations de LIVEmail pour les groupes d'utilisateurs qui doivent accéder à l'application. Une fois ces autorisations configurées, les utilisateurs peuvent accéder à LIVEmail et commencer à l'utiliser.

Fonctionnement des licences LIVEmail

La compréhension du fonctionnement des licences LIVEmail est un élément critique pour la mise en route de LIVEmail. Assurez-vous de connaître le fonctionnement des licences dans votre environnement avant de tenter de configurer des comptes utilisateur pour LIVEmail.

LIVEmail est disponible pour tous les clients Digital Analytics qui souhaitent installer l'application sous licence. Les clients LIVEmail n'ont pas besoin de travailler avec l'un des partenaires actuels prestataires de messagerie certifiés IBM pour utiliser l'application. Les exportations d'activités de visiteurs ciblés peuvent être transmises à n'importe quelle cible SFTP valide spécifiée. Vous devez toujours communiquer la nature des flux de données LIVEmail que vous souhaitez exporter au destinataire d'une tierce partie afin qu'il reçoive correctement le flux de données et les incorpore correctement dans son système.

Lorsque votre organisation exécute un contrat de licence LIVEmail avec Digital Analytics, LIVEmail est activé par les services de définition d'accès Digital Analytics pour les numéros clients qui sont inclus dans votre contrat de licence.

Par défaut, l'application LIVEmail est activée uniquement pour les comptes utilisateur qui sont membres de votre groupe d'utilisateurs Administrateur. Si des comptes utilisateur d'autres groupes ont besoin d'un accès à LIVEmail, vous pouvez activer l'application pour les groupes d'utilisateurs suivants.

Configuration des comptes utilisateur

Avant que les utilisateurs puissent accéder à LIVEmail et l'utiliser, vous devez configurer des groupes d'utilisateurs pour LIVEmail.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Pour activer LIVEmail pour des groupes d'utilisateurs, un administrateur de votre organisation doit se connecter à Digital Analytics pour les ID client applicables et pour effectuer la procédure suivante.

Procédure

1. Accédez à **Admin** dans la barre des menus.
2. Cliquez sur **Gérer les groupes** dans le panneau de navigation gauche.
3. Cliquez sur le nom du groupe d'utilisateurs que vous souhaitez éditer ou créez un nouveau groupe d'utilisateurs.
4. Dans la liste Options des droits, sélectionnez la case à cocher LIVEmail 3 pour activer l'application pour tous les utilisateurs du groupe d'utilisateurs sélectionné.

Accès à LIVEmail

Vous pouvez accéder à IBM LIVEmail directement ou à partir d'une autre application Digital Analytics.

Si votre compte est activé pour IBM LIVEmail, vous pouvez y accéder de deux façons :

- Si vous êtes déjà connecté à une application IBM Digital Analytics, cliquez sur **LIVEmail** dans le menu de navigation de l'en-tête. L'application s'ouvre et vous êtes automatiquement authentifié.
- Accédez à l'URL ayant été attribuée à votre organisation lors de la création de votre compte. Sur la page de connexion, entrez vos ID client, nom d'utilisateur et mot de passe, puis cliquez sur **Connexion**.

Si vous ne connaissez pas l'URL, contactez le support logiciel IBM.

Intégration de LIVEmail avec des produits Digital Analytics

En plus d' IBM Digital Recommendations et IBM AdTarget, IBM LIVEmail fait partie de la suite de la solution d'optimisation du marketing Digital Analytics. LIVEmail facilite l'optimisation des campagnes par e-mail exécutées par les partenaires prestataires de messagerie leaders du secteur aussi bien que par des systèmes de distribution d'e-mails internes.

LIVEmail s'intègre aux autres produits Digital Analytics des façons suivantes :

- Les segments provenant d'IBM Digital Analytics Explore peuvent être utilisés pour la définition des flux de données de ciblage dans LIVEmail.
- IBM Digital Recommendations offre des recommandations dynamiques pour les campagnes par e-mail qui peuvent être basées sur des segments de visiteurs/clients ciblés définis dans LIVEmail.
- Le fichier de définition de catégorie et les fichiers de mappage de noms de produit provenant de Digital Analytics peuvent être ajoutés aux travaux d'exportation de LIVEmail.

LIVEmail - FAQ

Q : Dois-je utiliser l'un des partenaires certifiés IBM pour LIVEmail qui sont répertoriés sur la page Partenaires ? Et si mon partenaire actuel n'est pas affiché dans l'interface utilisateur LIVEmail ?

R : L'utilisation d'un partenaire certifié IBM pour LIVEmail assure qu'une exportation LIVEmail standard peut être facilement reçue et traitée par votre partenaire. La certification implique le test des partenaires pour s'assurer qu'ils peuvent bien recevoir les activités des visiteurs LIVEmail, les attributs des visiteurs et les attributs de session dans un des formats d'exportation de fichiers standard. Etant donné que LIVEmail produit des exportations de données qui sont composées de comportements de visiteurs granulaires, tout ESP ou système tiers sera capable de recevoir et d'utiliser les données LIVEmail que vous envoyez. Cependant, les ESP non certifiés peuvent facturer le stockage de données supplémentaires ou des frais de personnalisation. Discutez toujours avec votre partenaire du type de données qu'il souhaite recevoir pour mener des campagnes par e-mail ciblées pour vous et assurez-vous de lui indiquer le format du fichier LIVEmail que vous lui enverrez.

Si votre partenaire n'est pas un partenaire certifié IBM, contactez l'assistance Digital Analytics afin que notre équipe de développement commercial puisse contacter l'ESP à propos du programme de certification IBM pour LIVEmail.

Q : Quels ESP sont actuellement des partenaires certifiés IBM ?

R : Tous les partenaires certifiés LIVEmail apparaissent dans la section **Intégrer > Partenaires ESP** du panneau de navigation latéral. Si le partenaire ESP actuel de votre organisation n'est pas certifié pour LIVEmail, vous pouvez contacter le support Digital Analytics pour que notre équipe de développement commercial puisse procéder à la certification de cette organisation.

Q : Quel type d'assistance technique/de meilleures pratiques pour LIVEmail reçois-je dans le cadre de mon contrat de services ?

R : Un spécialiste des applications dédiées contactera un membre de votre organisation dans les 48 heures suivant l'approvisionnement de l'application LIVEmail pour un ou plusieurs de vos ID client Digital Analytics. Les spécialistes des applications sont hautement qualifiés dans tous les aspects du processus d'activation et doivent avoir une connaissance approfondie des considérations techniques, stratégiques et de meilleures pratiques entourant les applications de marketing de précision Digital Analytics.

Vous recevrez l'assistance de meilleures pratiques (y compris le matériel de référence) pour consolider les besoins commerciaux de vos programmes par e-mail gérés par LIVEmail, pour un audit de balises du site ciblé, pour une session de formation utilisateur sur la configuration des exportations LIVEmail et pour l'assistance technique pendant la phase de configuration d'intégration de l'ESP.

Q : Combien d'exportations LIVEmail puis-je configurer ?

R : Par défaut, un utilisateur peut avoir jusqu'à 10 exportations LIVEmail récurrentes à un moment donné. Si vous devez accéder à des flux supplémentaires, contactez l'équipe chargée de votre compte Digital Analytics.

Q : J'utilise un outil de messagerie/de base de données maison ou géré en interne. Digital Analytics a-t-elle une documentation technique pour aider mon équipe marketing informatique/de base de données à étudier un processus d'internalisation des flux de données LIVEmail ?

R : Absolument. Vous trouverez des spécifications techniques détaillées relatives à l'application LIVEmail sur le site d'assistance en effectuant une recherche sur "Spécifications des données LIVEmail".

Q : Puis-je appliquer une segmentation/logique commerciale supplémentaire dans l'application LIVEmail qui réside normalement avec mon ESP (par exemple, le plafonnement de fréquence, les vérifications du statut d'engagement, la logique multi-événement) ?

R : Non. Actuellement, LIVEmail ne prend pas en charge la segmentation ou la logique commerciale qui est liée aux informations du centre de préférences, au plafonnement multi-événements/de la fréquence ou au statut d'engagement/de désengagement. Discutez de ces exigences commerciales de valeur ajoutée avec votre partenaire ESP.

Q : Puis-je utiliser mon attribut de page, de produit ou d'autres attributs dans LIVEmail à des fins de segmentation ?

R : Oui. Toutes les données d'attribut que votre organisation envoie à l'aide de balises ou de fichiers d'importation de données peuvent être utilisées pour créer des segments de visiteurs dans LIVEmail. N'oubliez pas que vous devez créer un alias pour vos données d'attribut avant qu'elles ne s'affichent dans l'interface utilisateur LIVEmail.

Q : Puis-je importer n'importe quelles données de mon prestataire de messagerie à l'aide des indicateurs personnalisés de la boîte de réception pris en charge par LIVEmail ?

R : Non. Toutes les zones de données importées qui ne sont pas standard (telles que les indicateurs des boîtes de réception 1 à 15) doivent inclure des valeurs de données numériques. Si vous essayez d'importer des données de chaîne dans ces zones, le travail d'importation échouera.

Q : A quel moment Digital Analytics s'arrête-t-il lorsqu'un jour se termine et que l'autre commence ? (pour la période d'analyse des données ?)

R : Nous arrêtons les sessions à minuit, donc si un utilisateur met un produit dans son panier à 23h30 le 28 septembre et l'achète à 0h03 le 29 septembre, il sera répertorié comme abandonné dans le flux du 28 septembre.

Q : A quel fuseau horaire se réfère Digital Analytics lors de l'identification de "l'heure de l'action/activité" ?

R : Tous les horodatages d'acquisition de données et d'activité sont basés sur le FUSEAU HORAIRE DES CLIENTS comme cela est défini dans les paramètres de leur compte. Le fuseau horaire des visiteurs du site n'est jamais pris en compte.

Q : Que fait le paramètre "cm_lm" ?

R : La bibliothèque standard `cmdatatagutils.js` intégrée dans les pages du site d'un client possède un gestionnaire qui va auto-générer une balise d'enregistrement lorsqu'un lien entrant contient l'argument `cm_lm=`. La valeur passée après le signe égal (=) sera découpée en deux paramètres de cette balise (**ID client** et **Adresse e-mail**). Cette fonction n'est PAS requise pour une intégration LIVEmail. La fonction a été conçue pour répondre à des situations où il manque à un nouveau client Digital Analytics un nombre important d'adresses e-mail dans son tableau d'enregistrement. C'est une manière rapide de "regrouper" la quantité d'associations d'adresses cookie-vers-e-mail dans la base de données.

Question : Comment un client implémente-t-il le paramètre URL "cm_lm" ?

R : `cm_lm=` peut être ajouté en tant que paramètre de chaîne de requête URL normale à des liens d'e-mails entrants. La valeur après le signe égal doit être l'adresse e-mail du destinataire de l'e-mail. Le client devra travailler avec son ESP ou son équipe d'assistance d'outils électroniques pour comprendre quelle variable ou quel jeton de fusion d'e-mail est utilisé par son logiciel pour intégrer l'adresse e-mail du destinataire dans des liens. Par exemple : `cm_lm=%adresse_email%`. `cm_lm` doit être en caractères minuscules et l'encodage par URL n'est pas autorisé. Les clients doivent TOUJOURS tester la fonction avant l'envoi d'un e-mail à leur liste d'e-mails complète. Ils doivent utiliser l'utilitaire Digital Analytics Tagbar pour s'assurer qu'un lien entrant avec ce paramètre ajouté crée une balise d'enregistrement où les zones **ID client** et **Adresse e-mail** sont remplies avec la valeur de l'argument `cm_lm`.

Configuration des flux de données LIVEmail

Vous pouvez configurer LIVEmail pour vous permettre d'envoyer des flux de données LIVEmail certifiés à des partenaires IBM, de créer des flux de campagnes selon les meilleures pratiques pour des partenaires non certifiés ou pour des systèmes internes, ou de définir des exportations entièrement personnalisées. Les choix de configuration que vous faites vous permettent de contrôler les organisations avec lesquelles vous voulez partager les données de visiteurs de site ainsi que les types spécifiques de données que vous voulez partager à des fins de marketing par e-mail.

Configuration des flux de données de prestataire de messagerie certifié

Vous pouvez configurer LIVEmail pour qu'il s'intègre aux prestataires de messagerie certifiés IBM Digital Analytics pour améliorer l'efficacité et la distribution des campagnes par e-mail.

Avant de commencer

Communiquez à votre prestataire de messagerie le nom de l'exportation et les paramètres de cible SFTP car ils peuvent avoir des exigences que vous devez respecter lorsque vous configurez votre exportation LIVEmail.

Remarque : L'activation de la syndication des données dans LIVEmail est soumise à l'approbation ou à l'acceptation par les partenaires que vous avez sélectionnés. Vous devez établir une relation contractuelle avec chaque partenaire avec lequel vous souhaitez travailler. Veillez à avoir des contrats en place avec vos partenaires pour les campagnes LIVEmail que vous souhaitez exécuter. Veillez aussi à ce que vos partenaires s'attendent à votre demande d'activation de syndication des données.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Toutes les organisations de fournisseurs de messagerie ayant obtenu la certification IBM apparaissent en tant qu'options pouvant être sélectionnées dans la section Partenaires de LIVEmail. Pour devenir un partenaire certifié de LIVEmail, les organisations de prestataires de messagerie doivent disposer d'une solution reproductible pour l'intégration avec Digital Analytics en acceptant et en internalisant des flux de données LIVEmail dans leurs applications. La page Configuration des partenaires affiche uniquement le type d'exportation LIVEmail pour lequel le partenaire a été certifié. Procédez selon les étapes suivantes pour configurer un flux LIVEmail de partenaire.

Procédure

1. Dans la section Intégrer de la sous-fenêtre de navigation latérale, sélectionnez votre partenaire certifié IBM et faites-le glisser vers la sous-fenêtre principale.

Lorsque vous avez sélectionné le prestataire de messagerie pour votre organisation, l'écran LIVEmail met à jour l'exportation de données LIVEmail prédéfinie pour ce partenaire. Le schéma de fichier par défaut, y compris les zones d'activité, pour votre partenaire s'affiche dans le cadre Zones sélectionnées.

2. Indiquez les informations de l'intégration de votre partenaire.

Indiquez les informations suivantes :

- **Nom de l'exportation** : Nom de votre fichier d'exportation
- **Cible SFTP** : Cible de destination vers laquelle le flux LIVEmail doit être envoyé.

Remarque : Si la cible SFTP que vous voulez utiliser ne figure pas dans la liste de la zone déroulante, vous pouvez la spécifier à l'aide du bouton Créer.

- **Liste de notification par courrier électronique** : Liste d'adresses e-mail pour toutes les personnes qui doivent être notifiées de la réussite ou de l'échec du traitement et de la livraison du flux LIVEmail.
- **Configuration de partenaire** : LIVEmail vous permet de déverrouiller et d'éditer les configurations d'exportation des partenaires certifiés.

Remarque : Les exportations de partenaire sont verrouillées par défaut et les zones de données qui sont sélectionnées pour l'exportation sont grisées ou désactivées sur le côté droit de l'interface utilisateur de configuration. LIVEmail verrouille les formats de fichier d'exportation du partenaire pour s'assurer que vous créez un flux qui respecte les données que le partenaire s'attend à recevoir dans une intégration certifiée avec Digital Analytics. L'application vérifie que vous créez un flux qui peut être internalisé immédiatement par le partenaire que vous avez sélectionné car LIVEmail vous permet de créer des flux d'exportation de données avec une large variété d'informations d'activité de visiteurs dans des formats de fichiers différents.

Pour déverrouiller et éditer les configurations d'exportation des partenaires certifiés, utilisez la procédure suivante :

- Consultez votre partenaire prestataire de messagerie certifié IBM pour vérifier qu'il acceptera les fichiers d'exportation IBM différents du standard.

Remarque : La plupart des partenaires prestataires de messagerie certifiées IBM accepteront les fichiers d'exportation LIVEmail qui s'écartent de la norme, mais ils se réservent le droit de facturer des frais de personnalisation supplémentaires dans ces instances.

- Cliquez sur l'icône de verrou (🔒).
- Après avoir déverrouillé la configuration d'exportation de partenaire, vous pouvez ajouter ou supprimer les éléments suivants en les faisant glisser depuis la section Zones disponibles et en les déposant dans la section Zones sélectionnées :

- Zones d'activité des visiteurs de votre spécification LIVEmail

Remarque : Toutes les zones d'activité de visiteurs disponibles sont regroupées par catégories afin qu'elles puissent être facilement localisées et ajoutées.

- Fichiers auxiliaires accompagnant l'exportation de votre partenaire par défaut
- Zones de données de votre spécification de fichier

Remarque : Vous pouvez inclure jusqu'à 15 zones d'activité de visiteurs dans une exportation LIVEmail.

3. Activez votre exportation LIVEmail.

Lorsque vous avez terminé la configuration de votre exportation LIVEmail, cliquez sur **Soumettre** pour planifier le début du traitement quotidien de votre flux de données au lendemain.

Votre flux LIVEmail nouvellement créé sera répertorié dans le bas du menu Intégrer et vous pouvez passer votre souris sur le flux pour voir son statut actuel.

Configuration des flux Campagnes selon les meilleures pratiques

LIVEmail offre quatre flux de relance marketing selon les meilleures pratiques qui vous permettent d'exécuter la logique des campagnes directement dans Digital Analytics. Vous pouvez utiliser ces flux si vous ne travaillez pas avec des partenaires certifiés IBM pour LIVEmail ou si votre partenaire ou un outil interne n'a pas de capacités robustes pour le stockage des données d'activité de site des visiteurs sur des périodes de temps étendues ou ne peut pas appliquer une logique de visiteurs inter-sites à ces données importées.

Configuration des flux de campagne Navigateur d'offres de voyage et Navigateur de produits

Les flux de campagne Navigateur d'offres de voyage et Navigateur de produits incluent une logique de segmentation inter-sessions prédéfinie, mais vous pouvez appliquer un filtrage des contextes pour adapter le résultat aux exportations.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Les programmes par e-mail basés sur la navigation sont implémentés par des responsables du marketing qui souhaitent personnaliser les messages et les offres adressés à un destinataire. Pour cela, ils observent les comportements de navigation individuels, puis ils adaptent les messages et les offres aux destinataires en fonction des affinités avec les produits et les contenus lors des visites précédentes de ces destinataires sur le site.

Les campagnes de navigation peuvent prendre plusieurs formes, mais le but prioritaire consiste à attirer de nouveau des visiteurs sur votre site pour effectuer un événement de conversion en fournissant un contenu approprié adapté à chaque visiteur.

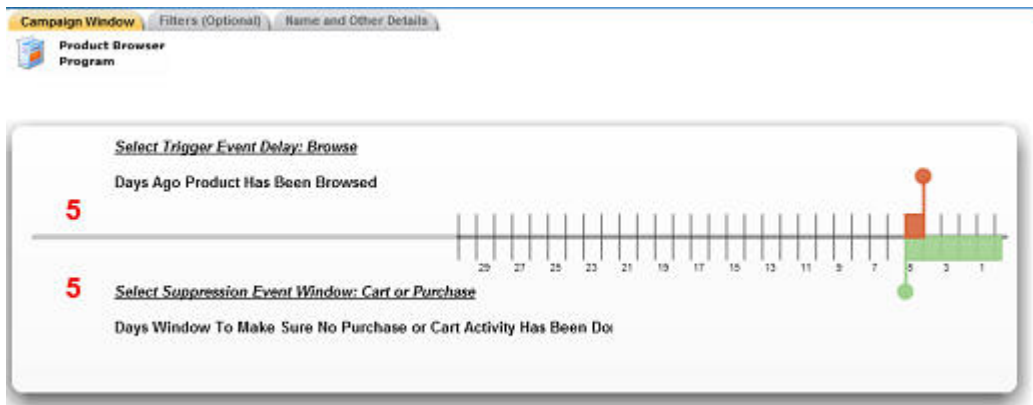
Procédure

1. Faites glisser l'icône du programme Navigateur d'offres de voyage ou du programme Navigateur de produits depuis la section Campagnes selon les meilleures pratiques et déposez-la dans le volet principal de LIVEmail.
2. Dans l'onglet Fenêtre de campagne, faites glisser le cercle rouge ou vert pour spécifier un retard d'événement de déclenchement pour l'activité d'abandon de navigation et une fenêtre d'événement de suppression pour l'activité de conversion correspondante.

Un achat ou une activité de panier pour le marché vertical est un exemple d'activité de conversion.

Remarque : Les flux de campagne selon les meilleures pratiques de navigation sont exportés tous les jours : vous disposez donc des cibles les plus récentes pour votre programme par e-mail.

Par exemple, supposez que vous définissiez votre délai pour les fenêtres d'événement déclencheur et d'événement de suppression sur cinq jours.



Dans cette configuration, quand le flux d'exportation est compilé chaque matin, LIVEmail recherche tous les visiteurs du site ayant parcouru une page de détails du produits cinq jours plus tôt mais qui ne sont pas revenus depuis pour terminer l'événement de conversion. Si le cookie du visiteur pointe vers un profil d'enregistrement qui inclut une adresse e-mail, ce visiteur est alors inclus dans l'exportation pour ce jour.

Les fenêtres de délai de déclenchement et d'événement de suppression peuvent être définies jusqu'à 30 jours dans le passé. La période que vous sélectionnez pour chacune de ces options dépend de la nature de la campagne basée sur la navigation que vous envisagez de diffuser. Par exemple, de longues fenêtres de déclenchement sont préférables pour les premiers points d'interaction avec un client pour éviter une saturation des communications par e-mail et réduire le stigmate la mauvaise impression qui peut parfois être associée au travail de marketing comportemental sur le Web.

3. Pour appliquer un filtre, sélectionnez un des types de critères pris en charge dans le menu déroulant et cliquez sur **Ajouter des critères**, puis entrez les critères de la logique du filtre.

Vous pouvez filtrer votre liste des cibles d'exportation en fonction du type de navigation qui s'applique à votre organisation.

Par exemple, les clients de commerce de détail peuvent souhaiter cibler des navigateurs uniquement à partir de catégories de produits spécifiques.

Remarque : Les filtres LIVEmail fonctionnent comme lors de l'application de filtres de rapport dans Digital Analytics Explore. La logique de filtre qui est spécifiée est utilisée pour inclure des visiteurs qui répondent aux critères spécifiés au lieu d'être exclus.

4. Pour spécifier les autres informations requises qui aident à décrire votre exportation de campagne selon les meilleures pratiques LIVEmail, cliquez sur **Nom et autres détails**, puis spécifiez les informations du flux.

Remarque : Si vous examinez des fichiers d'exportation LIVEmail dans Microsoft Excel, vous pouvez noter que les hypothèses de format faites par Excel sont liées au type de fichier tel qu'il est identifié par l'extension. Par exemple, les fichiers .CSV sont censés utiliser des virgules comme délimiteur de zones.

5. Cliquez sur **Soumettre** pour activer le traitement quotidien de votre flux LIVEmail. Après avoir soumis la campagne selon les meilleures pratiques, le flux LIVEmail nouvellement créé apparaît dans le volet principal avec un bas de page Digital Analytics.

Résultats

La première instance de l'exportation est envoyée le jour suivant l'activation.

Que faire ensuite

Vous pouvez modifier votre flux à tout moment en cliquant deux fois dessus.

Configuration du flux de campagne Abandons

Le flux de campagne selon les meilleures pratiques des visiteurs ayant abandonné est conçu pour vous aider à définir des exportations LIVEmail quotidiennes qui se composent des visiteurs du site qui ont

abandonné le processus de conversion fondamental sur votre site, avec un contenu d'e-mail ciblé et des offres pour les ramener vers le site pour terminer le processus de conversion. Le programme des visiteurs ayant abandonné comprend une logique de segmentation inter-sessions prédéfinie, mais vous pouvez appliquer un filtrage des contextes pour adapter le résultat aux exportations LIVEmail.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Une des campagnes par e-mail les plus importantes est celle de l'identification des visiteurs qui échouent à effectuer la conversion principale sur site telle que l'achèvement d'une demande de carte de crédit, la commande d'un produit ou la réservation dans un hôtel. Les programmes d'abandon peuvent produire une somme de revenus incrémentiels et améliorer l'expérience des clients s'ils sont exécutés correctement.

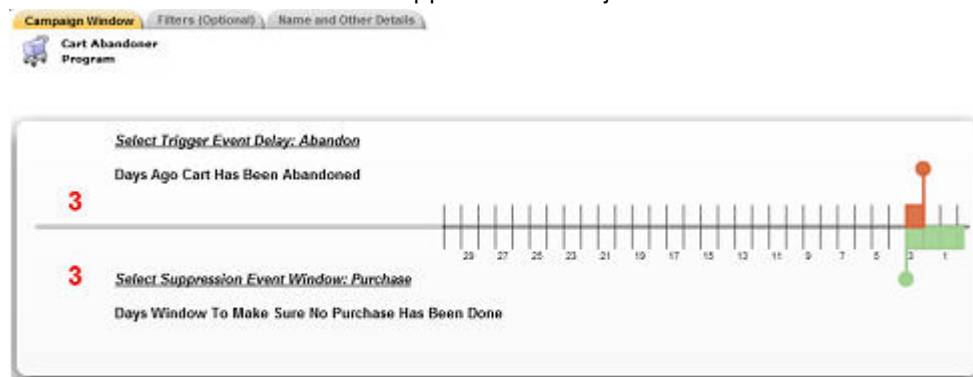
Procédure

1. Faites glisser l'icône du programme Abandon de panier depuis la section Campagnes selon les meilleures pratiques et déposez-la dans le volet principal de LIVEmail.
2. Dans l'onglet Fenêtre de campagne, faites glisser le cercle rouge ou vert pour spécifier un retard d'événement de déclenchement pour l'activité d'abandon de navigation et une fenêtre d'événement de suppression pour l'activité de conversion correspondante.

Un événement d'achat pour un abandon de panier dans le marché vertical est un exemple d'activité de conversion.

Remarque : Les flux de campagne selon les meilleures pratiques de visiteurs ayant abandonné sont exportés tous les jours : vous disposez donc des cibles les plus récentes pour votre programme par e-mail.

Par exemple, supposez que vous définissiez à la fois vos fenêtres de délai pour l'événement déclencheur et l'événement de suppression sur 2 jours.



Dans cette configuration, lorsque le flux d'exportation est compilé chaque matin, LIVEmail recherche tous les visiteurs du site qui ont abandonné deux jours auparavant mais qui ne sont pas revenus depuis lors terminer la transaction. Si le cookie du visiteur pointe vers un profil d'enregistrement qui inclut une adresse e-mail, ce visiteur est alors inclus dans l'exportation pour cette journée. Les fenêtres de délai de déclenchement et d'événement de suppression peuvent être définies jusqu'à 30 jours dans le passé. La période que vous sélectionnez pour chacune de ces options dépend de la nature de la communication d'abandon que vous envisagez de diffuser. Par exemple, si vous prévoyez de fournir un message de rappel d'une conversion non terminée sans aucun avantage, les meilleures pratiques du marché suggèrent d'utiliser une période plus courte de 1 à 2 jours. Des délais plus longs allant jusqu'à une semaine doivent être utilisés lorsque vous proposez un avantage au visiteur afin qu'il revienne sur le site pour terminer l'activité de conversion. En effet, offrir des avantages de conversion aux visiteurs du site qui vont très probablement revenir d'eux-mêmes pour effectuer la conversion n'est pas optimal.

3. Pour appliquer un filtre, sélectionnez un des types de critères pris en charge dans le menu déroulant et cliquez sur **Ajouter des critères**, puis entrez les critères de la logique du filtre.

Vous pouvez filtrer votre liste des cibles d'exportation en fonction du type d'abandon de conversion qui s'applique à votre organisation.

Par exemple, les clients peuvent souhaiter cibler uniquement les visiteurs du site ayant abandonné qui n'ont pas acheté un ensemble spécifique de produits, une catégorie de produits ou même un attribut de produit.

4. Pour spécifier les autres informations requises qui aident à décrire votre exportation de campagne selon les meilleures pratiques LIVEmail, cliquez sur **Nom et autres détails**, puis spécifiez les informations du flux.

Remarque : Si vous examinez des fichiers d'exportation LIVEmail dans Microsoft Excel, vous pouvez noter que les hypothèses de format faites par Excel sont liées au type de fichier tel qu'il est identifié par l'extension. Par exemple, les fichiers .CSV sont censés utiliser des virgules comme délimiteur de zones.

5. Cliquez sur **Soumettre** pour activer le traitement quotidien de votre flux LIVEmail.
Après avoir soumis la campagne selon les meilleures pratiques, le flux LIVEmail nouvellement créé apparaît dans le volet principal avec un bas de page Digital Analytics.

Résultats

La première instance de l'exportation est envoyée le jour suivant l'activation.

Que faire ensuite

Vous pouvez modifier votre flux à tout moment en cliquant deux fois dessus.

Configuration du flux de campagne Après un achat

Vous pouvez configurer le flux de campagne selon les meilleures pratiques Après un achat pour optimiser la réussite de votre travail de marketing par e-mail. Le programme Après un achat comprend une logique de segmentation inter-sessions prédéfinie, mais vous pouvez appliquer un filtrage des contextes pour adapter le résultat aux exportations.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

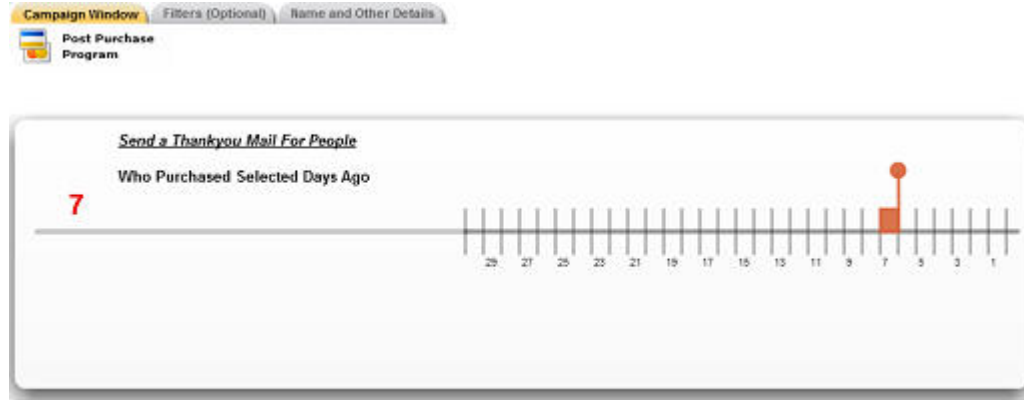
Bien que la plupart des sites aient automatisé les programmes par e-mail configurés pour remercier les clients pour leurs achats récents, les programmes d'achèvement post-conversion deviennent plus complexes. Par exemple, l'explosion des contenus générés par les utilisateurs, tels que les évaluations et les avis afin d'aider à la conversion des visiteurs, a encouragé les communications par e-mail selon les meilleures pratiques qui ont lieu avec après un délai plus important après l'activité d'achèvement de conversion. L'utilisation de la communication avec les clients pour solliciter des avis sur les produits est essentielle pour les stratégies de marketing social ou de bouche-à-oreille. Toutefois, des sites différents peuvent avoir besoin de critères très différents quant au moment de diffusion de ces demandes aux clients. Vous voulez donner à vos clients le temps nécessaire pour recevoir une commande et expérimenter le produit avant de leur demander un avis sur ce dernier ou pour leur fournir des recommandations de ventes croisées ou de ventes incitatives.

Procédure

1. Faites glisser l'icône de la campagne selon les meilleures pratiques Après un achat depuis la section Campagnes selon les meilleures pratiques et déposez-la dans le volet principal de LIVEmail.
2. Dans l'onglet Fenêtre de campagne, faites glisser le cercle rouge ou vert pour spécifier un retard d'événement de déclenchement pour l'activité d'après achat.

Selon les besoins commerciaux de votre organisation, vous pouvez spécifier le déclencheur d'événement pour jusqu'à 30 jours dans le passé. Là encore, si vous utilisez cette campagne selon les meilleures pratiques pour remercier vos communications par e-mail et/ou pour effectuer des ventes croisées de produits supplémentaires, il est alors recommandé de raccourcir les délais des déclencheurs d'événements. Si vous utilisez un programme après-vente pour solliciter un avis, un délai de déclenchement plus long est avantageux pour s'assurer que les clients ont disposé du temps

nécessaire pour utiliser et expérimenter le produit qu'ils ont acheté. Ainsi, vos clients fournissent un contenu utile et après réflexion.



Dans cette configuration, lorsque le flux d'exportation est compilé chaque matin, LIVEmail recherche tous les visiteurs du site ayant effectué une conversion sept jours auparavant. Si le cookie du visiteur pointe vers un profil d'enregistrement qui inclut une adresse e-mail, ce visiteur est alors inclus dans l'exportation pour cette journée.

3. Vous pouvez filtrer votre liste des cibles d'exportation en fonction de l'activité de conversion qui s'applique à vos initiatives en cours.

Par exemple, si vous avez déployé les évaluations et les avis sur les produits pour sélectionner des catégories sur votre site, l'option de filtre vous permet de sélectionner uniquement les clients qui ont acheté des articles dans les catégories spécifiées pour une campagne par e-mail "Donnez votre avis".

4. Pour spécifier les autres informations requises qui aident à décrire votre exportation de campagne selon les meilleures pratiques LIVEmail, cliquez sur **Nom et autres détails**, puis spécifiez les informations du flux.

Remarque : Si vous examinez des fichiers d'exportation LIVEmail dans Microsoft Excel, vous pouvez noter que les hypothèses de format faites par Excel sont liées au type de fichier tel qu'il est identifié par l'extension. Par exemple, les fichiers .CSV sont censés utiliser des virgules comme délimiteur de zones.

5. Cliquez sur **Soumettre** pour activer le traitement quotidien de votre flux LIVEmail. Après avoir soumis la campagne selon les meilleures pratiques, le flux LIVEmail nouvellement créé apparaît dans le volet principal avec un bas de page Digital Analytics.

Résultats

La première instance de l'exportation est envoyée le jour suivant l'activation.

Que faire ensuite

Vous pouvez modifier votre flux à tout moment en cliquant deux fois dessus.

Configuration du flux de campagne Visiteurs peu actifs

Le flux de campagne selon les meilleures pratiques Visiteurs peu actifs de LIVEmail propose un mécanisme pour maintenir le contact, particulièrement avec les clients et les visiteurs inscrits que vous n'avez pas vus récemment sur votre site. Les campagnes par e-mail sont une manière très rentable de réengager les visiteurs du site que vous n'avez pas vu depuis un certain temps et de les ramener vers votre site Web.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Le programme Visiteurs peu actifs comprend une logique de segmentation inter-sessions prédéfinie, mais vous pouvez appliquer un filtrage des contextes pour adapter le résultat aux exportations. Le type d'événement déclencheur que vous choisissez pour relancer votre communication avec un visiteur peu actif peut varier. LIVEmail offre différents moyens pour communiquer avec un visiteur peu actif.

Procédure

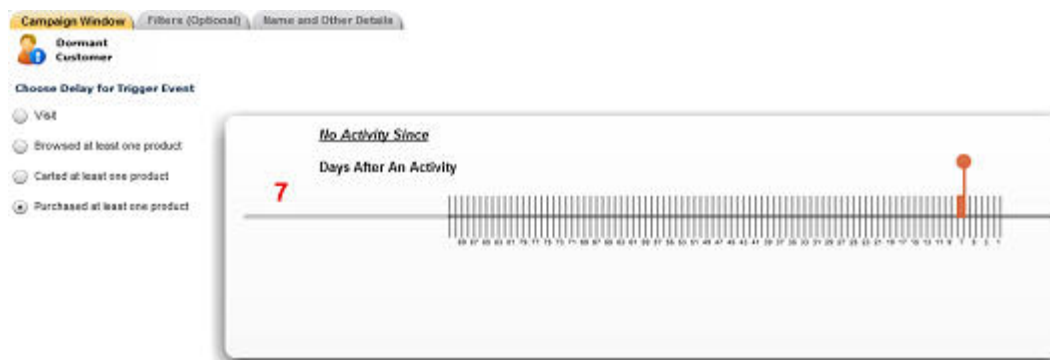
1. Faites glisser l'icône de la campagne selon les meilleures pratiques Visiteurs peu actifs depuis la section Campagnes selon les meilleures pratiques et déposez-la dans le volet principal de LIVEmail.
2. Dans l'onglet Fenêtre de campagne, faites glisser le cercle rouge ou vert pour spécifier le type de client peu actif que vous voulez cibler.

Vous pouvez cibler des personnes qui n'ont pas visité votre site, qui n'ont pas consulté les produits sur votre site, qui n'ont pas fait d'achat ou qui n'ont pas acheté sur votre site au cours d'un certain nombre de jours par le passé.

- a) Sélectionnez la définition de l'événement pour le type de faible activité que vous voulez utiliser en cliquant sur l'option de bouton radio correspondante.
- b) Spécifiez la durée de la période écoulée qui définit un client peu actif.

Pour cette campagne selon les meilleures pratiques, vous pouvez cibler les visiteurs qui ont eu une activité spécifique sur le site pour une période allant jusqu'à 90 jours dans le passé et qui n'ont plus eu depuis lors de session sur le site.

Remarque : Pour inciter le client à revenir sur votre site, le paramètre de délai de déclenchement optimal varie.



3. Vous pouvez filtrer votre liste des cibles d'exportation en fonction de la définition d'activité faible que vous avez appliquée.

Remarque : Si vous avez sélectionné **Visiter** comme définition de faible activité, l'onglet Filtre sera désactivé car il n'est pas applicable à ce type d'événement déclencheur.

4. Pour spécifier les autres informations requises qui aident à décrire votre exportation de campagne selon les meilleures pratiques LIVEmail, cliquez sur **Nom et autres détails**, puis spécifiez les informations du flux.

Remarque : Si vous examinez des fichiers d'exportation LIVEmail dans Microsoft Excel, vous pouvez noter que les hypothèses de format faites par Excel sont liées au type de fichier tel qu'il est identifié par l'extension. Par exemple, les fichiers .CSV sont censés utiliser des virgules comme délimiteur de zones.

5. Cliquez sur **Soumettre** pour activer le traitement quotidien de votre flux LIVEmail. Après avoir soumis la campagne selon les meilleures pratiques, le flux LIVEmail nouvellement créé apparaît dans le volet principal avec un bas de page Digital Analytics.

Résultats

La première instance de l'exportation est envoyée le jour suivant l'activation.

Que faire ensuite

Vous pouvez modifier votre flux à tout moment en cliquant deux fois dessus.

Définition de flux personnalisés

En plus d'offrir des flux de partenaires prestataires de messagerie prédéfinis et certifiés ainsi que des flux campagnes selon les meilleures pratiques, LIVEmail vous permet de définir un format d'exportation entièrement personnalisé pour toutes les exportations de données des activités des visiteurs utilisées pour alimenter une campagne de marketing de relance.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

LIVEmail prend en charge deux types de formats personnalisés :

- Flux « Enregistrements d'activité »
- Flux Enregistrements clients

Définition de flux d'enregistrement d'activité

Le flux d'enregistrement d'activité LIVEmail délivre une exportation traitée chaque jour et qui peut être configurée pour inclure de nombreuses activités de site des visiteurs.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Les activités de site suivantes peuvent être incluses dans un flux d'enregistrement d'activité :

- Produit consulté
- Produit acheté
- Produit abandonné
- Produit mis dans le panier
- Recherches sur site
- Vue de page
- Événement de conversion initialisé
- Événement de conversion terminé

Les flux d'enregistrement d'activité LIVEmail sont organisés de façon à ce que chaque ligne du fichier d'exportation corresponde à une combinaison unique visiteur-activité. Par exemple, si un visiteur parcourt cinq pages sur un site et que le flux d'enregistrement d'activité LIVEmail a été configuré pour inclure l'activité Vue de page, le fichier d'exportation comprend cinq lignes correspondant aux pages consultées par le visiteur. En plus de l'activité du site, d'autres informations relatives sont incluses.

Clé d'exportation

Vous pouvez sélectionner à partir de l'une des quatre colonnes votre flux « Enregistrements d'activité ». Votre exportation peut utiliser l'identifiant de messagerie électronique, l'identifiant de cookie, l'identifiant de cookie | l'identifiant de session ou l'identifiant d'enregistrement comme colonne de clé à inclure dans votre fichier d'exportation.

Type d'activité

Un identificateur numérique pour le type d'activité qui est inclus dans chaque ligne de l'exportation.

- 0** Produit consulté
- 1** Produit acheté
- 2** Produit abandonné
- 3** Produit mis dans le panier
- 4** Recherches sur site

- 5 Pages vues
- 6 Événement de conversion initialisé
- 7 Événement de conversion terminé

ID catégorie

L'identifiant de la catégorie à laquelle l'activité spécifique se rapporte. Par exemple, un enregistrement Vue de page fournit l'identifiant de la catégorie à laquelle la page individuelle affichée appartient.

Numéro produit

L'identifiant de l'élément individuel associé à l'activité suivie. L'ID produit pourrait être le terme recherché saisi sur site, l'événement de conversion commencé, et ainsi de suite.

Heure d'activité

L'heure de début de la session du visiteur au cours de laquelle l'activité a eu lieu.

Montant de l'activité

Si un produit ou un événement de conversion sont associés, le montant de l'activité comprend le prix d'un produit mis dans le panier, acheté, des points d'événements et ainsi de suite.

Lorsque vous créez votre segment LIVEmail, vous pouvez choisir un critère ou vous pouvez superposer plusieurs critères.

Procédure

1. Pour créer un flux d'enregistrement d'activité, procédez comme suit :
 - a) Glissez-déposez l'icône Flux d'enregistrement d'activité dans le cadre Intégrer de LIVEmail.
 - b) Dans l'onglet Activités de la fenêtre Configuration, sélectionnez la clé que vous voulez utiliser pour l'exportation et les types d'activité spécifiques que vous voulez inclure dans votre exportation LIVEmail.

Remarque : Vous pouvez inclure dans votre exportation autant d'activités que vous le désirez.

Important : Configurez un flux Enregistrements d'activité uniquement pour un sous-ensemble de visiteurs du site pour une campagne par e-mail ciblée que vous envisagez d'exécuter. Bien que l'application d'une définition de segment de visiteur à votre flux soit facultative, la fonctionnalité offerte est extrêmement puissante.

2. Facultatif : En plus du fichier de flux Enregistrements clients LIVEmail basique, vous pouvez choisir d'ajouter deux fichiers supplémentaires annexes en cochant les cases correspondantes en bas de la page Zones.

Les fichiers de mappage du nom du produit et de définition de catégorie peuvent être utiles pour vérifier que vous disposez des informations de catégorie appropriées si vous exportez uniquement des zones de niveau d'ID de produit ou de page dans votre exportation.

3. Pour créer un nouveau segment à utiliser avec LIVEmail, utilisez la procédure suivante :
 - a) Accédez à l'onglet **Segment** et cliquez sur **Nouveau**.

Remarque : Les segments LIVEmail sont par nature à session unique. Tous les critères de segment que vous définissez doivent être remplis par le visiteur dans une session de site unique pour être inclus. La satisfaction à tous les critères de l'inclusion dans un segment ne garantit pas qu'un visiteur individuel n'ait pas terminé un événement au cours de la période d'analyse des données qui les qualifie pour la suppression avant l'heure d'envoi de l'e-mail.

4. Pour configurer des segments, procédez comme suit :

- a) Sélectionnez une catégorie existante ou créez une nouvelle catégorie à laquelle vous voulez que votre nouveau segment soit affecté.
- b) Entrez un nom pour le segment.
- c) Sélectionnez vos critères et disposez-les en couches pour définir le segment.

Dans l'exemple suivant, nous avons créé un segment de chercheurs très engagés payés par Google où les critères de segment sont composés de sessions de visiteurs où le programme marketing est 'Google' et disposent d'au moins 5 affichages de page et d'une durée d'au moins 500 secondes.

Définition de flux Enregistrements clients

Le flux Enregistrements clients LIVEmail délivre une exportation qui peut être traitée de manière quotidienne ou hebdomadaire et peut être configurée pour inclure n'importe quel nombre d'activités de site de visiteurs, d'attributs client ou d'attributs de session.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Les flux Enregistrements clients LIVEmail sont organisés de façon à ce que chaque ligne de l'exportation fournisse toutes les données de configuration pour un seul visiteur pour l'intervalle d'exportation. Au lieu de fournir une seule ligne pour chaque activité menée par un visiteur, plusieurs activités du même type sont concaténées dans une seule zone pour la ligne qui se rapporte à ce seul visiteur. Dans une seule zone, plusieurs valeurs d'activité sont séparées par un caractère délimiteur interne de zones.

Pour créer un flux Enregistrements clients, utilisez la procédure suivante :

Procédure

1. Glissez-déposez l'icône Flux Enregistrements clients dans le cadre Intégrer de LIVEmail.
2. Dans l'onglet Zones, sélectionnez la clé que vous souhaitez utiliser pour l'exportation et les zones de données spécifiques que vous souhaitez inclure.
Vous pouvez utiliser l'une des quatre colonnes de clé prises en charge pour votre flux « Enregistrements clients ». Votre exportation peut utiliser l'identifiant de messagerie électronique, l'identifiant de cookie, l'identifiant de cookie | l'identifiant de session ou l'identifiant d'enregistrement comme colonne de clé du fichier.

3. Sélectionnez les zones de données pour chaque visiteur du site que vous souhaitez inclure dans votre fichier d'exportation.

Toutes les zones de données disponibles sont regroupées dans les catégories suivantes.

- Contenu (par exemple, les zones relatives à la page, à l'événement, à la zone du site ou à la promotion du site)
- Merchandising et produits (par exemple, les zones relatives à l'affichage du produit, à l'achat ou à la commande)
- Enregistrement (par exemple, les zones Genre ou Revenus relatives aux informations d'enregistrement)
- Indicateurs les plus importants (par exemple, le résumé des produits tels que les points d'événements ou les articles commandés)
- Propriétés techniques (par exemple, les informations système du visiteur telles que le type de navigateur, la langue et la vitesse de connexion)
- Géographie (par exemple, les informations d'emplacement des événements autres que "Enregistrement")
- Marketing (par exemple, le programme marketing, l'URL de destination ou l'URL de référence)

Remarque : L'ensemble des catégories qui sont disponibles pour vous dépend du secteur d'activité vertical auquel votre organisation est affectée.

4. Pour inclure une zone dans votre exportation, déplacez-la de la liste Zones disponibles vers la liste Zones sélectionnées.

Important : Vous pouvez inclure jusqu'à 15 zones de données dans un seul flux d'enregistrement client.

5. Pour supprimer une zone précédemment sélectionnée, faites glisser la zone de la liste Zones sélectionnées vers la liste Zones disponibles.

Vous pouvez aussi sélectionner et supprimer des zones en double-cliquant sur la zone dans l'une ou l'autre liste.

6. Facultatif : En plus du fichier de flux Enregistrements clients LIVEmail basique, vous pouvez choisir d'ajouter deux fichiers supplémentaires annexes en cochant les cases correspondantes en bas de la page Zones.

Les fichiers de mappage du nom du produit et de définition de catégorie peuvent être utiles pour vérifier que vous disposez des informations de catégorie appropriées si vous exportez uniquement des zones de niveau d'ID de produit ou de page dans votre exportation.

7. Facultatif : Vous pouvez appliquer un mécanisme de segmentation à votre fichier d'exportation.

- Pour créer un nouveau segment à utiliser avec LIVEmail, accédez à l'onglet **Segment** et cliquez sur **Nouveau**.
- Si vous avez déjà créé des segments dans LIVEmail, vous pouvez naviguer entre les segments existants en sélectionnant des catégories différentes de segment dans le menu déroulant Catégorie. Tous les segments qui sont inclus dans la catégorie sélectionnée apparaissent dans le cadre **Segments disponibles** et peuvent être glissés-déposés dans le cadre **Segments sélectionnés** pour être sélectionnés.

8. Vous pouvez également éditer ou supprimer tout segment existant dans cet onglet en sélectionnant ce segment dans le cadre **Segments disponibles** et en cliquant sur le bouton correspondant. Vous

serez averti si vous tentez de supprimer ou de modifier un segment existant qui est appliqué à une exportation LIVEmail en cours de votre organisation.



9. Cliquez sur **Nom et autres informations** pour spécifier les autres informations requises pour décrire votre exportation de campagne selon les meilleures pratiques de LIVEmail.
Si vous examinez des fichiers d'exportation LIVEmail dans Microsoft Excel, notez que les hypothèses de format Excel sont liées au type de fichier tel qu'il est identifié par l'extension. Par exemple, les fichiers .CSV sont censés utiliser des virgules comme délimiteur de zones.
10. Lorsque vous avez fourni toutes les informations requises de configuration, cliquez sur **Soumettre** pour activer le traitement quotidien de votre flux LIVEmail.
La première instance de l'exportation sera envoyée le jour suivant l'activation. Une fois soumis, vous verrez que le document de flux LIVEmail nouvellement créé se trouve dans le pied de page Intégrer à Digital Analytics. Vous pouvez modifier votre flux à tout moment en cliquant deux fois dessus.

Gestion de LIVEmail

Vous pouvez utiliser LIVEmail pour surveiller vos exportations de données et pour gérer vos segments LIVEmail ainsi que les annotations créées dans des rapports natifs de LIVEmail.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Le menu Gérer de LIVEmail vous permet d'examiner l'état actuel de vos exportations de données, d'examiner tous les segments définis dans LIVEmail à utiliser pour les actions de marketing par e-mail et pour configurer de nouvelles destinations cible pour les exportations.

Gestion des segments LIVEmail

En plus de la gestion de segments pendant le processus de création d'exportations LIVEmail personnalisées, vous pouvez également créer, modifier ou supprimer des segments dans l'écran LIVEmail **Gérer > Segments**.

Procédure

1. Accédez à **Gérer > Segments**.
2. Pour créer un segment, cliquez sur **Créer un nouveau segment**.

Remarque : Le nouveau segment n'est pas appliqué aux exportations LIVEmail existantes, sauf si vous sélectionnez cette exportation lorsque vous configurez un nouveau flux ou que vous modifiez un flux existant.



Segment Name:	Created By	Date Created	Last Update Date	Action
All Visitors to the World site	Kate Heintz	2010-06-10 15:20:16	2010-06-10 15:20:16	 
World Abandoners	Kate Heintz	2010-06-15 12:20:36	2010-06-15 12:20:36	 
World Converters	Kate Heintz	2010-06-15 11:54:11	2010-06-15 11:54:11	 
World Element Click	Kate Heintz	2010-05-20 11:23:07	2010-05-20 11:23:07	 

3. Pour modifier ou supprimer un segment existant, sélectionnez le segment puis cliquez sur **Editer** ou sur **Supprimer**.

Remarque : Si vous essayez d'éditer ou de supprimer un segment existant qui est actuellement appliqué à une exportation LIVEmail, vous recevrez un avertissement car la modification de la définition aura un impact sur la sortie de ces flux.

Que faire ensuite

Après avoir ajouté ou modifié des segments, vous pouvez les trier en cliquant sur un des en-têtes de colonne.

Gestion des exportations de données

Utilisez la page Gestion des flux de LIVEmail pour surveiller vos exportations de données.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La page de gestion des flux fournit un tableau qui affiche des informations relatives à toutes les exportations de données LIVEmail actuelles.

Procédure

1. Utilisez la page Gestion des flux pour identifier l'état de n'importe quelle exportation, vérifier l'état de la dernière d'exécution ou éditer n'importe quelle exportation.
2. Cliquez sur les en-têtes de colonne pour trier le tableau par zone.

Gestion des cibles SFTP

Utilisez la page Gestion SFTP de LIVEmail pour créer des cibles SFTP d'exportation et spécifier des cibles SFTP d'importation. Les cibles SFTP d'exportation spécifient les emplacements vers lesquels vous voulez envoyer les exportations LIVEmail, tandis que les cibles SFTP d'importation peuvent être utilisées pour ajouter des indicateurs de votre prestataire de service de messagerie à vos rapports LIVEmail.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La spécification d'une cible SFTP d'importation est identique à la création d'une cible d'exportation, mais elle inclut une fonctionnalité supplémentaire qui se rapporte à la configuration des importations d'indicateurs de boîte de réception que vous pouvez facultativement envoyer à Digital Analytics pour être inclus dans les rapports LIVEmail.

Procédure

Selon que vous créez une cible SFTP d'exportation ou une cible SFTP d'importation, utilisez une des procédures suivantes :

- Pour créer une cible SFTP d'exportation, procédez comme suit :

- a) Dans la page **Gestion SFTP**, spécifiez les informations de configuration valides suivantes pour la cible SFTP :

Nom de cible SFTP (obligatoire)

Le nom facile à utiliser pour la cible. Ce nom est affiché comme étant disponible pour la sélection lorsque vous créez une exportation LIVEmail.

Adresse de serveur SFTP (obligatoire)

IP ou URL pour le serveur SFTP.

Nom du répertoire (facultatif)

Le répertoire sur la cible SFTP auquel vous souhaitez que Digital Analytics se connecte et enregistre les fichiers d'exportation. Si cette zone est laissée vide, le répertoire par défaut de cible SFTP sera utilisé.

Port SFTP (obligatoire)

Numéro de port pour la cible SFTP.

Utilisateur (obligatoire)

Le nom du compte utilisateur qui sera utilisé pour l'authentification sur le serveur SFTP.

Mot de passe (obligatoire)

Le mot de passe qui correspond au compte utilisateur qui doit être utilisé pour l'authentification sur le serveur SFTP.

E-mail (facultatif)

Une liste d'adresses e-mail pour tous les utilisateurs que vous souhaitez notifier à propos de toutes exportations LIVEmail qui sont envoyées à la cible SFTP spécifiée.

- b) Lorsque vous avez entré toutes les données de configuration requises pour un serveur SFTP, cliquez sur **Tester le SFTP** au bas de la page.
- L'exécution de cette opération garantit que toutes les informations que vous avez fournies sont correctes et qu'elles permettent à Digital Analytics d'enregistrer vos exportations LIVEmail vers la cible avec succès.
- c) Cliquez sur **Soumettre** pour enregistrer la cible SFTP et la publier pour qu'elle soit utilisée par toutes vos exportations LIVEmail.
- Pour spécifier une cible SFTP d'importation, procédez comme suit :

- a) Dans la page **Gestion SFTP**, spécifiez des informations de cible valides pour toutes les zones requises.

Nom de cible SFTP (obligatoire)

Le nom facile à utiliser pour la cible. Ce nom est affiché comme étant disponible pour la sélection lorsque vous créez une exportation LIVEmail.

Adresse de serveur SFTP (obligatoire)

IP ou URL pour le serveur SFTP.

Nom du répertoire (facultatif)

Le répertoire sur la cible SFTP auquel vous souhaitez que Digital Analytics se connecte et enregistre les fichiers d'exportation. Si cette zone est laissée vide, le répertoire par défaut de cible SFTP sera utilisé.

Port SFTP (obligatoire)

Numéro de port pour la cible SFTP.

Utilisateur (obligatoire)

Le nom du compte utilisateur qui sera utilisé pour l'authentification sur le serveur SFTP.

Mot de passe (obligatoire)

Le mot de passe qui correspond au compte utilisateur qui doit être utilisé pour l'authentification sur le serveur SFTP.

E-mail (facultatif)

Une liste d'adresses e-mail pour tous les utilisateurs que vous souhaitez notifier à propos de toutes exportations LIVEmail qui sont envoyées à la cible SFTP spécifiée.

b) Si vous prévoyez d'importer des indicateurs de campagne de votre prestataire de service de messagerie tels que E-mails envoyés, ouverts, renvoyés, etc., vous pouvez configurer votre fichier d'importation dans la page de **création de cible SFTP d'importation**.

Pour cela, faites glisser les indicateurs que vous voulez importer de votre prestataire de service de messagerie depuis la liste des indicateurs pris en charge (répertoriés dans tableau de gauche) dans le tableau situé à droite.

Les zones suivantes sont les trois premières zones de tout fichier d'importation LIVEmail :

ID Date (aaaammjj)

La date de l'activité à laquelle les indicateurs importés se rapportent.

ID de l'instance de campagne

La campagne par e-mail pour laquelle les indicateurs de votre boîte de réception à transmettre aux ESP sont applicables.

Nom de l'instance de campagne

Un nom d'utilisation facile pour votre instance de campagne.

Les indicateurs suivants de boîte de réception à transmettre aux ESP sont pris en charge pour l'importation.

- E-mails - Envoyés
- E-mails - Diffusés
- E-mails - Ouverts
- E-mails - clics
- E-mails - Nombre de problèmes de diffusion "soft bounce"
- E-mails - Nombre de problèmes de diffusion répétés ("hard bounce")
- E-mails - Nombre total de problèmes de diffusion
- E-mails - Désinscriptions
- E-mails - Transférés
- E-mails - Inscriptions
- E-mails - Suppressions
- E-mails - Réclamations
- E-mails - Blocages
- E-mails - Restrictions
- E-mails - Nombre de réponses "Autre"
- E-mails - Nombre de changements d'adresse
- E-mails - Boîtes de réception 1 à 15 - jusqu'à 15 autres indicateurs de boîtes de réception diverses que votre prestataire de messagerie peut fournir.

Remarque : Vous pouvez sélectionner autant ou aussi peu d'indicateurs pris en charge à importer que vous souhaitez, mais ils doivent être configurés dans l'ordre exact des colonnes que vous indiquez dans votre fichier d'importation d'indicateurs ESP. Les indicateurs de boîtes de réception électroniques 1 à 15 doivent contenir des valeurs numériques. Si vous transmettez des valeurs de chaîne dans ces zones personnalisées, votre importation échoue.

Résultats

Lorsque vous avez créé et enregistré une cible SFTP, elle apparaît comme une des cibles disponibles pour sélection lorsque vous créez votre flux LIVEmail.

Utilisation de rapports LIVEmail pour analyser des campagnes par e-mail

Vous pouvez utiliser des rapports LIVEmail pour analyser la performance des campagnes par e-mail. Les rapports LIVEmail vous permettent de voir des indicateurs d'efficacité de programme fournis par les prestataires de messagerie qui correspondent directement aux indicateurs de performance sur site suivis par Digital Analytics.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

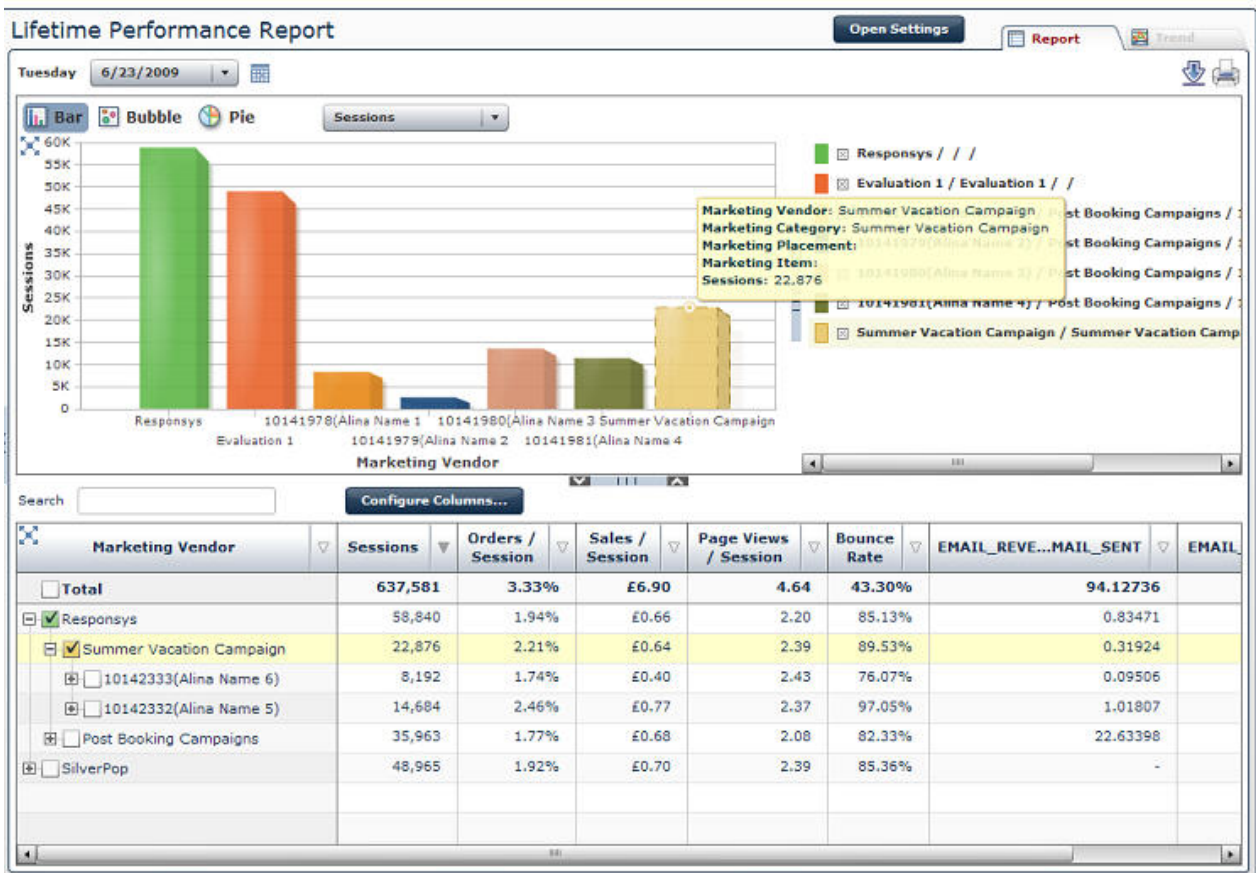
Dans le menu Rapport de LIVEmail, les rapports de campagne permettent à vos vendeurs par e-mail de suivre les performances des programmes d'e-mails que vous lancez et ils sont suivis par les paramètres du Centre de gestion marketing Digital Analytics. Les rapports de performances LIVEmail fournissent des indicateurs de niveau global à partir de la boîte de réception et sur site pour vos programmes, et vous guident vers des zones que vous pouvez souhaiter analyser plus en détails avec les solutions d'attribution marketing de pointe Digital Analytics. Les performances d'attribution de clics peuvent être analysées en détails avec les rapports de programmes marketing Digital Analytics et les rapports de circonstance relatifs à vos campagnes marketing par e-mail peuvent être créés dans Digital Analytics Explore.

Procédure

Pour comprendre rapidement comment différentes campagnes se déroulent, examinez un des rapports suivants à partir du menu Rapport LIVEmail :

- **Rapport Performances** : Le rapport Performances donne une vue de la façon dont vos campagnes par e-mail se déroulent au jour le jour. Le rapport sur les performances est un rapport de liste plate où le vendeur marketing, la catégorie, le placement et l'article (les codes MMC pour vos liens de campagne par e-mail) ont été préconfigurés comme colonnes d'affichage clés. De nombreux indicateurs clés, provenant de votre prestataire de messagerie et des balises de site Digital Analytics, sont inclus pour l'analyse (par exemple, les e-mails diffusés, le taux de rebond, le taux de clics, les ventes, les commandes, les visiteurs ou le taux de conversion).
- **Zoom sur les campagnes**: Le rapport Zoom sur les campagnes donne une vue des effets de votre campagne sur les produits et sur les événements de conversion, ainsi qu'une vue sur la provenance géographique des visiteurs. Le rapport Zoom sur les campagnes est un rapport de liste plat, où trois rapports de zoom relationnel ont été appliqués. Le premier zoom relationnel se concentre sur les ventes de produits qui sont associées à un code de campagne spécifique. Le deuxième présente des détails sur les événements qui sont associés à un code de campagne spécifique. Le troisième présente une analyse de l'état, du pays et de la ville pour vos campagnes par e-mail.
- **Rapport Performances globales (VCPI) des campagnes** : Le rapport Performances globales (VCPI) des campagnes présente une vue complète de l'efficacité des campagnes depuis le jour où une instance de campagne est lancée jusqu'au moment où vous êtes intéressé par l'analyse. Le rapport des performances globales (VCPI) des campagnes fournit des données à un niveau quotidien de granularité et vous pouvez sélectionner n'importe quel jour au cours duquel une campagne a été active pour l'analyser. Le rapport est organisé hiérarchiquement par les codes VCPI (fournisseur MMC, catégorie, placement article) que vous avez attribués à une campagne.

Toutes les fonctions de rapport standard pour la sélection de plages de dates, l'affichage d'un graphique des tendances, l'annotation d'un rapport, etc., sont fournies pour l'ensemble pour les trois types de rapport LIVEmail. Par ailleurs, si vous avez importé des valeurs d'indicateurs de votre partenaire pour une campagne, elles sont fournies pour être utilisées dans le rapport Performances.



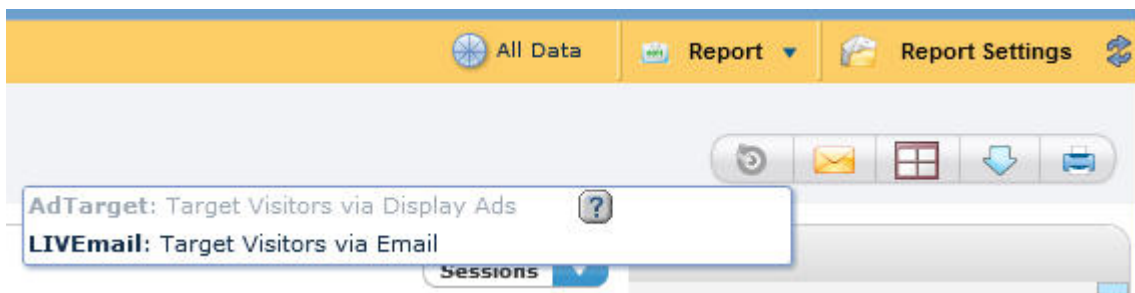
Remarque : Une analyse de l'attribution par clic détaillée et des performances globales de la campagne est proposée dans vos services standard Digital Analytics. Vous pouvez utiliser le rapport sur les programmes marketing pour une analyse de l'attribution par clic détaillée, pour une meilleure compréhension de la contribution globale du canal d'e-mails et une compréhension plus approfondie des performances relatives des campagnes par e-mail. L'exploration de données personnalisée et la création de rapports est offerte dans Digital Analytics Explore pour les clients ayant installé cette solution. Les indicateurs importés du prestataire de messagerie sont uniquement disponibles dans les rapports proposés par LIVEmail.

Reciblage de segments depuis des applications Digital Analytics

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

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Si votre organisation possède la licence de Digital Analytics Explore en complément de LIVEmail, vous remarquerez alors une icône **Cibler les Visiteurs** située à côté des autres opérations d'application.



Pour recibler des segments depuis des applications Digital Analytics vers LIVEmail, utilisez la procédure suivante.

Procédure

1. Lorsque vous êtes dans 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 la population de visiteurs associée à ces lignes.
2. Une fois que vous avez sélectionné vos lignes de rapport, cliquez sur **Cibler les visiteurs** et sélectionnez **LIVEmail : cibler les visiteurs par e-mail**.
En choisissant de redéfinir une population de visiteurs, vous définissez en réalité un segment de visiteurs LIVEmail.
3. Dans la boîte de dialogue qui apparaît avec un résumé de vos critères de segment cible, vous pouvez spécifier plus avant le segment de reciblage que vous prévoyez.
4. Une fois que vous avez sélectionné votre segment de reciblage prévu, cliquez sur **Continuer**.
Votre définition de segment est passée à LIVEmail et vous êtes dirigé vers l'écran de **définition de segment** qui récapitule vos critères et vous demande de nommer le nouveau segment. Lorsque vous êtes à cet écran, vous avez également la possibilité d'éditer les critères ou d'ajouter des critères supplémentaires.
 - Si vous voulez sauvegarder le segment et l'appliquer ultérieurement, cliquez sur **Enregistrer le segment**.
 - Si vous êtes prêt à l'ajouter à votre flux ou à le syndiquer, cliquez sur **Enregistrer et ajouter au flux** dans LIVEmail.
5. Sélectionnez la configuration de partenaire prestataire de service messagerie auquel vous voulez ajouter ce nouveau segment d'audience.
6. Pour configurer la segmentation, utilisez les informations suivantes :

Digital Analytics Explore prend en charge une large gamme d'options de segmentation et de zones de données. Seules les options de segmentation communes à Digital Analytics Explore et à LIVEmail sont disponibles. Si les critères que vous avez sélectionnés ne sont pas applicables aux critères de segmentation pris en charge par LIVEmail, vous en serez informé. Toutes les définitions de segment qui sont transmises à LIVEmail doivent être de "même session" par nature. Le tableau suivant identifie les définitions de critère pouvant être transférées à LIVEmail. **Oui** indique que le transfert est possible ; **Non** indique que le transfert est impossible à l'heure actuelle. Une valeur de nom indique qu'une définition est transférée avec un nom légèrement différent et **Type d'action à clarifier** indique que l'utilisateur sera invité à suggérer la manière dont cette zone devra être utilisée (par exemple, produits achetés ou abandonnés ou consultés ou mis dans le panier).

Zones Digital Analytics Explore	Zones LIVEmail
Enregistrement	
ID enregistrement	Oui
Adresse e-mail	Oui
Personne enregistrée	Oui

Zones Digital Analytics Explore	Zones LIVEmail
Acheteur	Non
Nouveau visiteur / Visiteur régulier	Oui
Sexe	Oui
Age	Oui
Niveau d'éducation	Oui
Niveau de revenu	Oui
Attributs d'inscription	Oui
Pays d'inscription	Oui
État / département d'inscription	Oui
Ville d'inscription	Oui
Code postal d'inscription	Oui
Indicateurs les plus importants	
Ventes	Oui
Commandes	Oui
Affichages du produit	Oui
Articles placés dans le panier	Oui
Articles commandés	Oui
Articles abandonnés	Oui
Pages vues	Oui
Recherches via Moteur de recherche interne	Oui
Evénements	Oui
Points d'événement	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
Mots-clés de recherche naturelle	Oui
Site référant	Oui

Zones Digital Analytics Explore	Zones LIVEmail
URL de référence	Oui
URL de destination	Oui
Merchandising/produits	
ID commande	Oui
Attributs de l'affichage produit	Oui
Attributs de l'achat	Oui
Attributs de la commande	Oui
Catégories de produit consultées - Complet	Oui
Catégories de produit consultées - Meilleures	Oui
Catégories de produit consultées – Moins bonnes	Oui
Nom(s) de produits consultés	Oui
ID produit consultés	Oui
Catégories de produit dans le panier – Complet	Oui
Catégories de produit mises dans le panier - Meilleures	Oui
Catégories de produit dans le panier – Moins bonnes	Oui
Nom(s) de produits dans le panier	Oui
ID produit dans le panier	Oui
Catégories de produit abandonnées - Complet	Oui
Catégories de produit abandonnées – Meilleures	Oui
Catégories de produit abandonnées - Moins bonnes	Oui
Nom(s) de produits abandonnés	Oui
ID produit abandonnés	Oui
Catégories de produit achetées – Complet	Oui
Catégories de produit achetées – Meilleures	Oui
Catégories de produit achetées – Moins bonnes	Oui
Nom(s) de produits achetés	Oui
ID produit achetés	Oui
Catégorie du produit - Complet	[Type d'action à clarifier]
Catégorie du produit - Meilleures	[Type d'action à clarifier]
Catégorie du produit - Moins bonnes	[Type d'action à clarifier]
Numéro produit	[Type d'action à clarifier]
Nom de produit	[Type d'action à clarifier]
{Legacy} ID des catégories de produit abandonnées	Oui

Zones Digital Analytics Explore	Zones LIVEmail
{Legacy} ID des catégories de produit mises dans le panier	Oui
{Legacy} ID des catégories de produit achetées	Oui
Contenu	
Catégorie du contenu - Complet	Catégories de contenu consultées - Complet
Catégorie du contenu - Moins bonnes	Catégories de contenu consultées - Moins bonnes
Catégorie du contenu - Meilleures	Catégories de contenu consultées - Meilleures
Catégories de contenu consultées - Complet	Oui
Catégories de contenu consultées - Moins bonnes	Oui
Catégories de contenu consultées - Meilleures	Oui
Catégorie d'élément	Catégorie(s) d'éléments consultées
Nom de l'élément	Élément consulté
Catégorie(s) d'éléments consultées	Catégorie(s) d'éléments consultées
Élément consulté	Élément consulté
Événement déclenché	Oui
Événements terminés	Oui
Catégorie d'événement	[Type d'action à clarifier]
Catégorie d'événements déclenchés	Oui
Catégorie d'événements terminés	Oui
Nom de l'événement	[Type d'action à clarifier]
Mot-clé sur site	Mots-clés de Recherche sur site
Mots-clés de Recherche sur site	Mots-clés de Recherche sur site
Page	Pages consultées
Pages consultées	Pages consultées
URL de référence de la page	Non
URL de la page	URL consultée
URL consultée	URL consultée
Zones du site - Complet	Zones du site - Complet
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	Oui
Promotion de site - Lien	Non
Promotion de site – Page	Non
Promotion de site - Promotion	Non

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

{Legacy} ID des catégories de produit abandonnées

Zone existante qui est un doublon de la zone "ID des catégories de produit abandonnées - Moins bonnes"

{Legacy} ID des catégories de produit mises dans le panier

Zone existante qui est un doublon de la zone "ID des catégories de produit mises dans le panier - Moins bonnes"

{Legacy} ID des catégories de produit achetées

Zone existante qui est un doublon de la zone "ID des catégories de produit achetées - Moins bonnes"

Autres informations de contact

Pour demander des améliorations du 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 prendre contact avec le bureau IBM de votre région.

États-Unis	
IBM 1001 E Hillsdale Boulevard Foster City, CA 94402 Numéro vert : 1.866.493.2673	IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 Numéro vert : 1.866.493.2673
IBM Dallas 750 W John Carpenter Freeway Irving, TX 75039 Numéro vert : 1.866.493.2673	
Europe	
IBM United Kingdom Limited 3 Furzeground Way Stockley Park Uxbridge Middlesex UB11 1EZ Royaume-Uni Tél : 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	
IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Room 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong, Chine Tél. : +852 8201 0823 Fax : +852 8201 0832	IBM Australia and New Zealand 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 AUSTRALIE (Aus) 1800 69 CORE (NZ) 0800 69 CORE

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
États-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, vous devez préciser vos nom, adresse et numéro de téléphone ou numéro de fax. Veuillez à inclure les informations suivantes dans votre commentaire ou remarque :

- Titre du présent document
- Numéro de page ou rubrique en rapport avec 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

Centre de support

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 recherche** pour répondre aux questions et fournir un accès instantané aux documents essentiels tels que 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.
- **Les notifications** envoyées par le 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 peut contenir des informations ou des références concernant certains produits, logiciels ou services du fabricant non annoncés dans ce pays.

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 toutefois 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 de ce document ne vous octroie aucun droit de licence sur ces brevets ou demandes de brevet. Si vous désirez recevoir des informations concernant l'acquisition de licences, veuillez en faire la demande par écrit à l'adresse suivante :

*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*

Les informations sur les licences concernant les produits utilisant un jeu de caractères double octet peuvent être obtenues auprès d'IBM Intellectual Property Department dans votre pays ou par écrit à l'adresse :

*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 dans aucun pays dans lequel il serait contraire aux lois locales : LE PRÉSENT DOCUMENT EST LIVRÉ "EN L'ÉTAT" SANS AUCUNE GARANTIE EXPLICITE OU IMPLICITE. IBM DÉCLINE NOTAMMENT TOUTE RESPONSABILITÉ RELATIVE À CES INFORMATIONS EN CAS DE CONTREFAÇON AINSI QU'EN CAS DE DÉFAUT D'APTITUDE À L'EXÉCUTION D'UN TRAVAIL DONNÉ. 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 Web 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 éléments 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 document contient des programmes exemples d'application en langue source destinés à illustrer les techniques de programmation sous différentes plateformes d'exploitation. Vous avez le droit de copier, modifier et distribuer les présents programmes exemples sous quelque format 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 à l'interface de programme d'application de la plateforme d'exploitation pour laquelle ils ont été écrits. Ces programmes exemples n'ont pas été rigoureusement testés dans toutes les conditions. C'est pourquoi IBM ne peut pas garantir ou assurer la fiabilité, la serviceabilité ou le fonctionnement de ces programmes. Les programmes exemples sont fournis "EN L'ETAT", sans garantie de quelque sorte que ce soit. IBM ne sera en aucun cas responsable des dommages liés à l'utilisation de ces programmes.

Toute copie totale ou partielle de ces programmes exemples et des oeuvres qui en sont dérivées doit comprendre une mention de droits d'auteur, 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 Corp., aux Etats-Unis et/ou dans certains autres pays. D'autres noms de produit et de service 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 à celles applicables au site Web d'IBM.

Usage personnel

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

Droits

Excepté les droits d'utilisation expressément accordés dans ce document, aucun autre droit, licence ou autorisation, implicite ou explicite, n'est accordé pour ces publications ou autres 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 LIVREES "EN L'ETAT" SANS AUCUNE GARANTIE EXPLICITE OU IMPLICITE. IBM DECLINE NOTAMMENT TOUTE RESPONSABILITE RELATIVE A CES INFORMATIONS EN CAS DE CONTREFACON AINSI QU'EN CAS DE DEFAUT D'APTITUDE A L'EXECUTION D'UN TRAVAIL DONNE.

Remarques sur les règles de confidentialité

Les logiciels IBM, y compris les logiciels 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 de la configuration déployée, cette Offre logicielle peut utiliser des cookies de session et des cookies permanents qui collectent le nom de chaque utilisateur, ainsi que d'autres informations personnelles à des fins de gestion des sessions, de convivialité améliorée pour l'utilisateur ou d'autres objectifs de suivi de l'utilisation ou fonctionnels. 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 de cette Offre logicielle vous permettent, en tant que client, de collecter des informations permettant d'identifier les utilisateurs par l'intermédiaire de cookies ou par d'autres techniques, vous devez solliciter un avis juridique sur la réglementation applicable à ce type de collecte, notamment en termes d'information et de consentement.

IBM demande que les clients (1) fournissent un lien clair vers les conditions d'utilisation du site Web (par exemple, les règles de confidentialité), avec un lien vers les 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."

