

[guide]

Mythe contre réalité

La vérité sur l'analyse numérique

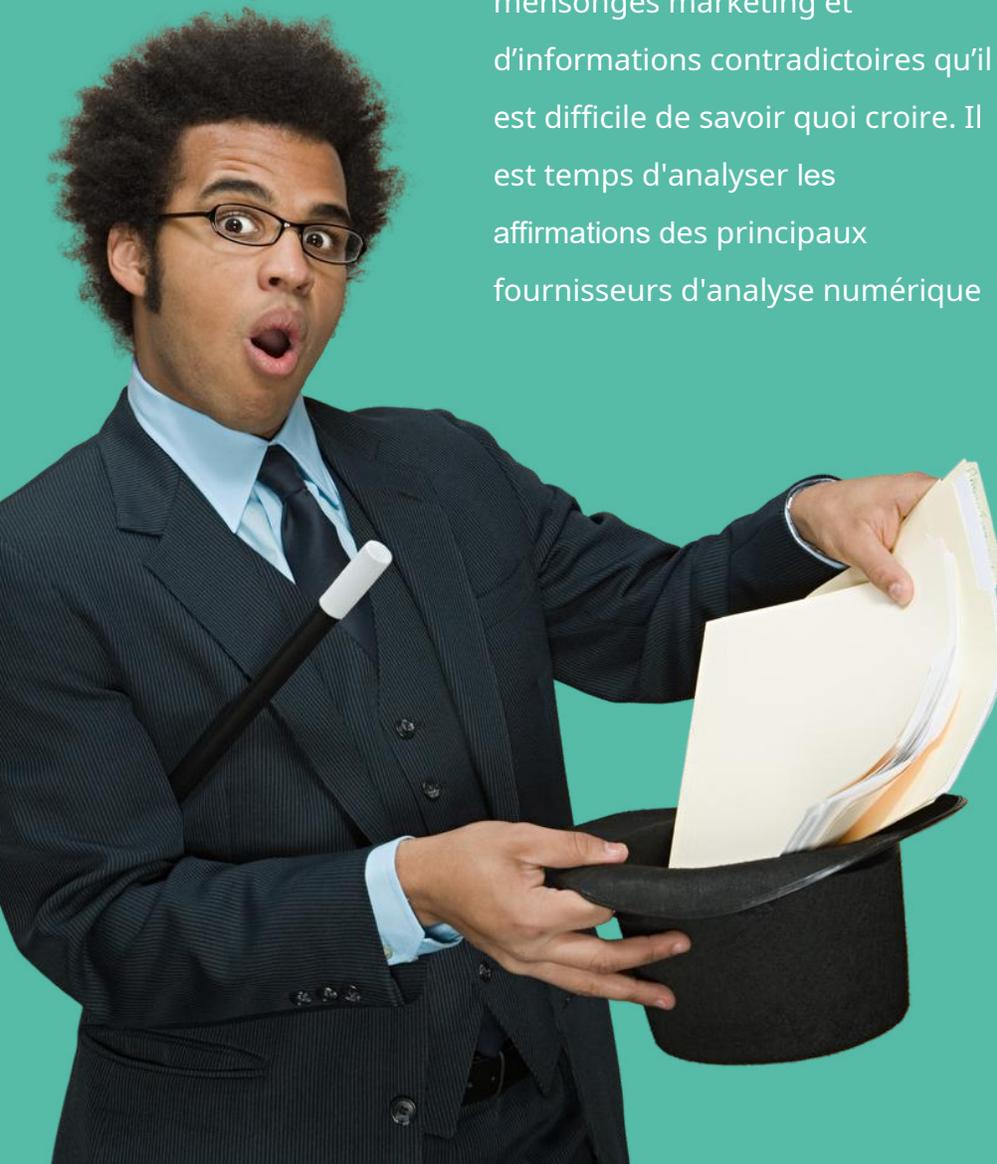


Pour concourir dans les affaires aujourd'hui vous avez besoin d'une analyse du numérique précise et que vous pouvez croire

Le problème? Il y a tellement de mensonges marketing et d'informations contradictoires qu'il est difficile de savoir quoi croire. Il est temps d'analyser les affirmations des principaux fournisseurs d'analyse numérique

pourquoi elles sont importants et la vérité sur tout cela.

Il s'agit d'une comparaison entre ce que vous attendiez de l'analyse numérique et ce que vous avez réellement reçu.



Ce guide est fait pour vous si :

- Vous avez déjà participé à une réunion avec trois versions différentes des « mêmes » données
- Vous êtes aux prises avec les changements apportés aux plateformes traditionnelles de Web Analytics
- Vous avez perdu la visibilité sur vos données numériques
- Votre plateforme d'analyse Web vous laisse plus de questions que de réponses



Données de première partie

Les données propriétaires sont essentielles, car les cookies tiers sont fortement restreints, bloqués et expirent plus fréquemment. Cela génère des profils orphelins, gonfle le nombre de visiteurs et de sessions et fausse les analyses. Pour **surmonter la dépréciation des cookies tiers** en panique, les fournisseurs exagèrent leurs prétentions à fournir des données de première partie – alors qu'en réalité, ils ne le peuvent pas.

Le mythe	La réalité
<p data-bbox="402 1100 558 1136">Ils disent:</p> <p data-bbox="196 1199 748 1283">« Mettre en œuvre une solution sans cookies à l'épreuve du temps avec des données de première partie »</p> <p data-bbox="233 1367 727 1455">« Cookies de première partie posés par (des tierces parties) f »</p> <p data-bbox="207 1524 711 1577">« Les cookies sont limités à 24 heures ou 7 jours avant expiration »</p> <p data-bbox="220 1682 686 1734">"Nous utiliserons CNAME pour définir le cookie côté client"</p>	<p data-bbox="846 953 1425 1241">Les véritables cookies propriétaires persistent : ils ne sont jamais restreints ou bloqués et n'expirent pas. Les cookies propriétaires ne quittent jamais les quatre murs de votre environnement, vous avez donc un contrôle total et une visibilité totale sur TOUTES vos données.</p> <p data-bbox="867 1314 1401 1398">Les grands fournisseurs de Web Analytics utilisent cookies tiers dans un environnement partagé.</p> <p data-bbox="846 1419 1430 1650">Toutes les données numériques, y compris les PII et PHI (si vous travaillez dans le secteur de la santé), passent par le même tunnel : directement vers leur environnement puis reviennent dans le votre.</p> <p data-bbox="846 1734 1419 1965">Ils peuvent utiliser le masquage des cookies ou des solutions de contournement JavaScript pour tenter de masquer mais les bloqueurs connaissent la différence</p>

Données en temps réel

Par définition, une **analyse de données en temps réel** doit fournir des réponses aux requêtes au fur et à mesure, en quelques secondes, fournissant ainsi un aperçu de ce qui se passe dans le moment. Les données en temps réel aident les entreprises à identifier qui sont actuellement leurs clients et visiteurs et comment ils interagissent - simplement en naviguant,

Vous recherchez des idées ou êtes prêt à prendre une décision d'achat ?

Comme le dit Naveen Peddamail, analyste principal chez Walmart : «**Si vous ne pouvez pas obtenir d'informations avant d'avoir analysé vos ventes sur une semaine ou un mois, alors vous avez perdu des ventes.**»

Malheureusement, le terme a été galvaudé par les vendeurs qui ne disent pas exactement toute la vérité et rien que la vérité.

Le mythe	La réalité
<p>Ils disent:</p> <p>« Vues clients et leurs comportements à la minute près »</p> <p>"Traiter les données immédiatement."</p> <p>« Offrir des expériences personnalisées dans temps réel. »</p>	<p>La plupart des plateformes de capture et d'analyse de données peuvent capturer OU fournir les données en temps réel. Mais il est essentiel de faire les deux : les grands acteurs mettent entre 2 et 48 heures pour fournir vos données afin de les utiliser dans les analyses et les rapports. Pas exactement en temps réel.</p> <p>Vous devez capturer ET activer vos données instantanément, c'est-à-dire en temps réel.</p>

Assemblage d'identité

L'assemblage d'identité permet aux organisations de relier les parcours (pensez à plusieurs visites et sessions sur n'importe quel appareil ou canal) pour le même visiteur.

En termes d'analyse et de reporting numériques, c'est la clé pour obtenir des données précises et fiables. Lorsque la même personne visite votre site plusieurs fois sur deux semaines, parfois sur mobile, parfois sur ordinateur, parfois sur un sous-domaine, vous ne voulez pas voir cela comme 5 visiteurs différents dans vos rapports. Vous devez relier ces interactions au même visiteur.

Le mythe	La réalité
<p data-bbox="407 1409 561 1440">Ils disent:</p> <p data-bbox="258 1480 683 1591">"Réconcilier les identifiants de plusieurs appareils et canaux canaux dans un seul profil."</p> <p data-bbox="258 1631 643 1705">"Suivre sur les canaux les appareils et les domaines."</p>	<p data-bbox="850 1232 1357 1415">Si les solutions standard d'analyse digitale peuvent assembler les identités de plusieurs sources, elles ne peuvent le faire de manière fiable.</p> <p data-bbox="850 1463 1357 1646">Les cookies expirent toujours après 7 jours, ce n'est pas en temps réel (les données sont assemblées 24 à 36 heures après les faits) et cela crée des profils orphelins.</p> <p data-bbox="850 1694 1357 1990">La seule manière d'assembler les données en temps réel est d'utiliser des cookies first party qui persistent dans le temps à travers les domaines, les appareils et les canaux pour délivrer des connaissances immédiates et des analyses fiables</p>

Capture et marquage des données

Les méthodes traditionnelles de capture de données sont limitées à une seule approche : le tagage .

Et bien sûr, les couches de données qui vont avec. Il s'agit d'un processus frustrant et chronophage pour les data scientists, sans parler d'exaspérant pour les spécialistes du marketing qui ne peuvent pas prédire l'avenir (mais qui adoreraient le faire !). Qu'y a-t-il de pire que d'avoir une idée fantastique ou de vouloir examiner ses données sous un angle différent, pour ensuite entendre « nous n'avons pas taggé pour cela » ? Eh bien, vous découvrirez peut-être que vous avez oublié un tag ou que vous l'avez mal codé et que les données sur lesquelles vous comptiez sont fausses ou complètement absentes. Oops.

Le mythe	La réalité
<p data-bbox="423 1203 550 1230">Ils disent :</p> <p data-bbox="228 1262 748 1289">« Comprenez l'ensemble du parcours client. »</p> <p data-bbox="204 1320 773 1430">« Découvrez des informations précieuses, comprenez les conversions, prévoyez les besoins futurs, identifiez de nouveaux segments et cohortes. »</p> <p data-bbox="209 1461 768 1518">« Exécutez des ventilations de données illimitées pour une analyse approfondie. »</p> <p data-bbox="233 1549 743 1606">« Utilisez le gestionnaire de balises que vous voulez. »</p>	<p data-bbox="915 1062 1354 1142">Les systèmes basés sur le balisage ne fonctionnent pas.</p> <p data-bbox="862 1171 1406 1417">Ils sont inflexibles, sujets aux erreurs et ont du mal à assembler les sessions, les appareils et les identités. Leur configuration et leur maintenance prennent une éternité, et nécessitent une configuration avancée.</p> <p data-bbox="870 1446 1398 1583">Et comment pouvez-vous faire une analyse approfondie sur des données que vous n'avez même pas ?</p> <p data-bbox="878 1612 1390 1801">Pour obtenir les analyses les plus précises et les plus fiables, vous avez besoin d'une solution qui capture TOUTES les données numériques, sans avoir à les étiqueter.</p>

Mais attendez... il y a d'autres mythes trop importants pour être ignorés !

Exactitude et confiance des données

L'une des plaintes les plus courantes concernant l'analyse numérique est le manque d'exactitude des données. Les spécialistes du marketing et les scientifiques des données ont besoin d'une plateforme fiable, qui capture toutes les données de toutes les propriétés numériques de manière 100 % conforme. Un système qui est à jour, et qui ne manque pas ou ne duplique pas les métriques en raison d'erreurs de marquage ou de dépréciation des cookies. Les solutions qui reposent sur le balisage, JavaScript, le codage, etc. sont tierces, ne peuvent pas fournir de données en temps réel pour l'analyse et le reporting, et ne fournissent pas la confiance que les entreprises exigent.

Propriété des données

Les fournisseurs d'analyse numérique adorent dire « vous avez le contrôle », mais malheureusement ce n'est pas le cas. Ils possèdent les données capturées et les hébergent dans leur environnement, pas dans le vôtre. C'est ce qui conduit au blocage des cookies tiers, aux données latentes et aux problèmes d'analyses, mais dans l'ensemble, cela signifie que vous ne possédez ni ne contrôlez vos propres données. La seule solution consiste à utiliser une véritable solution d'analyse numérique de première partie installée dans un environnement que VOUS possédez et contrôlez afin qu'elle ne quitte jamais vos quatre murs. Cela garantit la conformité avec HIPAA, GDPR et d'autres réglementations en matière de confidentialité, car il se trouve au sein de votre propre réseau. Vous pouvez capturer les données des clients sans vous soucier des violations, des problèmes de conformité, de la non-conformité au RGPD, etc. Cela signifie également que vous pouvez extraire les données dont vous avez besoin, quand vous en avez besoin, sans coût ni configuration supplémentaire.

Finissons-en !

Les données numériques sont au cœur du succès et de la croissance de toute organisation. Mais elles n'ont de valeur que lorsqu'elles sont précises, accessibles et opportunes. Vous avez besoin d'une source unique de vérité pour vos données numériques afin d'alimenter des analyses fiables.

Lorsque vous disposez d'analyses fiables, tout le monde est aligné sur les mêmes données et vous pouvez amplifier votre stratégie de croissance. L'utilisation des informations issues de l'analyse numérique vous permet de créer de meilleures expériences et d'établir naturellement de meilleures relations avec vos consommateurs



Prêt pour des données
auxquelles vous pouvez
réellement faire confiance ?

Faites l'expérience de l'**analyse**
numérique comme elle doit
être.

[Se connecter maintenant](#)

Voyez par vous-même. Réservez votre démo.

digitalanalytics.celebrus.com

