

# IBM SolutionsConnect 2013

L'IBM TechSoftware nouvelle génération

28, 29 et 30 août  
IBM Client Center Paris

 #solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

## Session ISO08

**Expérience client personnalisée cross-canal:  
Combinez les analyses comportementales et le  
marketing ciblé en temps réel, à travers une seule et  
même application Cloud**

**Assia KARKOUBI**

Senior Solutions Consultant EMM

Digital Analytics & Cross-Channel Marketing Optimization



#solconnect13



IBM

# IBM SolutionsConnect 2013

## AGENDA

1

### Introduction

<http://www.youtube.com/watch?v=0dl2oTkrKcc>

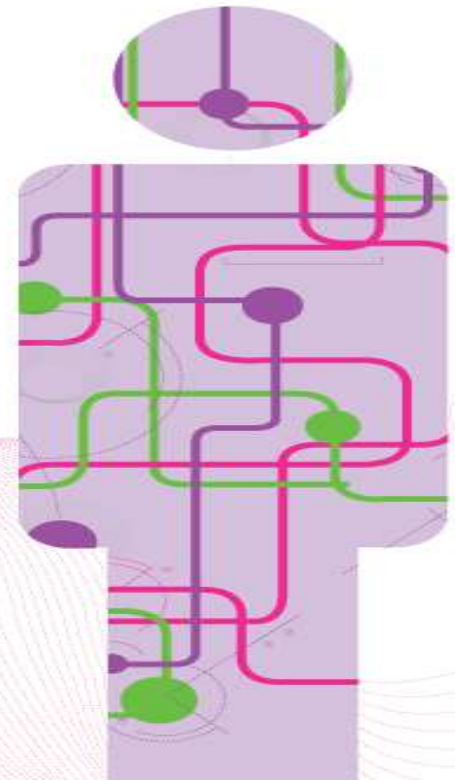
2

### Comment Optimiser votre Marketing Digital et Offrir une Expérience Personnalisée à vos clients?

- Des solutions conçues pour des marketeurs
- Présentation produit: « Une journée dans la vie d'un « marketeur Digital »

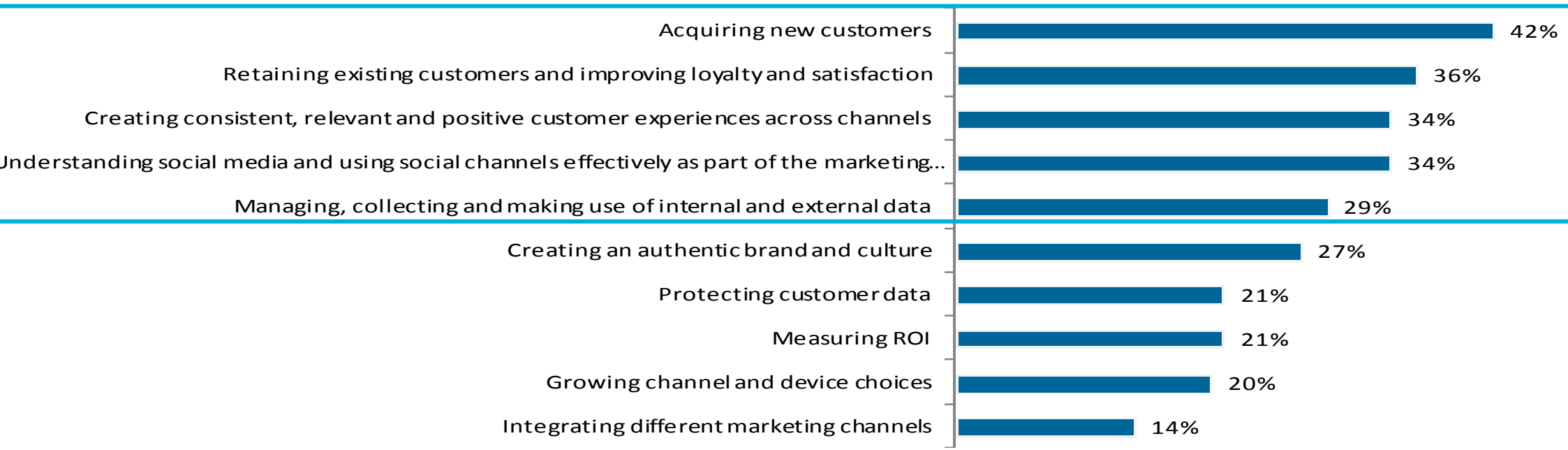
3

### Conclusion



# IBM SolutionsConnect 2013

Top marketing challenges...



Source: All Marketers (n=512)

\* The State of Marketing 2013, IBM's Global Survey of Marketers



# IBM SolutionsConnect 2013

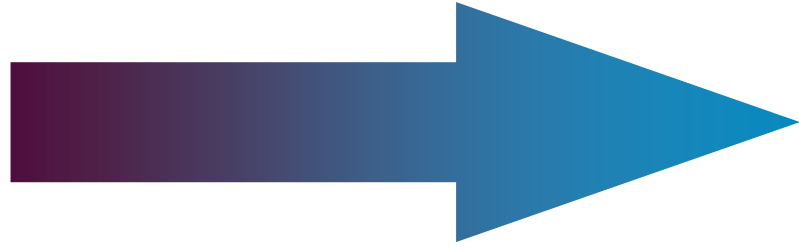
En tant que marketeur digital, vers quoi souhaiteriez-vous aller?

Malgré l'usage croissant de multiples outils marketing en silos, les coûts augmentent l'effort IT, les risques, les complexités, les risques et les retards.



Réduire les coûts et minimiser la complexité des intégrations personnalisées

Personnalisation limitée, la pertinence et la portée du canal sont réduites, ainsi que les performances des campagnes marketing



Automatiser, améliorer et renforcer la pertinence des traitements personnalisés à travers les canaux digitaux

Processus marketing complexes et fragmentés, manque de visibilité et de fenêtres d'opportunité manquées



Améliorer la vitesse du marketing et augmenter l'augmentation des conversions



# IBM SolutionsConnect 2013

## AGENDA

1

Introduction

<http://www.youtube.com/watch?v=0dl2oTkrKcc>

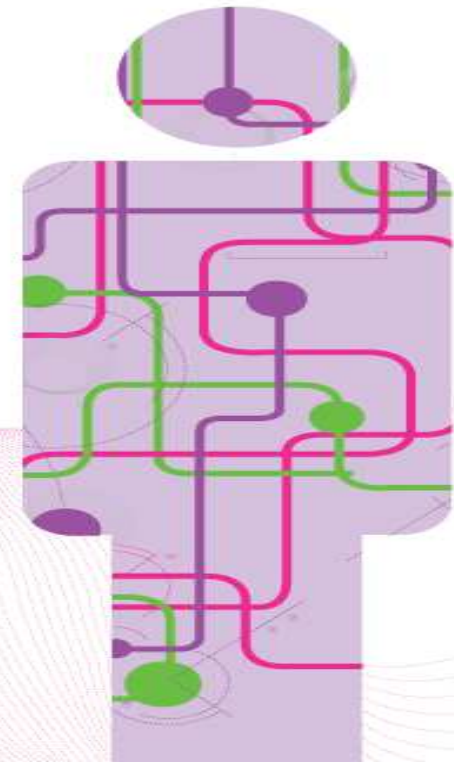
2

**Comment Optimiser votre Marketing Digital et Offrir une Expérience Personnalisée à vos clients?**

- Des solutions conçues pour des marketeurs
- Présentation produit: « Une journée dans la vie d'un « marketeur Digital »

3

Conclusion



#solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

IBM DMO Suite  
Optimisation du  
Marketing Digital

## DIGITAL

- **Créer sa base de données internautes** (nouveaux visiteurs, reconnus) **et l'exploiter**
- Analyse des comportements et Segmentation des visiteurs
- Recibler les visiteurs en fonction de leurs interactions et proposer des offres adéquates

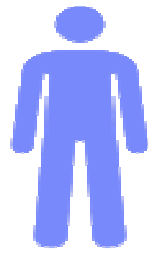


#solconnect13



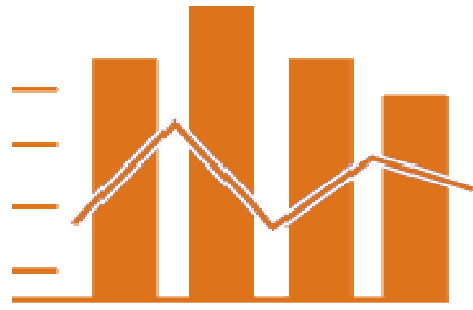
# IBM SolutionsConnect 2013

## IBM Digital Marketing Optimization Suite



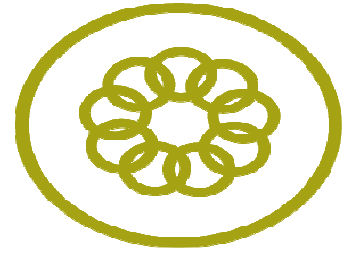
Customer Profiles

+



Web Analytics

+



Digital Marketing Execution

une expérience précise et pertinente tout au long du cycle de vie digital de chaque client

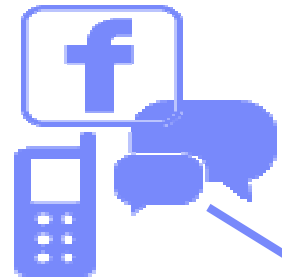




# IBM SolutionsConnect 2013

IBM LIVE Profile fournit une image complète des interactions de chaque client avec votre entreprise

### Social & Mobile

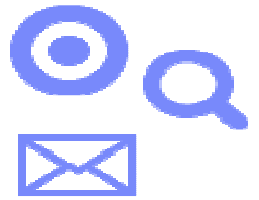


**LIVE Profile**  
Un profil du comportement de chaque visiteur



**Systèmes d'enregistrement**  
Robuste entrepôt de données Comportementales

### Sources de Trafic



**Interactions off-line**

**Historique du comportement visiteur sur le site**



**Attributs Clients**

Alimentez en temps réel un entrepôt de données comportementales



# IBM SolutionsConnect 2013

## E Profile – Du visiteur a l'acheteur



Un client potentiel arrive sur le site a travers de la recherche **payante**, un cookie lui est attribué, puis quitte le site.



Reçoit une **bannière** tout en regardant ses emails avec une recommandation personnalisée pour une offre spécifique et souscrit à la **Newsletter**



Reçoit une URL personnalisée ainsi qu'une **offre** proposée dans un **e-mail** ouvert sur son mobile



Utilise sa tablette pour naviguer sur une page d'accueil personnalisée - Recherches un produit spécifique et le met en favoris



Se rend sur la page FB de la marque pour voir les des magasins et ainsi informer un ami sur le produit question



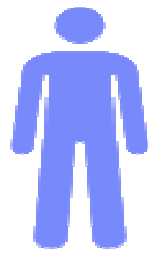
Achete un produit puis Tweet ce produit via un lien..

Channel	ID
Cookie	24601HZ
Email	brigadeiro
iPhone	23567AP
Facebook	FB24507
Twitter	RicoVerga

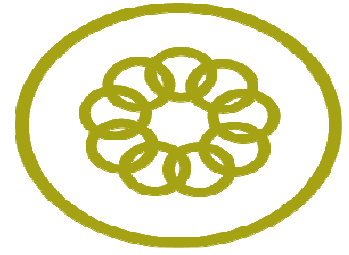


# IBM SolutionsConnect 2013

## IBM Digital Marketing Optimization Suite



Customer Profiles



Digital Marketing Execution

une expérience précise et pertinente tout au long du cycle de vie digital de chaque client



# IBM SolutionsConnect 2013



+



+

Optimisation du  
Marketing Digital

## DIGITAL

- Créer sa base de données internautes (nouveaux visiteurs, reconnus) et l'exploiter
- **Analyse des comportements et Segmentation des visiteurs**
- Recibler les visiteurs en fonction de leurs interactions et proposer des offres adéquates



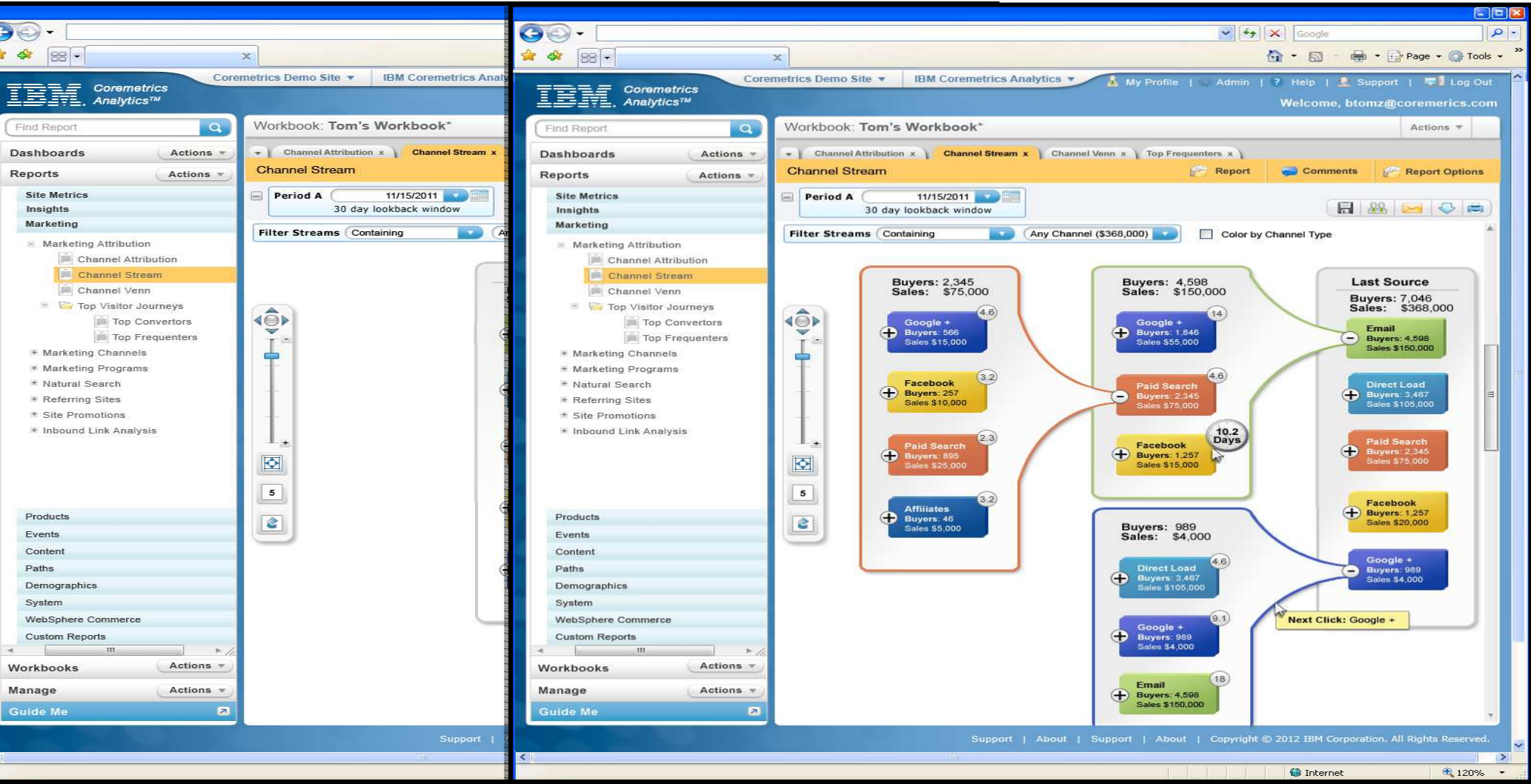
#solconnect13

IBM



# IBM SolutionsConnect 2013

## IBM Analytics - Channel Stream Report



# IBM SolutionsConnect 2013

## Analytics - Visitor Journeys

The screenshot displays the IBM Coremetrics Analytics interface. The main view is a 'Visitor Journey' for ID 12345677008, showing a path across various marketing channels over time. The journey is segmented into 'Days Between' (4, 1, 3, 2, 3, 8, 3, 3) and categorized into 'Convert', 'Paid', 'Owned', and 'Earned' channels. A tooltip highlights a specific event: 'April 25, 2011 | 1:50 pm | Display > Yahoo > Discount Banner > FER\_9384\_300x250'.

Below the visualization is a 'Session Sources' table with the following data:

Date/Time	Channel Type	Channel	Detail	Days Between
10/26/11 12:34 pm	Paid Search	Google > Summer > Pants > Levis		
10/30/11 01:14 pm	Twitter	Twitter > Program > Clothes > Discount Today		4
11/01/11 02:15 pm	Direct Load			1
11/04/11 03:18 pm	Display	Display > Yahoo > Discount Banner > FER_9384_300x250		3
11/06/11 10:20 pm	Convert	Microsites	Lance Armstrong > Cancer Awareness	2
11/06/11 04:56 pm	Convert	Events	Store Locator	0
11/09/11 03:57 pm	Owned	Events	Contest Entry > Gift Card	0
11/17/11 01:22 pm	Owned	Referring Sites	Usatoday.com	8
11/22/11 02:43 am	Affiliates	Performics > Banners > Clothes > Free Shipping		3
11/22/11 05:34 am	Convert	Orders	\$45.66	0

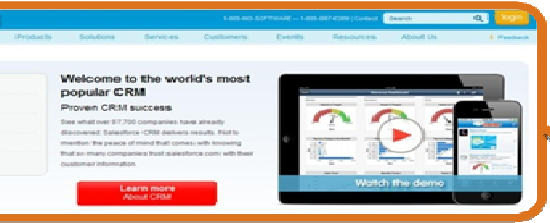


# IBM SolutionsConnect 2013

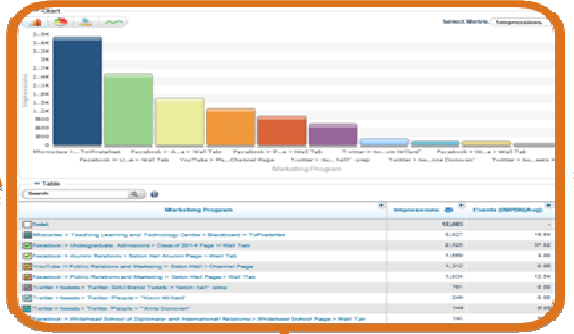
## IBM DMOs pour des Actions Digitales Analytiques

### Proche Marketeur

Comprendre les comportements sur les différents canaux numériques



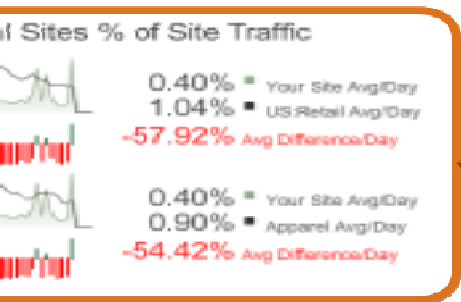
Comprendre la performance globale du site Web et le ROI des programmes marketing



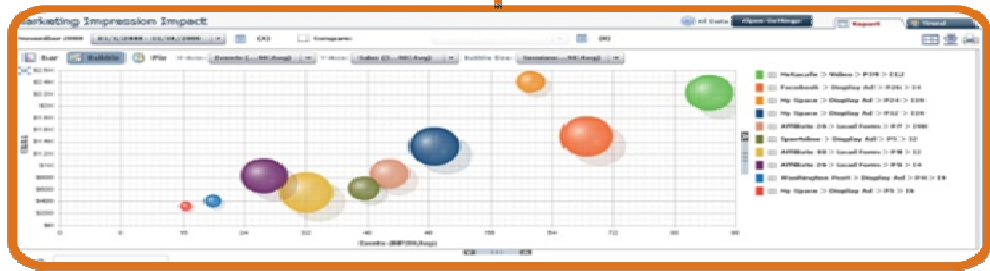
Mesurer le ROI du social relatif à d'autres efforts de marketing digital

Term / Tweet	Count	Feed Name
furniture	17	-
ashley	2	-
chocolate	2	-
didn	2	-
#busyday	1	-
11	1	-
allergic	1	-

Comparer vos performances par rapport à d'autres sites



Suivre le comportement des clients au cours du temps



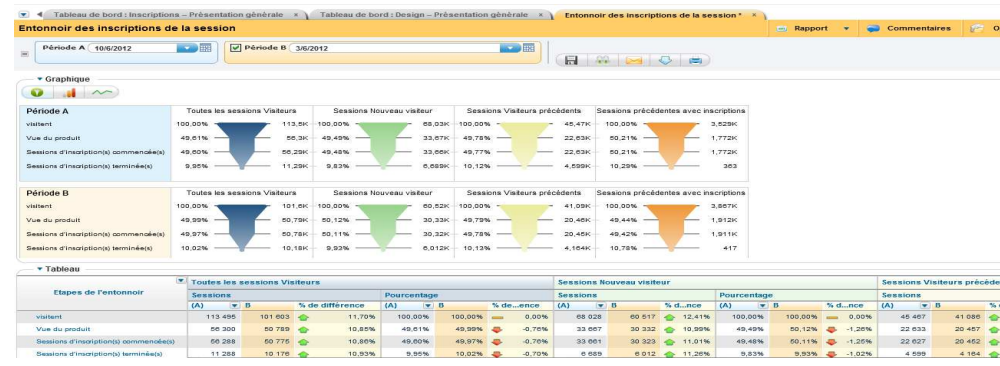
Obtenir une compréhension plus complète de l'impact de vos efforts marketing en génération de trafic

# IBM SolutionsConnect 2013

IBM EMM, prenez de meilleures décisions, des décisions fondées, grâce à l'Analytique.

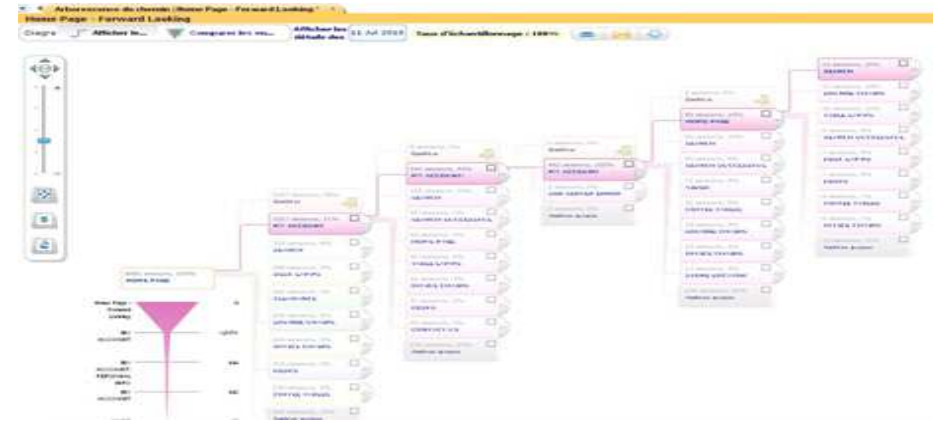
- Analyses:
- Enquêter sur le parcours de navigation de vos visiteurs
- Comparer des périodes & des segments
- Comparer des entonnoirs côte à côte
- Sauvegarder vos vues a travers des classeurs

- Améliorer l'engagement des utilisateurs en mesurant et affinant l'expérience Client
- Gérer intelligemment vos ressources marketing
- Prendre de meilleures décisions plus rapidement pour passer de la visite à l'abonnement payant



**IBM SolutionsConnect 2013**  
IBM Technologies nouvelle génération. IBM tout en gardant les fondamentaux qui en font son éditeur. IBM Technologies.

7 bonnes raisons de p...  
1. Renforcer votre...  
2. Renforcer votre compétitivité avec les dernières innovations d'IBM.



#solconnect13

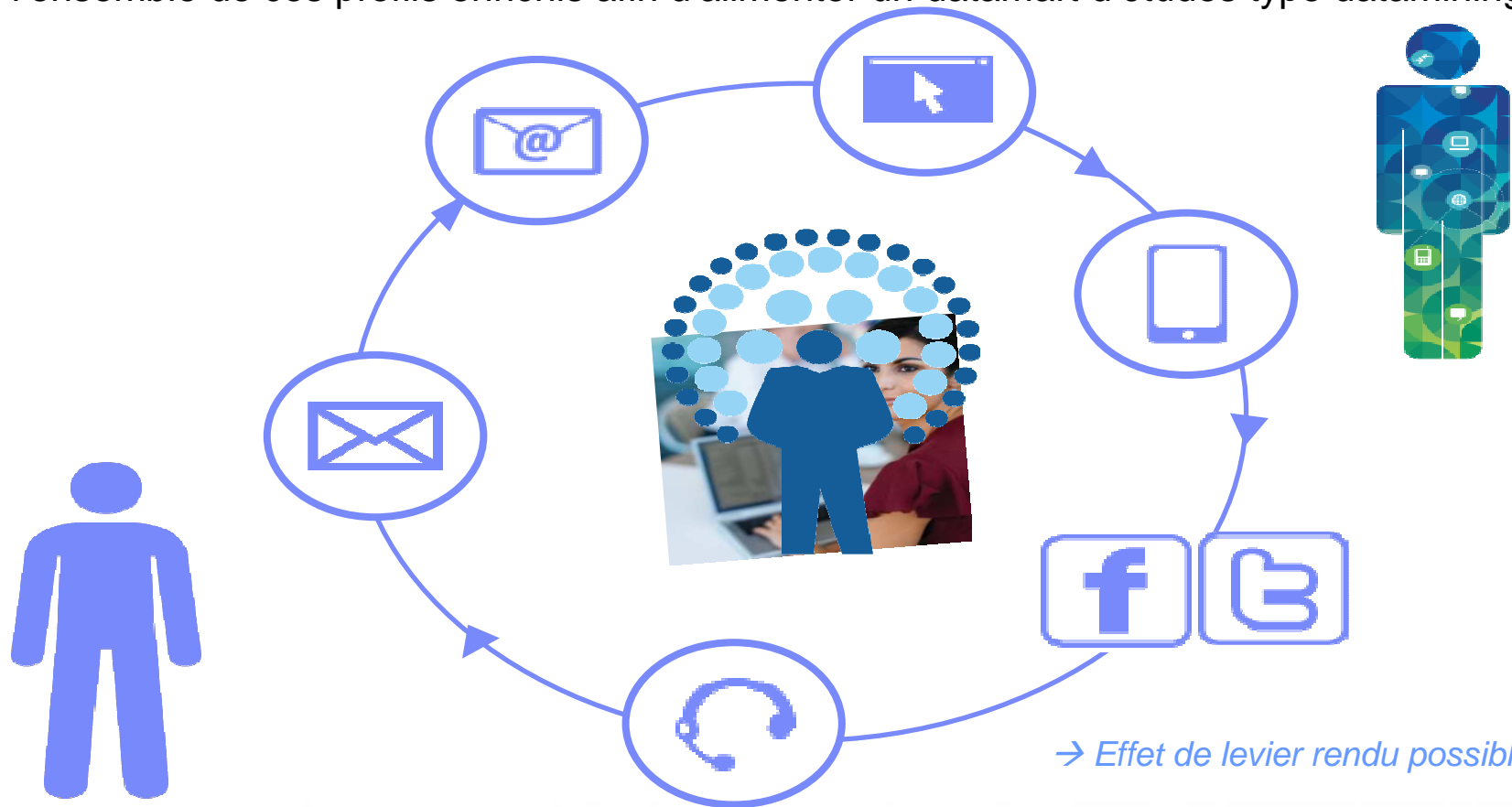




# IBM SolutionsConnect 2013

résumé: Enrichir le profil client online/offline et améliorer son engagement en mesurant et personnalisant son expérience

- Importer des données offline (achat offline) pour enrichir le profil online
- Exporter l'ensemble de ces profils enrichis afin d'alimenter un datamart d'études type datamining

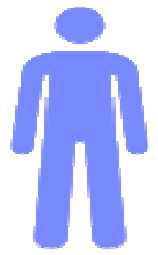


→ Effet de levier rendu possible par les solutions IBM

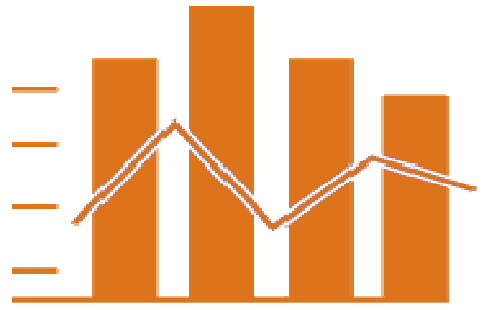


# IBM SolutionsConnect 2013

## IBM Digital Marketing Optimization Suite



Customer Profiles



Web Analytics

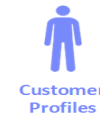


Digital Marketing Execution

une expérience précise et pertinente tout au long du cycle de vie digital de chaque client



# IBM SolutionsConnect 2013



+



+



## Optimisation du Marketing Digital

### DIGITAL

- Créer sa base de données internautes (nouveaux visiteurs, reconnus) et l'exploiter
- Analyse des comportements et Segmentation des visiteurs
- **Recibler les visiteurs en fonction de leurs interactions et proposer des offres adéquates**



#solconnect13

IBM

# IBM SolutionsConnect 2013

*“La personnalisation n'est **pas une tendance**. Il s'agit d'un tsunami **marketing** qui va **transformer** notre façon de penser et gérer les marques mondiales ”*

*-LARRY LIGHT*

(Forbes article May 2013)



#solconnect13

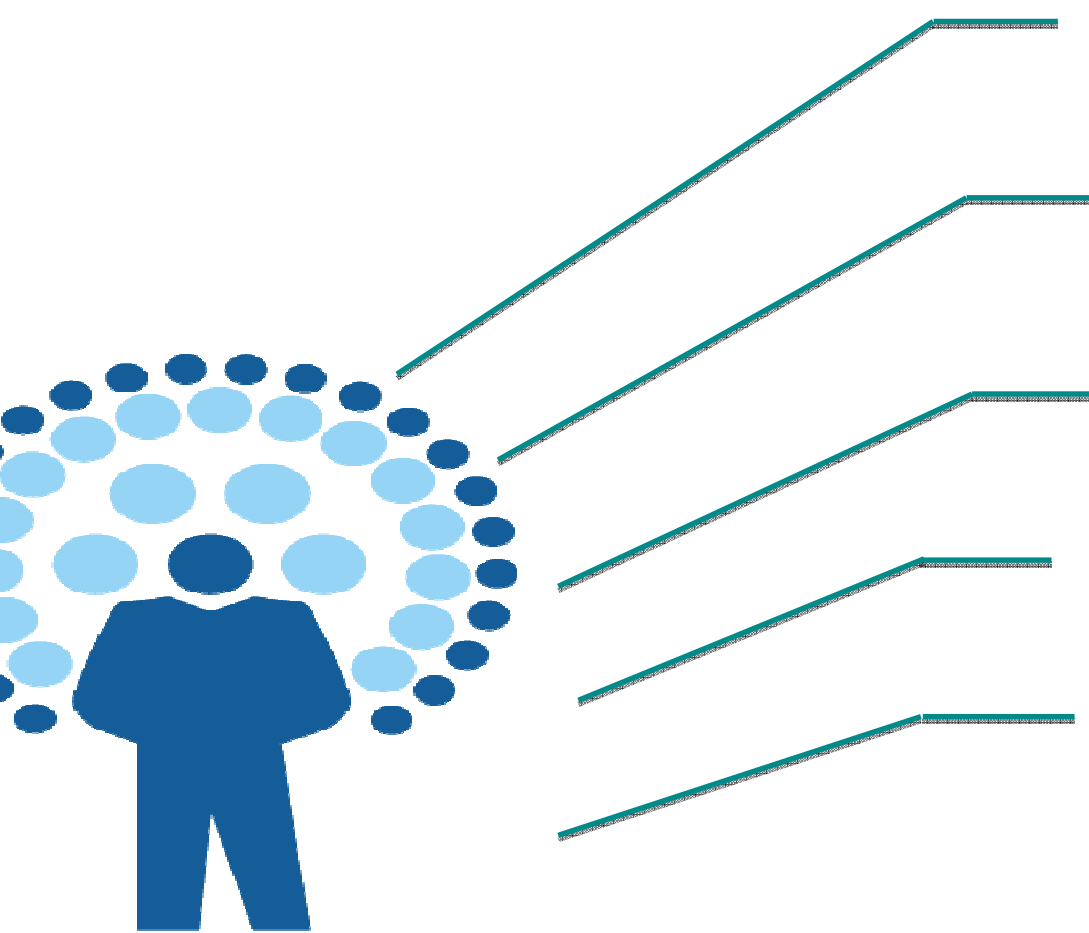


IBM



# IBM SolutionsConnect 2013

## Personnalisation en temps réel : Cinq principes clés de succès



Se concentrer sur la PERSONNE dans la PERSONNALISATION

La pertinence nécessite une connaissance client qui requiert la combinaison de données de clics, de client et de contexte en temps réel

La pertinence nécessite l'intégration de l'ensemble des canaux digitaux et dispositifs mobiles

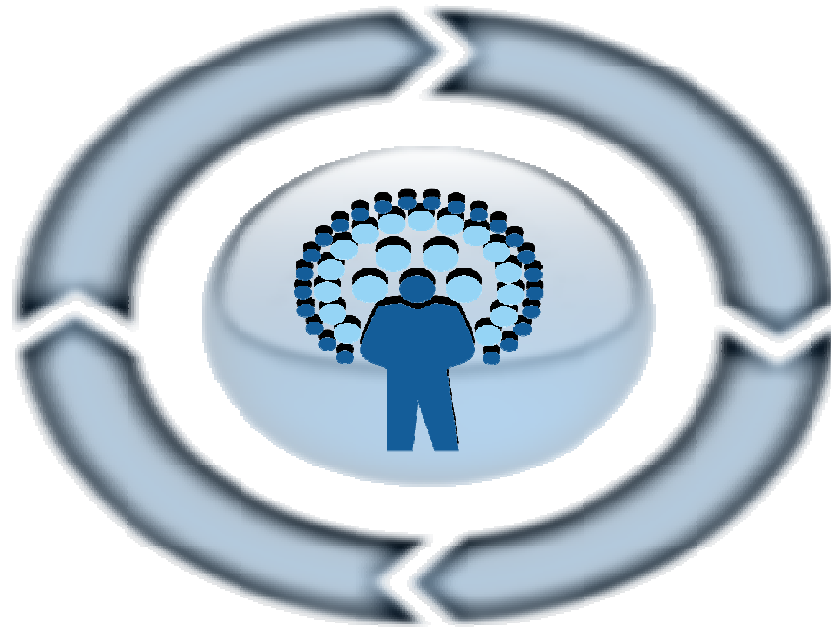
Etre à l'échelle du marketing personnalisé nécessite de l'auto-apprentissage et des capacités basées sur des règles

La rendre pratique nécessite une solution pré-intégrée et facile à utiliser

# IBM SolutionsConnect 2013

Pour commencer avec de la personnalisation digitale.....

Créer des  
**communications**  
convaincantes,  
ciblées et  
**personnalisées** à travers  
canaux digitaux



Cibler, tester, **exécuter**  
**et gérer** des campagnes  
marketing digitales

Comprendre et mesurer les campagnes digitales et l'efficacité des  
canaux pour **optimiser les résultats**

# IBM SolutionsConnect 2013

IBM DMOs pour une personnalisation efficace  
Approche Marketing

Comprendre quels comportements vous souhaitez  
pour créer des segments en conséquence

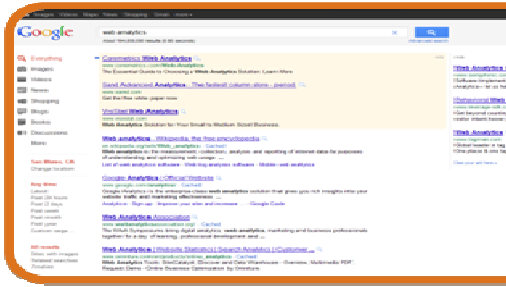
Utiliser les campagnes de recherche  
payantes pour cibler et acquérir des visiteurs



Identifier quels programmes sont les plus efficaces pour un segment

A screenshot of the 'Buyer Lifecycle' report. It displays a table titled 'Top Marketing Vendor Influences'. The table has columns for 'Marketing Vendor', 'Visitors Influenced', and '% Influenced'. The data is as follows:

Marketing Vendor	Visitors Influenced	% Influenced
Paid Search	13,485	14.32%
Facebook	7,651	20.68%
Email	654	17.04%
Commission Junction	560	35.11%
Email	322	62.12%
Facebook	101	47.22%
Paid Search	1,322	19.22%
Paid Search	234	14.62%



Continuellement suivre et mesurer les comportements des visiteurs ainsi que la performance de vos campagnes pour affiner vos efforts de reciblage



Utilisez l'affichage d'annonces pour retrouver les visiteurs que vous connaissez



Utiliser les push produits sur site pour optimiser la fréquentation et fidéliser vos visiteurs



Utilisez l'e-mailings pour récupérer les visiteurs que vous connaissez

#solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

IBM Marketing Center: En mode Cloud, tout-en-un, combinant personnalisation digitale et moteur d'exécution marketing

The screenshot displays a dashboard with several key components:

- Promotions Table:**

Clicks	% Change
2,335	-0.85%
2,405	-2.47%
2,319	-2.95%
405	-4.41%
890	-6.38%
2,280	-6.81%
2,252	-6.98%
2,082	-7.47%
558	-7.92%
600	-8.28%
- Average Session Length Pie Chart:**

Duration	Session Percentage
30-60 Mins	21.01%
20-30 Mins	14.08%
10-20 Mins	7.85%
5-10 Mins	3.91%
0-5 Mins	1.96%
Over 60 Mins	50.44%
- Bar Chart:** Shows performance across segments like 500-1,000 AOV and 250-500 AOV.

**Digital Analytics + Real-Time Marketing**

## Personalize

- Powerful segmentation
- Site and email communications
- List targeting

## Execute

- Split testing
- Campaign management & execution

## Analyze

- Marketing tracking & analytics





# IBM SolutionsConnect 2013

Présentation produit:  
“Une journée  
dans la vie d’un  
marketeur”

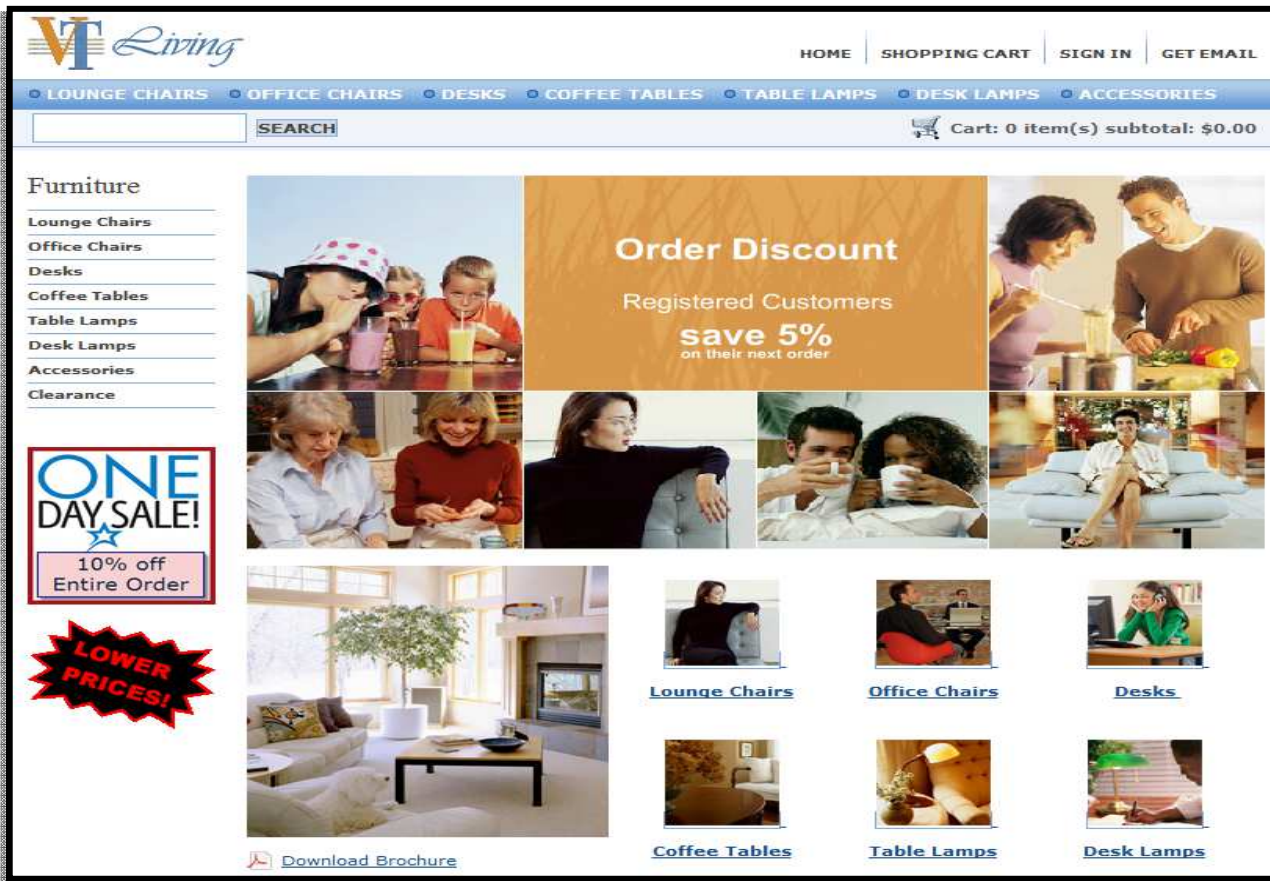


# IBM SolutionsConnect 2013

Rencontre avec Sarah



Sarah  
Directrice Marketing Digital  
VT Living

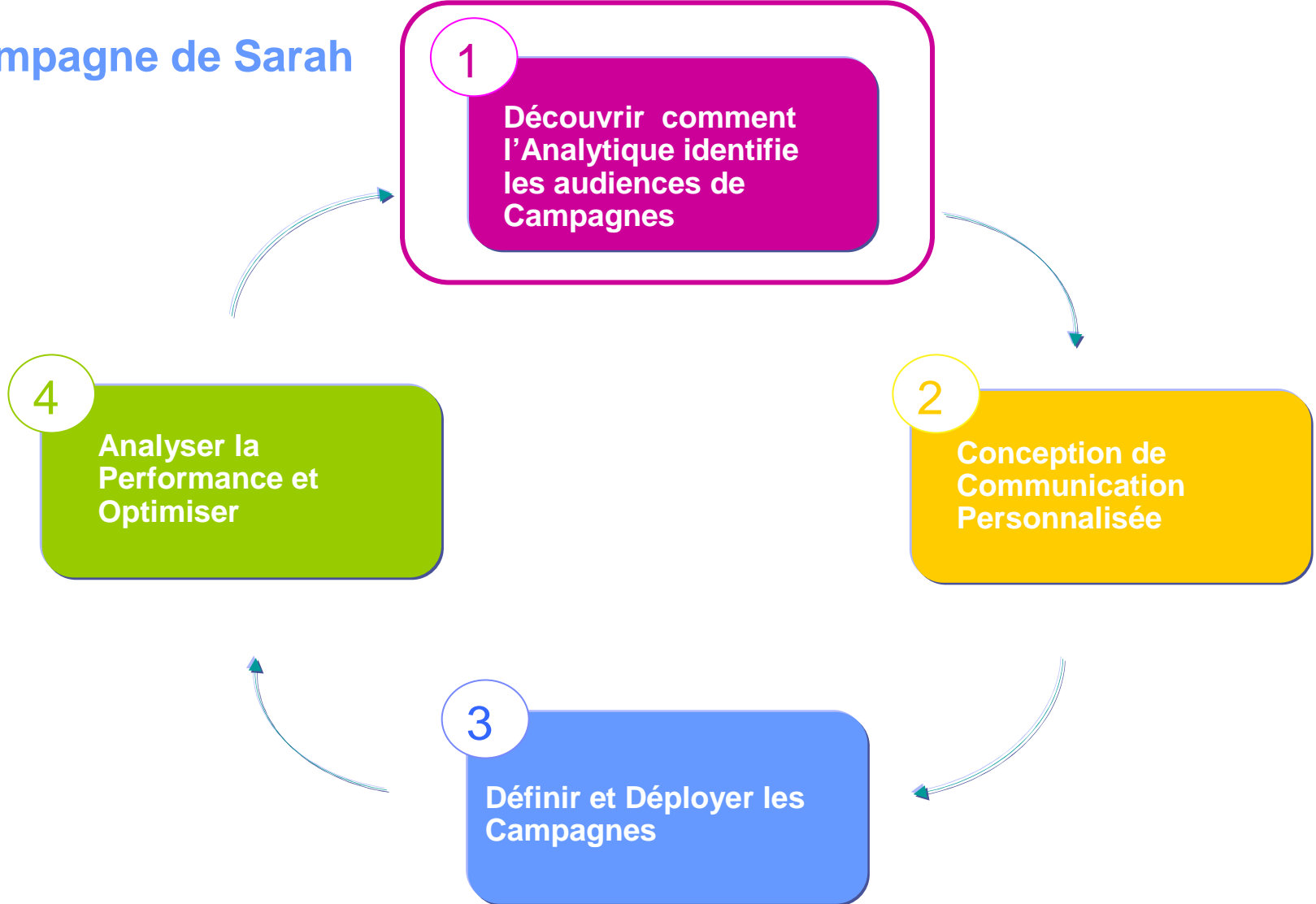


The screenshot shows the VT Living website interface. At the top, there is a navigation bar with links for HOME, SHOPPING CART, SIGN IN, and GET EMAIL. Below this is a secondary navigation bar with categories: LOUNGE CHAIRS, OFFICE CHAIRS, DESKS, COFFEE TABLES, TABLE LAMPS, DESK LAMPS, and ACCESSORIES. A search bar is located to the left of the cart information, which shows 'Cart: 0 item(s) subtotal: \$0.00'. On the left side, there is a 'Furniture' menu listing: Lounge Chairs, Office Chairs, Desks, Coffee Tables, Table Lamps, Desk Lamps, Accessories, and Clearance. The main content area features a large 'Order Discount' banner for registered customers, offering a 5% discount on the next order. Below the banner is a 'ONE DAY SALE!' banner for 10% off the entire order, with a 'LOWER PRICES!' starburst graphic. A 'Download Brochure' link is visible at the bottom left. The product grid includes: Lounge Chairs, Office Chairs, Desks, Coffee Tables, Table Lamps, and Desk Lamps, each with a representative image.



# IBM SolutionsConnect 2013

Processus de Campagne de Sarah



# IBM SolutionsConnect 2013

Dernière campagne "post achat" de Fauteuil de Sarah



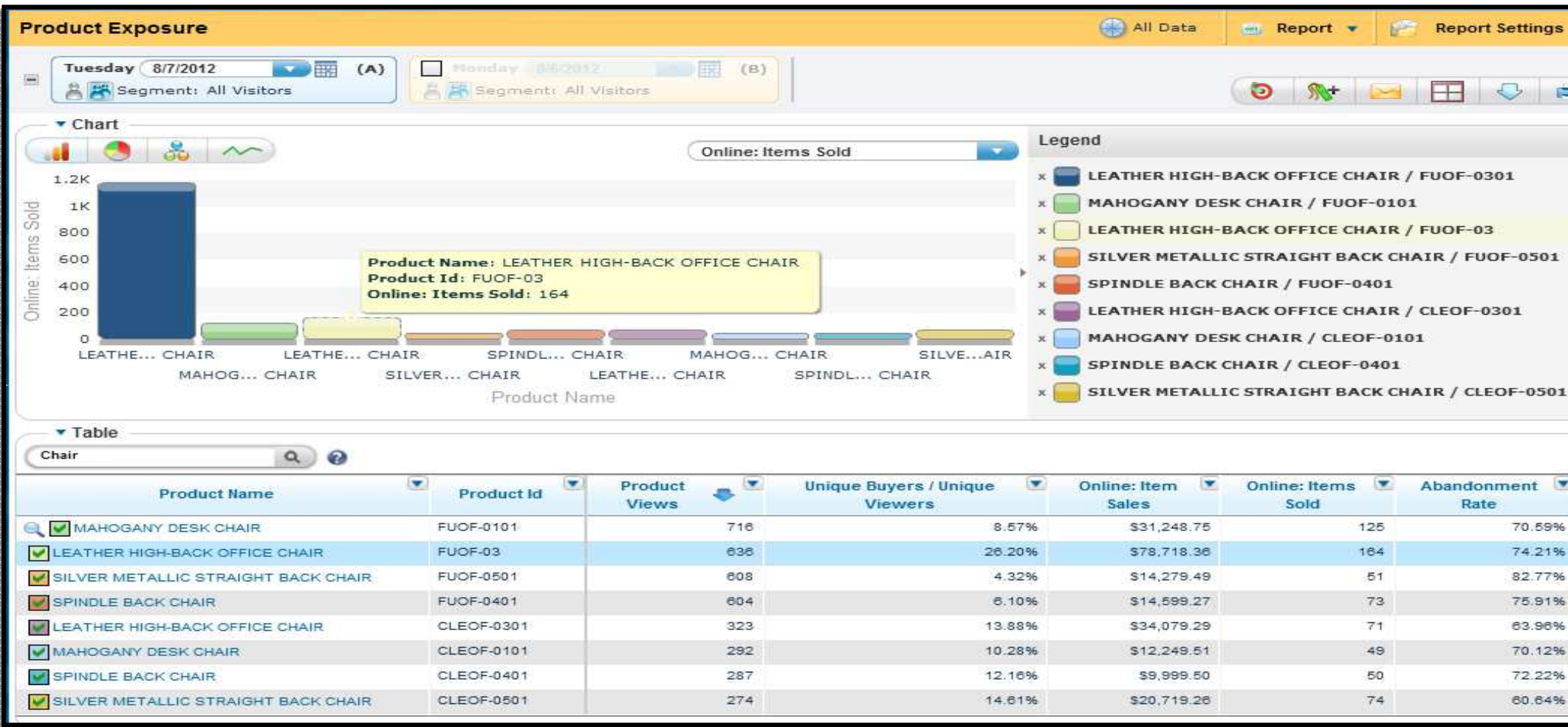
Et Maintenant?





# IBM SolutionsConnect 2013

Analytics identifie qui a acheté des fauteuils?



# IBM SolutionsConnect 2013

clique sur un bouton pour auto-créer un segment   partir du rapport..

**Product Exposure** All Data Report Report Settings

**Retarget through Marketing Central**

Create a segment in Marketing Central that identifies all visitors who are associated with the selected rows.

Define criteria based on which product action?  
Product Action: **Products Purchased**

Include segment criteria applied to report?  
No segment was applied to this report.

**Retargeting Criteria Summary:**

- (Product Name(s) Purchased Online **IS LEATHER HIGH-BACK OFFICE CHAIR** AND Product ID(s) Purchased Online **IS FUOF-0301**)
- OR-
- (Product Name(s) Purchased Online **IS MAHOGANY DESK CHAIR** AND Product ID(s) Purchased Online **IS FUOF-0101**)
- OR-
- (Product Name(s) Purchased Online **IS LEATHER HIGH-BACK OFFICE CHAIR** AND Product ID(s) Purchased Online **IS FUOF-03**)
- OR-
- (Product Name(s) Purchased Online **IS SILVER METALLIC STRAIGHT BACK CHAIR** AND Product ID(s) Purchased Online **IS FUOF-0501**)
- OR-
- (Product Name(s) Purchased Online **IS SPINDLE BACK CHAIR** AND Product ID(s) Purchased Online **IS FUOF-0401**)
- OR-
- (Product Name(s) Purchased Online **IS LEATHER HIGH-**

Continue Cancel

Online: Items Sold	Abandonment Rate
1,180	59.42%
125	70.59%
164	74.21%
51	82.77%
73	75.91%
71	83.98%
48	70.12%
50	72.22%

# IBM SolutionsConnect 2013

clique sur une icône pour créer automatiquement un segment de rapport et le finaliser en 1 clic.

The screenshot displays the IBM Marketing Center interface. On the left is a navigation sidebar with categories like Dashboards, Reports, Workbooks, Campaigns, and Segments. The main area shows the 'Edit Segment' configuration for 'Gold Member, Non-Euro Chair Buyers'. A Venn diagram is used to define the segment, with three overlapping circles: a blue circle for 'Chair Buyers - Last 60', a red circle for 'Gold Members', and a yellow circle for 'Europeans - RT'. The intersection of all three is shaded purple. A 'Selection Summary' window on the right shows the resulting segment definition: 'Chair Buyers - Last 60 AND Gold Members AND NOT Europeans - RT'. Hand-drawn pink boxes and arrows highlight the diagram and the summary window.

Marketing Center

Workbook: Default Workbook \*

Edit Segment: Gold Member, Non-Euro Chair Buyers \*

Edit Segment: Gold Member, Non-Euro Chair Buyers

Segment Name\* Gold Member, Non-Euro Chair Buyers

Segment Folder Brian's Segments

Description Gold members who have purchased a chair within the last 60 days and aren't actively accessing the site

Possible test segment for emails

Selection Summary

Selection Summary

Chair Buyers - Last 60 AND Gold Members AND NOT Europeans - RT

Chair Buyers - Last 60

Gold Members

Europeans - RT

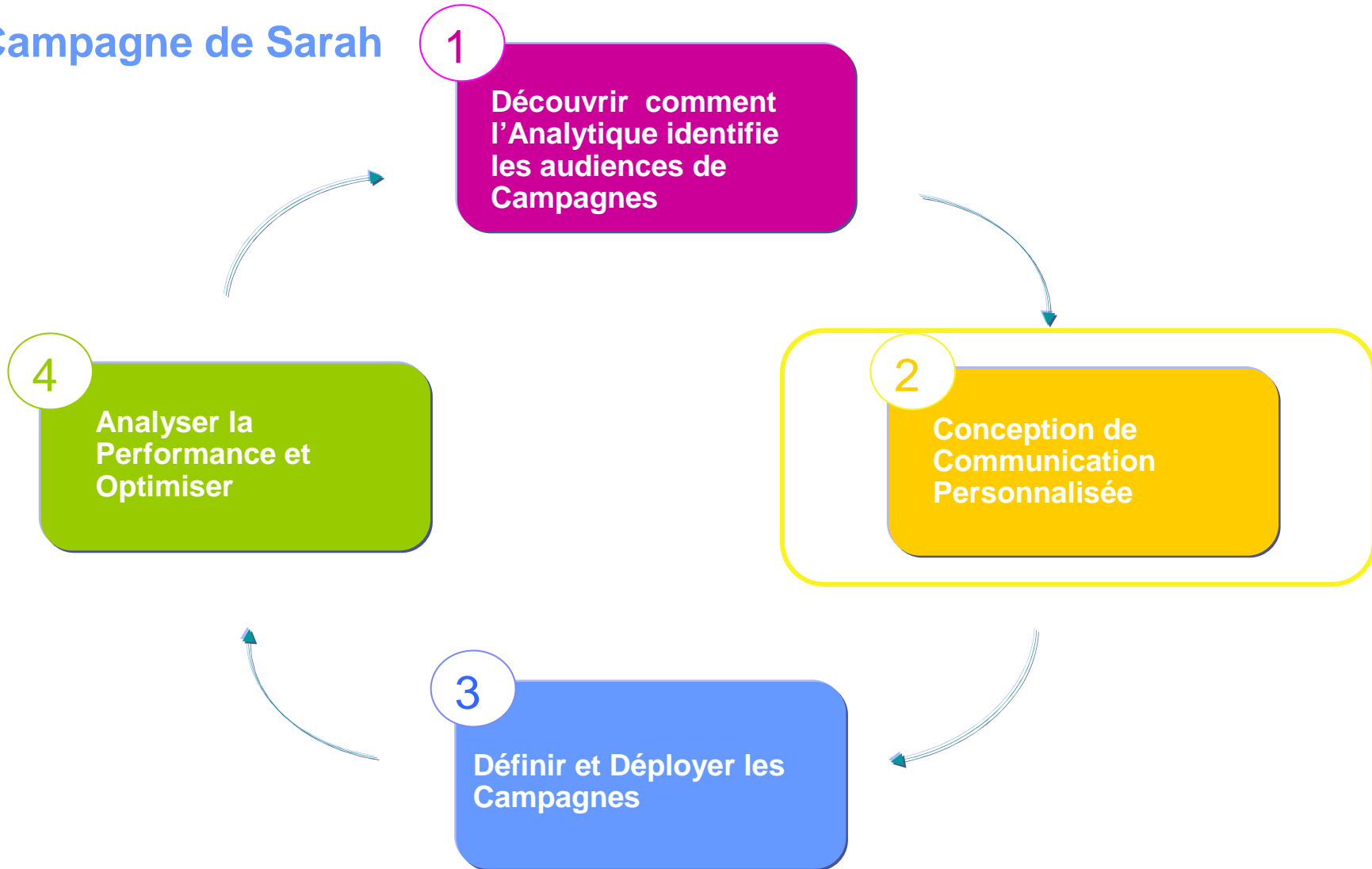
Membres Gold

Europeens

Save Cancel

# IBM SolutionsConnect 2013

Processus de Campagne de Sarah

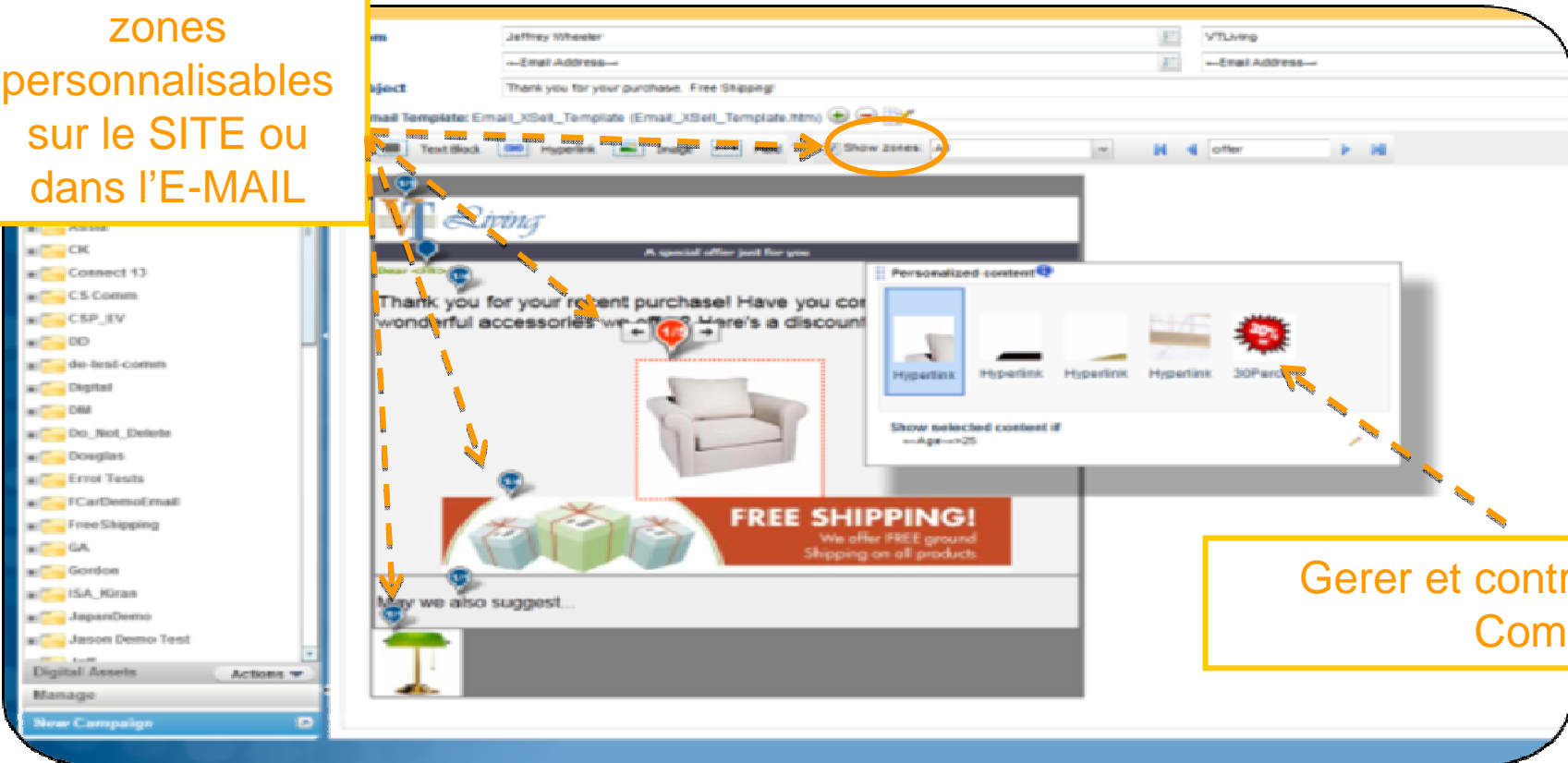




# IBM SolutionsConnect 2013

Un utilisateur peut personnaliser ses communications email et sur site

Identifier les zones personnalisables sur le SITE ou dans l'E-MAIL



Gerer et controler les Assets et les Communications





# IBM SolutionsConnect 2013

## Communication personnalisée sur Email par Sarah

The screenshot displays the IBM Coremetrics Marketing Center interface. The top navigation bar includes 'QA Retail' and 'Marketing Center'. The left sidebar lists various communication tools like 'Dashboards', 'Reports', 'Workbooks', 'Campaigns', and 'Segments'. The main workspace shows an 'Edit Email Communication' for 'VT Living Post Purchase Thank You'. The email template is 'CrossSell Template (tmplt\_XSellEmailTemplate\_KnownGood.htm)'. The content area features a 'VT Living' logo, a personalized greeting 'Dear --Resturant--', a thank you message for a recent chair purchase, and a prominent 'Find us on facebook' banner. Below this, there's a section 'We also suggest...' with four product images: a pink armchair, a lamp, a red cushion, and a desk. A 'Personalized content' pop-up window is visible on the right, showing options for 'Image', 'Hyperlink', and 'Image' with a 'Find us on facebook' icon. The bottom of the interface shows 'Messages (0)', '30000001', and 'About | © Copyright IBM Corporation'.

une solution complète d'emailing gérant l'intégralité du processus : personnalisation des messages, routage des emails, tracking temps réel et délivrabilité



# IBM SolutionsConnect 2013

Communication personnalisée sur Site par Sarah

The screenshot displays the IBM Coremetrics Marketing Center interface. The top navigation bar includes 'QA Retail' and 'Marketing Center'. The main workspace is titled 'Website Communication' and shows a live preview of a website. The website features a 'Personalized content' pop-up window with options for 'Image' and 'Hyperlink'. The background website has a 'Gold Members' banner and a 'save 5%' offer. The left sidebar contains a navigation menu with categories like 'Dashboards', 'Reports', 'Workbooks', 'Campaigns', 'Segments', and 'Communications'. The bottom status bar shows 'Messages (0)', '30000001', and '© Copyright IBM Corporation 2013'.

testez et proposez vos offres à des publics différents avec aperçu de la personnalisation pour validation des campagnes avant leur mise en



# IBM SolutionsConnect 2013

Processus de Campagne de Sarah





# IBM SolutionsConnect 2013

## Campagne "Post achat de Fauteuils" par Sarah

Utilisez les fonctionnalités de gestion de campagne pour attribuer les communications aux différentes audiences, échantillonnage, priorisation, planification de la communication,

The screenshot displays the 'Edit Campaign: Post Purchase Campaign' interface in the 'Design' phase. The main workspace shows an audience hierarchy with segments like 'Chair Buyers - Last 60', 'Social Visitors - Last 60', and 'Mobile Visitors - Last 60'. Each segment is associated with a split percentage (e.g., 'A: 100%', 'A: 60%', 'B: 40%'). A 'Subsegment' is also visible under 'Mobile Visitors'. The interface includes a left sidebar with navigation options like 'Dashboards', 'Reports', 'Workbooks', and 'Campaigns'. A top navigation bar shows steps: '1 Define', '2 Design', '3 Test', and '4 Deploy'. Two callout boxes are present: one on the left with the text 'Drag & Drop des Segments & sous-Segments' and arrows pointing to the audience tree, and one at the bottom with the text 'Definir les scissions' and an arrow pointing to the split percentage controls. On the right, two modal windows are open: 'Paramètres du public' (Public Parameters) and 'Send Test Email'. The 'Send Test Email' window shows options for recipients and a list of emails to be sent, including 'Canadians - Last 30 > A: 100% > Celebrate with Free Shipping'. Navigation buttons at the bottom include 'Back: Define' and 'Next: Test'.

# IBM SolutionsConnect 2013

Campagne "Post achat de Fauteuils" par Sarah

The screenshot displays the IBM Coremetrics Marketing Center interface. The top navigation bar includes 'QA Retail' and 'Marketing Center' tabs, along with user profile and utility links. The main workspace is titled 'Workbook: Default Workbook \*' and shows a campaign in the 'Deploy' phase of a 4-step process (Define, Design, Test, Deploy). The 'Manual Actions' section contains buttons for 'Build', 'Build and Deploy', 'Deploy', and 'Undeploy'. A 'Schedule' panel on the right offers 'Schedule Run' and 'Manage Schedules' options. Below these, a 'Current Status Summary' shows a green progress bar for 'Status: Build - Success'. A table below provides detailed campaign status and action information.

Build Status	Action Details	Deployment Status	Undeploy Status
<b>Build Started</b> August 05, 2012   10:48PM	<b>Action Type</b> Build	<b>Date Started</b> N/A	<b>Undeploy Started</b> N/A
<b>Build Completed</b> August 05, 2012   11:07PM	<b>State</b> Build - Success	<b>Deploy Completed</b> N/A	<b>Undeploy Completed</b> N/A
<b>Build Duration</b> 19:00	<b>Created By</b> Brian Tomz	<b>Deploy Duration</b> N/A	<b>Undeploy Duration</b> N/A

Prévisualisez les traitements, planifiez les campagnes récurrentes, envoyez des emails, publiez le contenu d'offres personnalisées du site, créez vos listes de contacts.

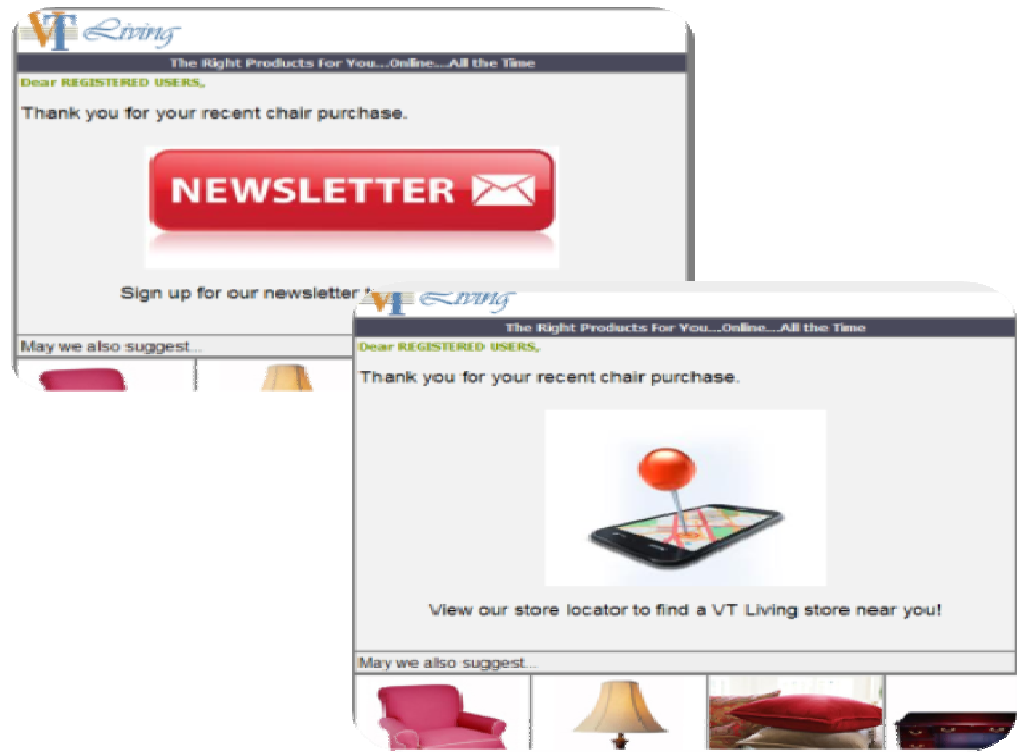
 #solconnect13





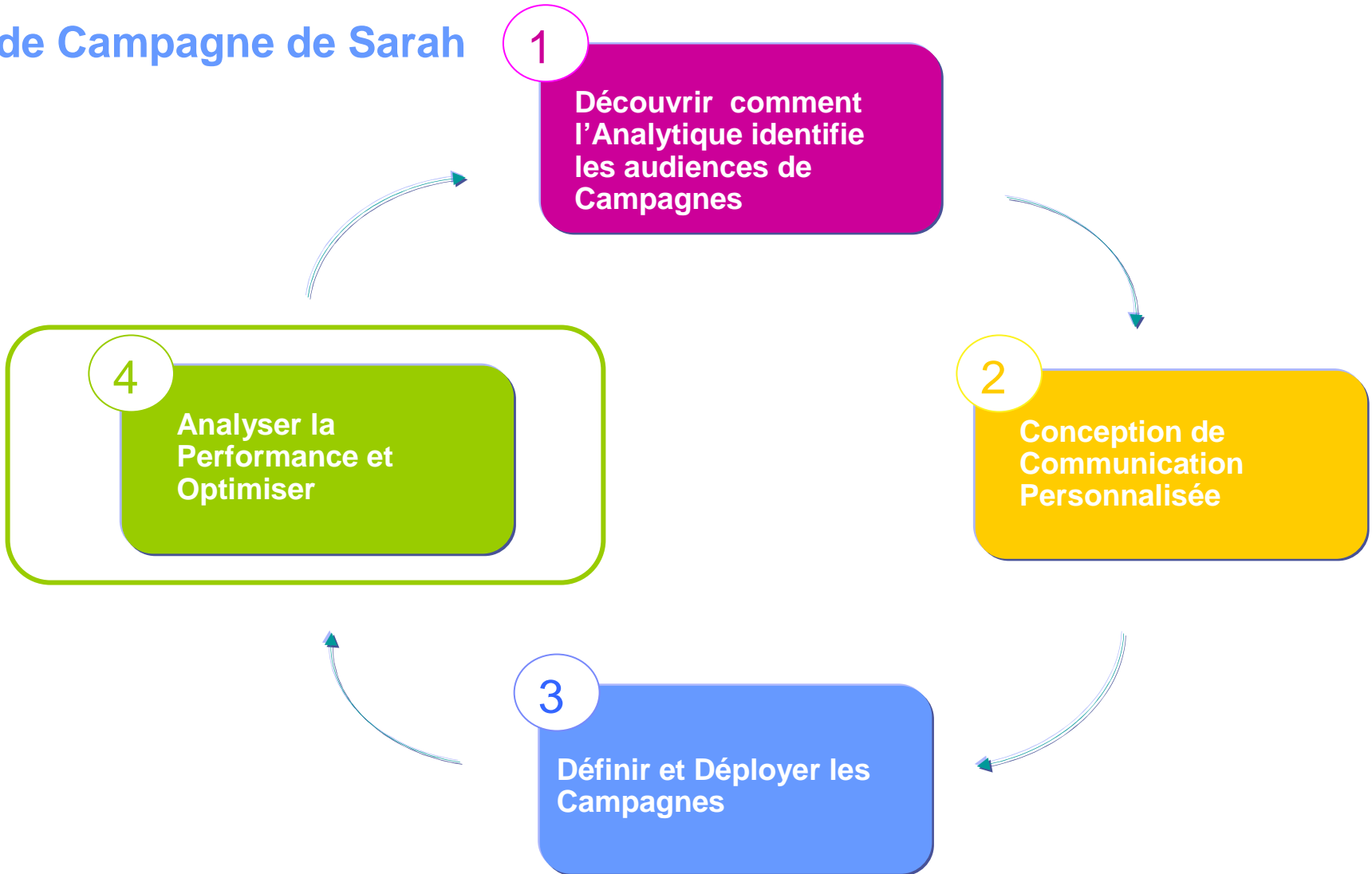
# IBM SolutionsConnect 2013

A ce stade, les visiteurs allant sur le site ou recevant un email verront le contenu le plus pertinent ...



# IBM SolutionsConnect 2013

Processus de Campagne de Sarah





# IBM SolutionsConnect 2013

Tableaux de bords et rapports de performance de Sarah

The image displays a screenshot of the IBM Marketing Center dashboard. A central callout box on the left lists the following reports under 'Standard reports':

- Campaigns
  - Campaign Audiences
  - Campaign Calendar
  - Campaign Communications
- Communications
  - Email Performance
  - Site Performance
- Marketing Attribution
  - Channel Stream
  - Channel Veas
  - Visitor Journey
- Explore Bookmarks

Other callouts highlight specific data visualizations:

- Performance Indicators - Last Week:** A table showing metrics like Clicks, Impressions, and Conversion Rate.
- Buyers Performance:** A table comparing Mobile Device, Online, and Offline sales.
- 3D Pie Chart:** A 3D pie chart showing the distribution of data across categories.
- Venn Diagram:** A Venn diagram with three overlapping circles (red, blue, yellow) representing different data sets.
- Bar Chart:** A bar chart showing data points for different segments.



# IBM SolutionsConnect 2013

Comment le marketing digital a été facilité pour Sarah et pour les clients utilisant IBM DMOs et IBM Marketing Center ?

Passer de l'analyse à la conception des segments spécifiques, pour prendre des mesures immédiates en quelques clics

Suppression de la nécessité d'outils en silos en fournissant un processus intuitif de gestion et d'exécution de campagnes digitales

Mettre en perspective une image complète de personnalisation digitale

Conditionnée par la confiance et le contrôle à chaque étape



# IBM SolutionsConnect 2013

## Points d'intégration de Marketing Center à travers le portfolio IBM

**Digital Analytics:** Acquérir des capacités d'exécution marketing et optimisation de la personnalisation sur site et email - pas de marquage complémentaire requis

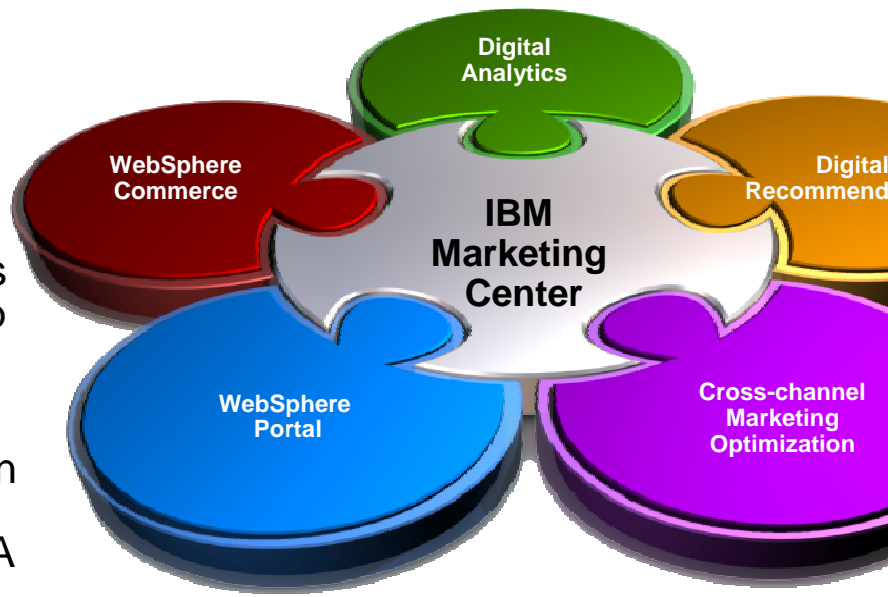
**Digital Recommendations:** Les marketeurs peuvent varier l'expérience utilisateur sans programmation du site

**Cross-channel Marketing Optimization:** Importer/Exporter des données entre Marketing Center et le Marketing cross-canal. Une roadmap sans limite enrichie par les besoins des clients

**WebSphere Commerce:** Améliore WebSphere Commerce Precision Marketing, fournit une flexibilité des coûts et réduit le temps d'implémentation en profitant de l'intégration des tags pré-configurés de DA

**WebSphere Portal:** Ajouter des communications marketing personnalisées, adaptées au comportement de visiteurs du portail. Réduit le temps d'implémentation en profitant de l'intégration des tags pré-configurés de DA

## Integration Portfolio IBM



# IBM SolutionsConnect 2013

## AGENDA

1

### Introduction

<http://www.youtube.com/watch?v=0dl2oTkrKcc>

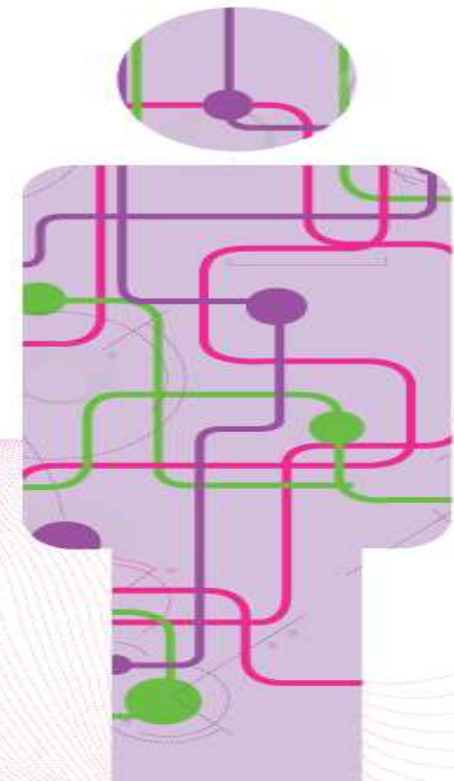
2

Comment Optimiser votre Marketing Digital et Offrir une Expérience Personnalisée à vos clients?

- Des solutions conçues pour des marketeurs
- Présentation produit: « Une journée dans la vie d'un « marketeur Digital »

3

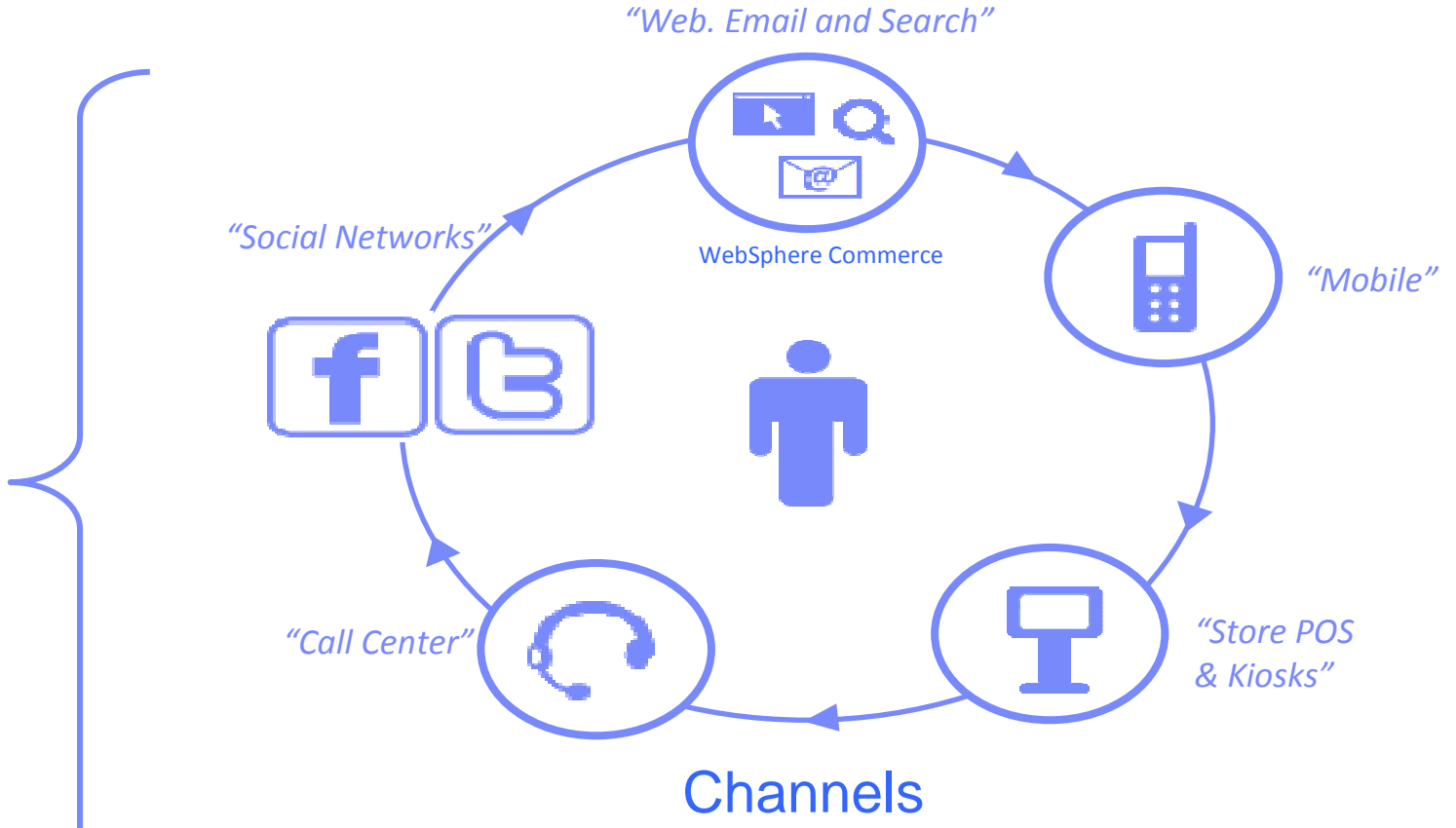
### Conclusion



# IBM SolutionsConnect 2013

Le secret du succès: Créer une expérience captivante à chaque point de décision, à travers tous les canaux et dans toutes les interactions

Recap



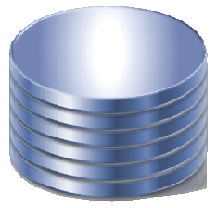
Les clients sont aujourd'hui cross-canal!  
En ayant accès à différentes vitrines, ils s'attendent à une expérience continue et personnalisée à chaque point de





# IBM SolutionsConnect 2013

Unifiez la vision 360 en combinant les analyses comportementales et le marketing ciblé en temps réel, à travers une seule et même application Cloud



1. Associez les à vos données offline

2. Reciblez les visiteurs anonymes

Récupérez les données online des clients

Automatiser la personnalisation de produits et contenus sur les canaux online

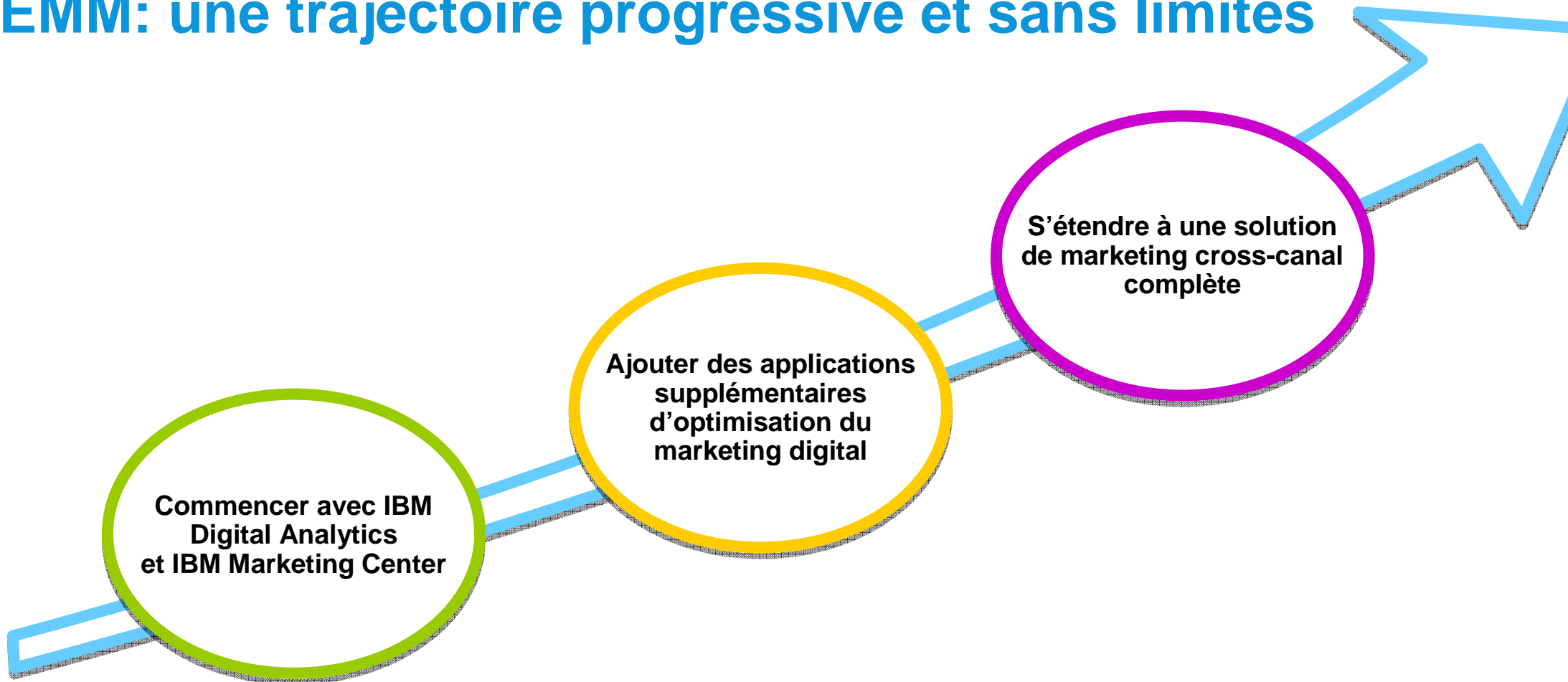
3. Reciblez les visiteurs connus

#solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

## IBM EMM: une trajectoire progressive et sans limites



# IBM SolutionsConnect 2013

## MERCI !



Contact:

**Akram Karkoubi**  
Senior Solutions Consultant  
Digital Analytics & Cross-Channel Marketing Optimization  
IBM / IBM Software Group  
Email: [akarkoubi@fr.ibm.com](mailto:akarkoubi@fr.ibm.com)  
Phone & eFax : +33 1 58 75 26 02  
+33 6 26 08 54 00

 #solconnect13



IBM