

Étudiez toutes les facettes de votre audience

Afin d'optimiser la pertinence de votre marque à chaque instant, vous devez analyser le contexte client global.

Audience Center 360 nous aide au jour le jour à collecter et à analyser nos données. De plus, nous pouvons les exploiter facilement en créant de nouvelles audiences et en les transférant vers d'autres produits en quelques clics."

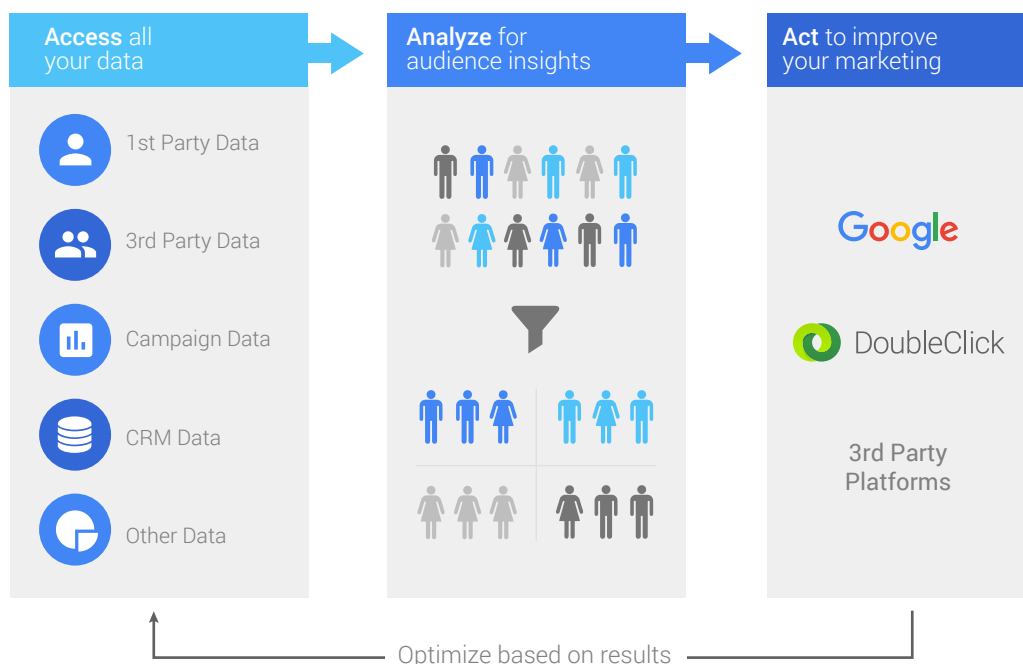
— Julia Stern, VP Performance Marketing, Zalando AG

Transformez les données en statistiques pertinentes

Chaque personne qui compte pour votre entreprise manifeste des préférences, des intérêts et des besoins qui lui sont propres. Ces différences ont leur importance lorsque les utilisateurs choisissent quoi faire, où aller et ce qu'ils souhaitent acheter. Si vous parvenez à comprendre en quoi chacun de vos clients ou prospects est unique, vous pouvez créer des expériences plus personnelles et optimiser l'efficacité de vos actions marketing.

Quel est le défi à relever ? Même s'il n'a jamais été aussi facile de collecter des données sur le comportement des utilisateurs, il est très compliqué de s'y retrouver en raison du nombre croissant d'écrans, de canaux et de points de contact. Pour obtenir des statistiques utiles, vous devez regrouper et déchiffrer toutes les données disponibles, qu'elles proviennent de vos campagnes marketing, d'une solution d'analyse de sites Web ou d'un système CRM.

Google Audience Center 360 (bêta), est une plate-forme de gestion des données qui fait partie de la suite Google Analytics 360. Grâce à la collecte et à l'organisation des données sur les utilisateurs, elle vous permet d'identifier, d'élargir et de toucher vos audiences les plus intéressantes, au moment le plus opportun et avec le bon message.



Accédez aux solutions d'analyse d'audience de Google

Audience Center 360 est la seule plate-forme de gestion des données offrant un accès instantané aux informations de Google relatives à l'audience, dont les suivantes :

- Informations démographiques
- Audiences d'affinité basées sur le mode de vie et les centres d'intérêt
- Audiences sur le marché (personnes qui recherchent activement vos produits et services)

Nous avons utilisé Google Audience Center 360 pour mieux comprendre les variations de l'attention parmi notre audience cible. Grâce à nos observations, nous avons pu acheter des annonces sur trois publications qui bénéficiaient de trois types d'audience uniques, ce qui nous a permis d'accroître de 143 % l'audience de notre campagne.

— Erica Monteith, Senior Media Director, Bully Pulpit Interactive

Une vision unifiée des utilisateurs

Grâce à Audience Center 360, vous pouvez analyser vos clients potentiels plus en détail à travers les différents canaux, appareils et campagnes. Cette fonctionnalité regroupe toutes vos données, qu'elles proviennent d'une solution d'analyse, des Réseaux de Recherche et Display, des e-mails, des réseaux sociaux ou d'un outil CRM. Grâce à une intégration native avec DoubleClick, vous accédez automatiquement aux données Google propriétaires et à plus de 50 fournisseurs de données tiers.

La configuration est simplifiée par une intégration avec la suite Google Analytics 360 et les outils DoubleClick, comme DoubleClick Bid Manager. Vous n'avez pas besoin d'ajouter de nouvelles balises et vous pouvez être opérationnel en à peine 24 heures.

Restez concentré sur l'essentiel

Les rapports générés par Audience Center 360 sont rapides et faciles à utiliser. Vous pouvez ainsi vous consacrer à l'analyse des statistiques utiles, sans avoir à rédiger des requêtes complexes ni à attendre que les rapports soient générés. L'envergure et la puissance de calcul de Google vous permettent de combiner et d'analyser des ensembles de données de très grande taille, telles que les informations sur les utilisateurs et les impressions provenant de plusieurs campagnes multicanaux, par le biais d'une interface utilisateur intuitive. Vous pouvez étudier les catégories démographiques de votre audience, identifier les stratégies de ciblage et les fréquences de diffusion qui fonctionnent le mieux, et créer des audiences similaires pour les groupes d'utilisateurs à forte valeur ajoutée.

Agissez partout

Grâce à une intégration native avec Google AdWords et les produits DoubleClick, vous pouvez facilement optimiser votre action marketing à partir de vos observations. En quelques clics, vous pouvez publier les audiences que vous avez créées dans Audience Center et les rendre exploitables dans des produits comme DoubleClick Bid Manager. Vous utilisez une autre plate-forme ? Cela ne pose aucun problème. Notre outil est parfaitement compatible avec les principales plates-formes marketing, y compris dans le domaine du programmatique, de la publicité display par réservation et sur le Réseau de Recherche, et de l'optimisation des sites Web.

N'hésitez pas à contacter votre conseiller commercial Google ou à visiter notre site Web. Vous pourrez ainsi mieux comprendre en quoi Audience Center 360 peut vous aider à accéder à toutes les informations utiles sur vos utilisateurs, à analyser ces données pour obtenir des statistiques exclusives et à utiliser ces dernières pour prendre des mesures.

Learn more about Audience Center 360 at g.co/audiencecenter360.

À propos de la suite Google Analytics 360

La suite Google Analytics 360 offre des outils d'analyse performants et intégrés, destinés aux plus grandes entreprises. Mesurez et améliorez l'impact de votre action marketing sur tous les types d'écran et canaux, et à chaque moment du parcours client. Facile à utiliser, cette solution permet à quiconque d'accéder aux données afin d'identifier et de partager facilement les "moments de découverte".

Pour plus d'informations, visitez le site suivant : g.co/360suite

© 2016 Google Inc. Tous droits réservés. Google et le logo Google sont des marques de Google Inc.

Tous les autres noms d'entreprises et de produits peuvent être des marques des sociétés auxquelles ils sont associés. GANL-CS-1401