



EBOOK

# Confidentialité des données client et personnalisation.

Comment concilier les deux ?



# Sommaire.

- 3** Le paradoxe de la personnalisation et de la confidentialité.
- 4** Comment Adobe relève-t-il les défis de la confidentialité et de la personnalisation ?
- 5** Gouvernance et utilisation des données.
- 6** Respect et transparence des données.
- 7** Contrôle du cycle de vie des données.
- 8** Gestion des demandes de données.
- 9** Optimisation de la sécurité grâce aux clés gérées par la clientèle.
- 10** Personnalisation avec Adobe Experience Platform.
- 11** Confidentialité, sécurité et expériences client d'exception : témoignage de TSB.
- 12** Placez la confidentialité au cœur du marketing.

# Le paradoxe de la personnalisation et de la confidentialité.

Les problèmes qui semblent les plus épineux sont parfois les plus faciles à résoudre. Prenez le cas du soi-disant « paradoxe de la confidentialité » : d'un côté, la clientèle aspire à du contenu plus personnalisé et à un meilleur contrôle de l'utilisation de ses données personnelles ; d'un autre côté, les responsables marketing doivent utiliser les données client pour proposer des niveaux accrus de personnalisation.

Le problème semble insoluble. Toutefois, en déployant la plateforme adéquate, le « paradoxe de la confidentialité » peut se transformer en de nouvelles perspectives pour votre marque.

Ce guide explique comment Adobe aide les responsables marketing à concilier confidentialité et personnalisation. Il présente de bonnes pratiques pour optimiser votre stratégie marketing.

**Une récente étude d'Accenture révèle qu'une gestion avisée des données client peut donner une longueur d'avance à votre marque. Toutefois, toujours selon cette étude, le cloisonnement des sources de données pose problème aux responsables marketing pour personnaliser le contenu. Toute la difficulté est de partager de manière responsable les données en interne.**

## 90 %

des dirigeantes et des dirigeants à travers le monde reconnaissent que la transparence des données s'impose comme un facteur de différenciation concurrentielle.

## 56 %

des personnes interrogées déclarent que le manque d'intégration entre les sources de données est un point d'achoppement majeur.



# Comment Adobe relève-t-il les défis de la confidentialité et de la personnalisation ?

La dualité entre confidentialité et personnalisation se polarise autour de deux enjeux clés :

1. **Gestion des données.** Les entreprises ingèrent de vastes quantités de données provenant d'une multitude de canaux. Les données mal gérées peuvent engendrer des problèmes de duplication, d'attribution et de classement.
2. **Gouvernance des données.** La gestion de l'accès aux données, le traitement des demandes et préférences de la clientèle, et le respect de la conformité juridique s'avèrent extrêmement complexes dans un environnement de données discontinu et cloisonné. La gouvernance des données permet aux responsables marketing de préserver la confiance de la clientèle et de respecter leurs responsabilités juridiques.

Adobe Experience Platform vous aide à créer un socle de données connecté pour répondre aux besoins en matière de gestion des données client de vos équipes ventes, marketing et service client. Conçue pour une approche globale de la gestion et de la gouvernance des données, cette solution offre des commandes permettant de gérer l'ingestion de données, de standardiser leur étiquetage et leur stockage, d'éviter l'utilisation abusive des données personnelles dans des cas d'usage non autorisés, et de limiter l'accès aux personnes autorisées.

En déployant ces commandes sur une seule plateforme, les responsables marketing peuvent sereinement créer des segments d'audience et des profils permettant la personnalisation en temps réel, sachant que les règles mises en place dans Adobe Experience Platform préserveront la confidentialité des données client.

La disparition des cookies tiers contraint les entreprises à élaborer de solides stratégies pour les données first-party. Durant cette transition, les responsables marketing doivent se familiariser avec les principes de base de la gestion des données pour exploiter efficacement le potentiel des données first et second-party.

## Adobe Experience Platform avec hébergement des données en Suisse

Afin de répondre aux exigences croissantes en matière de protection des données et de performance, Adobe propose d'héberger ses solutions basées sur l'IA, notamment Real-Time CDP, Journey Optimizer et Customer Journey Analytics, dans des centres de données situés en Suisse. Cette option d'hébergement local aide les entreprises soumises à des politiques de confidentialité particulièrement strictes à conserver leur souveraineté sur les données, tout en permettant des expériences client personnalisées en temps réel.

“ **L'explosion des volumes de données et l'évolution de leurs modes de partage et de gestion ont transformé la perception des informations personnelles. La clientèle attend non seulement des expériences digitales personnalisées d'exception, mais également une utilisation responsable de ses données et le respect de sa confidentialité. C'est ainsi que nous avons évolué de l'opacité à la transparence et au contrôle.** ”



Sylvain Weill

Europe Head of Data & Intelligence - Accenture Song



# Gouvernance et utilisation des données.

Adobe Experience Platform centralise la gouvernance des données. Dès qu'elles entrent dans le système, les données sont automatiquement étiquetées et acheminées selon les règles d'utilisation et les classifications mises en place par votre entreprise.

En plus d'offrir des outils de nettoyage, d'harmonisation et de gouvernance, Adobe Experience Platform simplifie l'octroi d'autorisations aux utilisateurs et utilisatrices, ainsi que la gestion du consentement de la clientèle. Globalement, cette solution optimise la gouvernance des données en :

1. permettant aux équipes d'évaluer et d'interconnecter les flux de données existants ;
2. classifiant les données à l'aide d'étiquettes créées par votre équipe ;
3. appliquant automatiquement les règles de l'entreprise à chaque tentative d'utilisation des données.



**La gouvernance des données consiste à gérer proactivement vos données pour aider votre entreprise à poursuivre sa stratégie et sa vision. La mise en place d'un framework de gouvernance des données simplifie le respect des exigences de protection des données, telles que le RGPD."**



**Nicola Askham**

The Data Governance Coach, Nicola Askham Ltd



Il est important de travailler avec plusieurs services de l'entreprise pour établir des règles garantissant que les bonnes personnes ont accès aux bonnes données et peuvent les utiliser au bon moment à des fins autorisées et conformes.

Invitez votre équipe en charge de la conformité juridique et votre service de sécurité à prendre part aux sessions de planification. Leurs commentaires et suggestions vous aideront à façonner le produit final.

## Collaborez afin de définir les règles d'utilisation des données.

**Adobe Experience Platform utilise des règles préétablies pour définir des autorisations concernant l'utilisation des données. Leur création nécessite des efforts préalables, mais une fois que vous aurez créé des étiquettes et des règles d'utilisation, elles seront automatiquement appliquées.**



#### Profil client

**Anna Brenner**

E-mail  
Annab@gmail.com

|             |                          |               |
|-------------|--------------------------|---------------|
| <b>Sexe</b> | <b>Date de naissance</b> | <b>Numéro</b> |
| Féminin     | 15/02/85                 | 820-308-4183  |



# Respect et transparence des données.

La clientèle se méfie actuellement de la manière dont les marques collectent et utilisent ses données (Adobe State of Digital Customer Experience). Selon cette étude d'Adobe, **60 %** de la clientèle cesserait d'interagir avec une entreprise en cas de manque de transparence des données. Les personnes qui savent à quelles fins leurs données seront utilisées, combien de temps elles seront stockées et avec qui elles seront partagées sont plus enclines à les communiquer.

La transparence doit inclure la capacité pour la clientèle de gérer facilement ses données. Selon une autre étude d'Adobe réalisée auprès de 12 000 individus, près de **30 %** d'entre eux considèrent qu'il est encore trop compliqué de protéger, comprendre et choisir la manière dont leurs données peuvent être utilisées. De plus, près de **80 %** d'entre eux s'inquiètent de l'utilisation qui est faite de leurs données par les entreprises (**34 %** se déclarent même très préoccupés).<sup>2</sup>

La clientèle confie plus volontiers ses informations personnelles aux marques qui garantissent la transparence et permettent de choisir comment les données sont utilisées. Cette transparence doit aller de pair avec l'honnêteté et le respect des préférences, même lorsqu'elles changent. Votre clientèle doit être sûre que vous respecterez vos engagements.

Adobe Experience Platform simplifie l'établissement d'un cadre juridique pour le marketing avec le consentement. Tout commence par le regroupement des données sur une seule plateforme. Adobe Experience Platform utilise des moyens techniques pour s'assurer que le choix de la clientèle est respecté : soit les données sont traitées dans les limites de ce choix, soit le processus est entièrement stoppé. Le consentement est ensuite géré selon les règles définies par votre équipe.

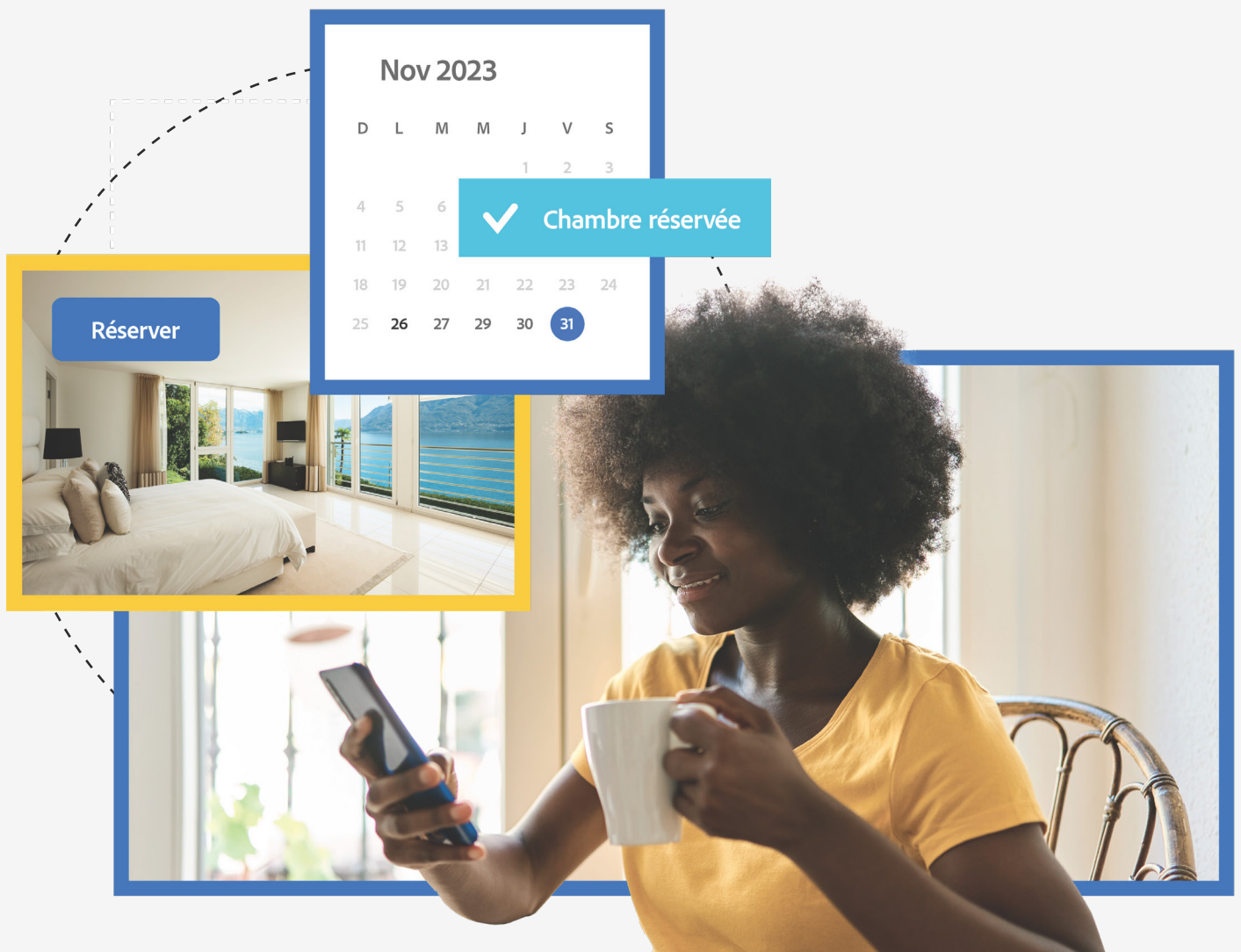


**Adobe Experience Platform simplifie et automatise la gestion du consentement et le respect des préférences client sur tous les canaux d'interaction avec la clientèle."**



**Katrina Neal**  
Senior Marketing Strategist, Adobe





# Contrôle du cycle de vie des données.

La collecte, le stockage et l'activation des données font partie du cycle de vie des données. Il est toutefois important de ne pas négliger la fin de ce cycle, c'est-à-dire de prendre en compte la suppression des données dont votre entreprise n'a plus besoin ou qu'elle ne devrait plus avoir.

Plusieurs facteurs peuvent justifier la définition de dates d'expiration pour les données collectées, parmi lesquels :

- les déclencheurs, tels que le retrait du consentement ;
- les obligations légales ;
- l'application des règles de minimisation des données, pour réduire les coûts de stockage.

Adobe Experience Platform simplifie la gestion du cycle de vie des données en vous permettant de définir des dates d'expiration pour les jeux de données. Comme pour la gouvernance des données, les utilisateurs et utilisatrices peuvent définir des règles régissant la durée de conservation de certaines données. Une fois ces règles définies, le cycle de vie des données peut être géré automatiquement.



Boîte à outils des responsables marketing

#### Comportements d'achat sur les canaux

En ligne

30,2 K

Appareils mobiles

13,4 K

Centre d'appels

10,8 K



## Gestion des demandes de données.

Pour gagner et conserver la confiance de la clientèle, il est crucial de respecter ses préférences en matière de données. Une étude d'Adobe révèle que le choix de la manière dont les entreprises utilisent ses données est important pour **81 %** de la clientèle et très important pour **48 %** d'entre elle.<sup>2</sup>

Adobe Experience Platform centralise la gestion de la confidentialité et des autorisations dans un tableau de bord complet. L'automatisation des demandes de données dans une plateforme centrale permet de satisfaire la clientèle, même lorsqu'elle possède plusieurs ID utilisateur ou utilisatrice.



**Les dirigeantes et les dirigeants bénéficient d'une opportunité sans précédent de gagner la confiance de leur clientèle en instaurant un dialogue bilatéral qui crée de la valeur ajoutée. La décision de faire preuve d'une plus grande transparence dans l'utilisation et le partage des données à une époque où la clientèle se focalise sur la durabilité et la confidentialité est cruciale pour les marques dans le paysage orienté données actuel."**

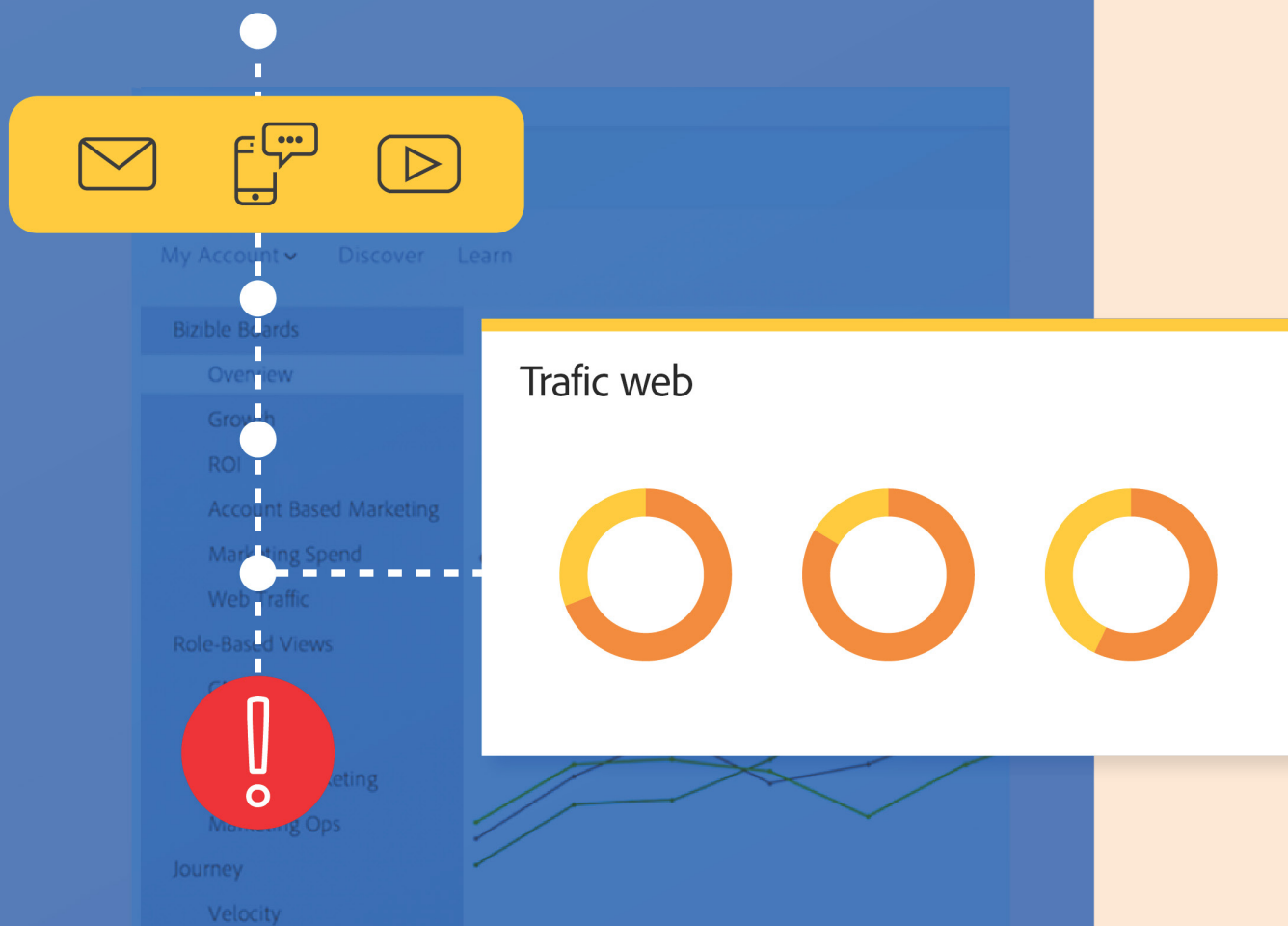


Sylvain Weill

Europe Head of Data & Intelligence - Accenture Song







# Optimisation de la sécurité grâce aux clés gérées par la clientèle.

La modernisation des cyberdéfenses constitue une priorité majeure pour les DSI.<sup>3</sup>

Pour offrir à la clientèle et aux équipes IT un contrôle optimal sur la sécurité des données, Adobe prend en charge des clés gérées par la clientèle via Azure Key Vault. Une fois activées, toutes les données ingérées par Adobe Experience Platform sont chiffrées et déchiffrées à l'aide des clés contenues dans votre Azure Key Vault.

Cette technologie permet à votre équipe de surveiller indépendamment l'ensemble des accès aux données et de les révoquer à tout moment.

Votre équipe IT peut gérer, octroyer et retirer les autorisations depuis un tableau de bord central.



### Carrie Smith

A acheté entre 1 et 5 billets lors de la dernière saison. N'en a pas acheté durant cette saison.



### Prochain match

Il y aura 2 matchs au cours des 30 prochains jours. C'est le moment idéal pour informer Carrie de ces événements.



### Envoyez à Carrie une remise pour le prochain match.

Comme Carrie était une supportrice lors de la dernière saison, elle reçoit des e-mails promotionnels.

# Personnalisation avec Adobe Experience Platform.

Nous avons vu comment Adobe Experience Platform contribue à protéger la confidentialité des données client. Ses systèmes automatisés peuvent gérer les demandes de données client, la maintenance des données, la conformité et bien plus encore. Mais comment cette fonctionnalité de confidentialité et de gouvernance affecte-t-elle la personnalisation ?

Considérez Adobe Experience Platform comme le socle d'un moteur marketing plus efficace et intelligent. Les règles de gouvernance et de gestion des données qu'il suit permettent à d'autres applications d'utiliser les données client de manière responsable :

**Adobe Real-Time Customer Data Platform** rassemble les données personnelles et crée des profils client et d'entreprise. Cette solution comprend des outils pour la gouvernance des données, la gestion des identités et la segmentation avancée pour l'activation.

**Customer Journey Analytics** analyse les données de tous vos canaux pour en extraire les insights comportementaux les plus détaillés sur votre clientèle.

**Adobe Journey Optimizer** traduit les insights en actions, en optimisant intelligemment et automatiquement l'engagement auprès d'une clientèle comptant plusieurs millions de membres via une seule et même application.

Chacune de ces applications s'intègre étroitement avec les autres, ainsi qu'avec les outils marketing que vous utilisez au quotidien.



# Confidentialité, sécurité et expériences client d'exception.

## Témoignage de TSB

Le secteur des services financiers est sans doute celui qui accorde le plus d'importance à la confidentialité. L'établissement financier britannique TSB souhaitait personnaliser ses expériences client à grande échelle. Il avait besoin d'une plateforme capable d'utiliser les données client sans compromettre la sécurité et la gouvernance des données intégrée.

Après avoir évalué différentes solutions, TSB a opté pour Adobe Experience Platform avec Adobe Experience Cloud, Adobe Customer Journey Analytics, Adobe Real-Time CDP et Adobe Journey Optimizer. **Ces outils ont permis à TSB d'éliminer les points de friction de son parcours client et d'augmenter ses taux de conversion.**

TSB a également pu personnaliser ses expériences client digitales à grande échelle et unifier ses services bancaires sur tous les canaux.

L'un des principaux objectifs de la campagne était de gagner en efficacité en incitant la clientèle à utiliser sa plateforme digitale en libre-service.

Quelques mois après le lancement de sa campagne, TSB a enregistré les résultats suivants :

**200 %.**

d'augmentation des ventes

**92 %**

de la clientèle existante a testé  
la plateforme en libre-service.



# Placez la confidentialité au cœur du marketing.

Le marketing étant de plus en plus orienté données, les responsables marketing doivent garantir la confidentialité et la sécurité des données client. Vous pouvez utiliser les données de manière responsable pour proposer des expériences client pertinentes tout en respectant le consentement et la confidentialité.

Il est important de mobiliser les équipes chargées de la confidentialité et de la sécurité dès le début de la planification de votre stratégie marketing. Collaborez avec ces services afin de spécifier les principes de base de la gouvernance et de la gestion des données, de définir des règles d'utilisation et de mettre en œuvre des clés de chiffrement.

Une fois ce cadre défini, vous pouvez utiliser Adobe Experience Platform pour gérer vos expériences client de manière responsable. La gestion des données client avec AEP :

- **active les data stewards au sein de votre entreprise ;**
- **aide à créer et déployer des expériences personnalisées hors pair ;**
- **renforce la confiance de la clientèle.**

La personnalisation et la confidentialité ne sont pas des priorités concurrentes. Gérez-les ensemble avec Adobe Experience Platform.

**Découvrir Adobe Real-Time CDP à l'œuvre**



## Adobe Customer Journey Analytics

Que ses achats soient réalisés à des fins professionnelles ou privées et portent sur des solutions SaaS ou des sneakers, la clientèle veut vivre des expériences personnalisées. Une personnalisation pertinente et efficace nécessite davantage de contexte que ce que quelques points de données décousus peuvent proposer.

Avec Adobe Customer Journey Analytics, les responsables marketing peuvent réunir les insights indispensables à une personnalisation plus efficace, sans avoir à intégrer la file d'attente des data scientists. De plus, en alliant Customer Journey Analytics à Adobe Target ou à Adobe Real-Time CDP et à Adobe Journey Optimizer, il est possible d'automatiser la personnalisation à grande échelle en passant de l'insight à l'action et au-delà.

## Adobe Experience Platform

Adobe Experience Platform permet aux entreprises de déployer des expériences client en temps réel. Pierre angulaire des produits et des services Adobe Experience Cloud, Adobe Experience Platform est un système ouvert qui fédère en temps réel les données client de chaque interaction sur chaque canal. Il en résulte des profils client complets qui favorisent le déploiement d'expériences pertinentes pour chaque membre de la clientèle. Ce système vous permet d'analyser les données les plus importantes pour l'expérience client, d'entraîner des modèles d'intelligence artificielle et de machine learning orientés client, et de connecter toutes vos technologies d'expérience à une source de données fiable et unique.

## Sources

1. <https://www.accenture.com/fr-fr/insights/technology/technology-trends-2023>
2. <https://business.adobe.com/fr/resources/reports/adobe-trust-report.html>
3. <https://www.cio.com/article/418987/8-top-priorities-for-cios-in-2023.html>

