



Guide d'achat

Guide d'achat d'une solution d'analytics client

Découvrez les huit fonctionnalités indispensables
d'une technologie d'analytics client.

 Insights comportementaux



Contenus
en streaming



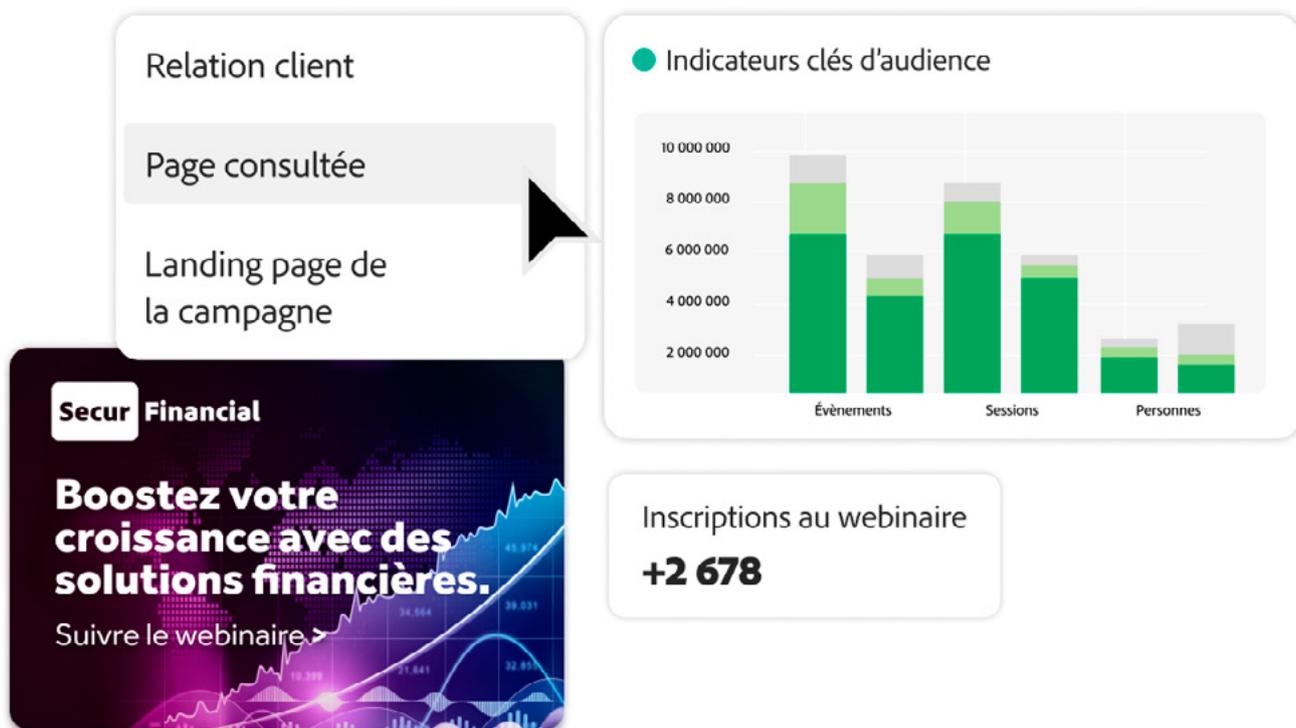
Application
mobile

 Visites du site
+34 %



Face aux attentes croissantes de la clientèle en matière de personnalisation et de confidentialité, les marques doivent faire évoluer leur stratégie d'analytics client pour acquérir un avantage concurrentiel. Une stratégie performante repose notamment sur une vue unifiée de la clientèle basée sur des données first-party et une vue séquentielle du parcours client.

La convergence de plusieurs catégories d'analytics, portant notamment sur le marketing et les produits, montre combien il est essentiel pour les marques de développer une compréhension globale de leur clientèle, ce qui ne va pas sans poser des difficultés organisationnelles et techniques. Pour les résoudre, notre solution Adobe Customer Journey Analytics, qui repose sur Adobe Experience Platform, est idéale. Cet outil vous permet non seulement d'obtenir des insights client détaillés, des rapports utilisateur avancés, des workflows d'analyse guidée, mais aussi de gérer efficacement les données, de démocratiser leur accès et de les traiter en toute sécurité lorsqu'elles sont sensibles, le tout en réduisant vos coûts IT.



Besoin de modernisation

Pour satisfaire les attentes de leur clientèle, les marques doivent comprendre ses intentions, ses préférences et ses comportements d'achat sur tous les canaux. Elles doivent également relever un défi de taille : utiliser rapidement les données client cross-canal pour mettre en place des stratégies commerciales qui améliorent l'expérience client.

Les responsables marketing, les leaders du digital et les équipes produit ont tous besoin d'une vision unifiée de chaque membre de la clientèle et de son parcours, mais ces équipes travaillent trop souvent de manière cloisonnée. Or, le décroisement est l'une des premières étapes pour acquérir un avantage concurrentiel, car il permet aux équipes d'accéder aux données omnicanal de toutes les sources d'analytics, de les partager et d'agir en conséquence. Le principal obstacle à l'obtention de cette vision complète de la clientèle est d'ordre technologique.

Les solutions d'analytics client actuelles ne placent pas la clientèle au cœur des initiatives et empêchent les entreprises :

- d'établir une vue unifiée de la clientèle basée sur des données séquentielles et personnelles ;
- d'identifier les insights tout au long du parcours afin de réduire les points de friction et d'améliorer la satisfaction client ;
- de développer une stratégie de gestion des données à la fois sûre et conforme à la protection de la vie privée ;
- de déployer l'IA afin d'accélérer l'analyse des données, la gestion, la personnalisation du contenu et l'orchestration des parcours.

Pour mener à bien leurs initiatives, les marques s'appuient souvent sur des outils de business intelligence (BI) généralistes qui ne sont pas conçus pour fournir une vue aussi complète du parcours client. Ces technologies traditionnelles nécessitent également de solides compétences en ingénierie des données et en programmation pour répondre aux besoins actuels de la plupart des entreprises en matière d'analytics. Résultat : le marché de l'analytics ne répond plus aux exigences des marques, qui cherchent à simplifier leurs workflows d'analyse du parcours client et à obtenir plus rapidement des insights, afin d'améliorer leurs résultats.

Roadmap de modernisation de l'analytics client

La plupart des entreprises utilisent déjà un service d'analytics, mais elles peinent à apporter une valeur ajoutée suffisante à leur clientèle et à leur activité. Grâce à une roadmap de modernisation, vous pouvez avoir un impact plus important en augmentant vos capacités d'analytics client et en permettant à vos équipes de mieux comprendre vos audiences et leurs parcours cross-canal.

Au départ, la plupart des organisations s'appuient sur un analytics digital cloisonné, produisant une vision fragmentée de la clientèle et de son parcours. Mais si elles veulent obtenir des insights exploitables à partir de leurs données client, elles doivent tout d'abord adopter une perspective centrée sur l'individu et son parcours.

Elles peuvent ensuite envisager d'opter pour une solution d'analytics client performante, à l'image de Customer Journey Analytics, conçue pour réaliser des analyses client cross-canal. Cette plateforme compense les limites d'Adobe Analytics et d'autres solutions d'analytics client en offrant un ensemble d'outils plus complet, assisté par l'IA, pour comprendre le parcours client.

Modernisation

Analytics digital



Technologie d'analytics modernisée permettant de comprendre les comportements et les parcours digitaux

Clientèle

Vues de parcours cross-device et cross-canal



Vue connectée et personnalisée de la clientèle, incluant les devices ainsi que les interactions en ligne et hors ligne

Audiences

Parcours cross-canal à grande échelle



Vue centralisée des comportements client cross-canal, à grande échelle



La maturité consiste à passer d'une vision digitale cloisonnée à une vision cross-canal complète, pour des insights plus précis et exploitables.

Autres impératifs

- Besoins en chargement et en capacité de données
- Renforcement de la confidentialité, de la sécurité et de la gouvernance pour maintenir la confiance de la clientèle
- Mesure des contenus en streaming
- Analyse simplifiée en libre-service pour les non-analystes

Huit besoins essentiels en matière d'analytics client

- 1. Insights client complets :** les marques manquent souvent de visibilité sur les parcours client déployés sur différents canaux et devices, ce qui entraîne des points de friction non identifiés. Customer Journey Analytics vous permet de charger, d'unifier et de visualiser de manière séquentielle les données client issues de tous les points de contact, digitaux et hors ligne, sans expertise en science des données. Vous pouvez ainsi identifier rapidement des insights pour offrir des expériences fluides et personnalisées.
- 2. Gestion efficace des données :** les méthodes actuelles de collecte et de traitement des données sont lourdes, propices aux erreurs et rigides. Customer Journey Analytics améliore la gestion des données grâce à des fonctionnalités modernes, notamment la modification et la correction dynamiques après la collecte, ce qui réduit les tâches opérationnelles dévolues aux équipes IT et analytics.
- 3. Analyse souple des données :** aujourd'hui, les structures de données figées empêchent les entreprises de s'adapter rapidement à l'évolution de leur activité. Customer Journey Analytics permet de modifier les données après leur collecte, en ajoutant de nouvelles métriques ou d'autres dimensions et en ajustant les fenêtres d'attribution ou de session.
- 4. Rapports utilisateur avancés :** la clientèle passe de plus en plus de temps sur différents devices et canaux, ce qui complexifie la collecte des données de suivi et la génération de rapports précis pour les entreprises. Customer Journey Analytics unifie les données provenant de plusieurs jeux de données (qui manquent souvent d'un identifiant cohérent) et utilise un diagramme d'identités afin de créer un identifiant unique pour chaque membre de la clientèle. Cela permet ainsi une analyse complète du parcours client.
- 5. Protection des données client :** les entreprises ont impérativement besoin de gérer et d'analyser les données sensibles en toute sécurité, qu'il s'agisse d'informations à caractère personnel ou de données de santé protégées. Customer Journey Analytics est une plateforme d'analytics client sécurisée qui respecte les normes réglementaires. Vous pouvez ainsi obtenir des insights détaillés sur les comportements de votre clientèle tout en protégeant ses données personnelles.
- 6. Réduction des coûts IT et analytiques :** les processus manuels tels que l'exportation de données et les requêtes SQL sont à la fois coûteux et inefficaces, car ils font perdre beaucoup de temps et de ressources aux équipes de business intelligence et d'analytics. En automatisant ces processus, Customer Journey Analytics libère des ressources pouvant être affectées à des activités plus stratégiques et accélère l'obtention d'insights.
- 7. Accès décentralisé aux données :** les entreprises qui s'appuient sur des équipes d'analytics spécialisées sont parfois confrontées à des goulets d'étranglement dans leurs processus décisionnels. Avec Customer Journey Analytics, vous pouvez simplifier l'accès aux données grâce à des vues d'analyse guidée permettant aux équipes produit et marketing de prendre rapidement des décisions éclairées en toute autonomie.
- 8. IA générative intégrée :** l'utilisation de cette technologie pour interpréter une grande quantité de données client peut accélérer considérablement les processus décisionnels et faire émerger de précieux insights. Grâce à ses fonctionnalités d'IA générative intégrées, Customer Journey Analytics transforme l'analytics des données descriptif de base en un analytics puissant, à la fois prédictif et prescriptif, ce qui vous permet, entre autres, d'innover et d'améliorer votre retour sur investissement.

Principaux facteurs de différenciation entre Customer Journey Analytics et les solutions d'analytics client classiques

Au moment d'évaluer les fournisseurs de solutions d'analytics client, nous vous recommandons de rechercher les fonctionnalités suivantes et de les comparer à vos besoins.

Fonctionnalité	Valeur commerciale	Autre solution d'analytics	Customer Journey Analytics
Dimensions client	Offre des dimensions illimitées, pour une analyse des données plus complète et plus souple, avec des nombres, du texte, des objets, des listes ou des valeurs mixtes.	<input type="checkbox"/>	Illimité
Valeurs ou éléments de données uniques	Élimine les restrictions en matière de reporting et d'analyse en autorisant un nombre illimité d'éléments de dimension ou de valeurs uniques pour chaque dimension, ce qui permet d'obtenir des insights plus détaillés et plus nuancés.	<input type="checkbox"/>	Illimité
Attributs client	Facilite l'intégration des données d'entreprise hors ligne pour analyser leur impact digital sur le chiffre d'affaires, comme l'analyse du funnel de vente, les événements ou transactions hors ligne et les évaluations des programmes de fidélisation client.	<input type="checkbox"/>	Illimité
Vues de données	Permet de modifier ou de supprimer des données sans réimplémentation. Offre la possibilité de manipuler les dimensions à l'aide de sous-chaînes, de créer des métriques à partir de n'importe quelle valeur et de filtrer les sous-événements, le tout de manière non destructive.	<input type="checkbox"/>	✓
Champs dérivés	Permet la manipulation et le traitement de données complexes à la volée, instantanément et rétroactivement, lors de la génération de rapports, grâce à un créateur de règles, et ce, sans rechargement ni réécriture des données.	<input type="checkbox"/>	✓
Légendes intelligentes	Génère automatiquement des insights en langage naturel en analysant les tendances clés et les événements majeurs dans les données, pour mieux les interpréter.	<input type="checkbox"/>	✓
Regroupement des données basé sur les champs	Combine les jeux de données spécifiques aux devices provenant de sessions authentifiées et non authentifiées, tout en permettant d'enrichir l'historique des devices connus.	<input type="checkbox"/>	✓
Graphiques de regroupement	Va au-delà du regroupement basé sur l'identité à partir d'une seule source de données. Connecte tous les jeux de données client en fonction de n'importe quelle identité dans le diagramme d'identités d'Adobe Experience Platform. Mesure et comprend les audiences créées dans Adobe Real-Time Customer Data Platform ou Adobe Journey Optimizer afin de mieux cerner le comportement et les préférences de la clientèle et d'améliorer la personnalisation.	<input type="checkbox"/>	✓
Prévision de séries temporelles	Établit des prévisions statistiques à partir des données historiques, utiles pour la planification, la budgétisation, la gestion des risques, l'allocation des ressources et l'évaluation des performances. Cette fonctionnalité est disponible sous forme de tableaux à structure libre et de graphiques linéaires, avec des paramètres personnalisables.	<input type="checkbox"/>	✓
Analyse des expérimentations	Évalue l'effet de levier et la fiabilité d'une expérimentation en utilisant des données provenant de n'importe quelle source.	<input type="checkbox"/>	✓
Modèles d'attribution	S'appuie sur les données cross-canal et offre des fenêtres d'attribution flexibles afin de fournir des insights plus riches sur les parcours client complexes.	<input type="checkbox"/>	✓
Workflows d'analyse guidée	Permet aux équipes marketing, produit et analytics de comprendre instantanément l'expérience produit et les données client.	<input type="checkbox"/>	✓
Exportation de données	Prend en charge des millions de lignes, de multiples ventilations, des segmentations, des mesures calculées, ainsi que de puissants rapports ad hoc et planifiés.	<input type="checkbox"/>	✓
Requête SQL ad hoc	Permet de lancer des requêtes SQL ad hoc sur les données chargées dans le data lake d'Adobe Experience Platform, facilitant ainsi l'exploration et la validation.	<input type="checkbox"/>	✓
Extension BI (via SQL)	Permet aux utilisateurs et aux utilisatrices d'accéder aux mesures et aux dimensions de Customer Journey Analytics dans leur outil de business intelligence habituel.	<input type="checkbox"/>	✓

Adobe Customer Journey Analytics, la solution d'analytics client répondant à tous vos besoins

[Adobe Customer Journey Analytics](#) réunit tous les critères d'une solution d'analytics client performante. Il fournit aux entreprises une stratégie de données first-party en reliant les identités et les interactions de la clientèle, quel que soit le canal ou le device et par période. De plus, il associe la flexibilité et la gouvernance des données à des insights optimisés par l'IA et à des analyses complètes. Vecteur d'insights accessibles et précis sur la clientèle, il allie rapidité, efficacité et envergure pour répondre aux impératifs croissants en matière d'expérience client, se conformer aux nouvelles réglementations en matière de données et garder une longueur d'avance sur un marché de plus en plus concurrentiel.

Découvrez comment Adobe Customer Journey Analytics permet aux entreprises de comprendre les parcours client et d'offrir des expériences d'exception en temps réel.

[En savoir plus](#)

Adobe

Adobe, the Adobe logo, Adobe Experience Platform, and Adobe Customer Journey Analytics are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. © 2025 Adobe. All rights reserved.