

***SIMPLIFIER LA
PERSONNALISATION DES
SITES WEB : UN GUIDE
POUR DÉVELOPPEURS
ET MARKETEURS***

Un outil de personnalisation optimisé pour Drupal et la collaboration entre développeurs et marketeurs.



SOMMAIRE

03

INTRODUCTION ▶

04

**PERSONNALISATION :
LES DÉFIS DES
DÉVELOPPEURS ▶**

07

**PERSONNALISATION
: LES DÉFIS DES
MARKETEURS ▶**

08

**LES BONS
OUTILS POUR LA
PERSONNALISATION ▶**

09

**AVANTAGES POUR
LES DÉVELOPPEURS ▶**

12

**AVANTAGES POUR
LES MARKETEURS ▶**

19

**COMMENT
RAPPROCHER
DÉVELOPPEURS ET
MARKETEURS ? ▶**

21

**RÉSUMÉ ET POINTS
À RETENIR ▶**

INTRODUCTION

Si vous êtes développeur, vous avez peut-être l'impression que les objectifs du marketing sont en conflit avec les initiatives dont vous êtes responsable.

Il est cependant essentiel de fournir une personnalisation et une expérience client (CX) de haute qualité à tous vos visiteurs en ligne. Pour y parvenir, vous devez établir une relation de travail efficace avec l'équipe marketing.

L'expérience client est aujourd'hui un élément compétitif déterminant. Ne pas en tenir compte revient à désavantager votre entreprise.

La personnalisation est essentielle pour offrir une expérience client convaincante sur votre site web et dans vos applications. Pour réussir dans ce domaine, développeurs web et marketeurs doivent être sur la même longueur d'onde quant à la manière de procéder.

Il est certain que les développeurs, tout comme les marketeurs, subissent une réelle pression pour produire des résultats, alors même qu'ils sont confrontés à toutes sortes de défis. Mais si ces équipes investissent un peu de temps pour comprendre leurs défis réciproques, elles pourront obtenir de bien meilleurs résultats.

PERSONNALISATION : LES DÉFIS DES DÉVELOPPEURS



Chaque jour, les développeurs web sont confrontés à une multitude de problèmes. De plus, certaines de leurs tâches sont par nature réactives. Leurs responsabilités quotidiennes peuvent inclure le traitement des multiples demandes des utilisateurs, la gestion de processus complexes ou le fait de garantir un niveau de sécurité élevé. Trop souvent, il leur reste peu de temps pour être proactif.

Un grand nombre de leurs outils de back-end n'interopèrent pas ou ne permettent que très peu de personnalisation. Tous ces obstacles pèsent à la fois sur les ressources financières et sur le personnel, générant des problèmes plus vastes à l'échelle de l'entreprise.

En matière de personnalisation, les défis à relever sont encore plus nombreux. Tout d'abord, la technologie doit être facile à mettre en œuvre et à prendre en charge.

La dernière chose dont une équipe de développement web a besoin est la mise en œuvre d'une technologie trop complexe pour qu'un responsable marketing puisse facilement l'utiliser. Cette complexité ne fera que créer plus de travail à long terme, tant pour les développeurs que pour le marketing.

Avec de nombreux outils de personnalisation différents, assurer une collaboration efficace peut s'avérer problématique. À titre d'exemple, quelqu'un lance une campagne qu'il n'était pas censé lancer ou personnalise une section du site web déjà personnalisée par un autre. La collaboration peut s'en trouver réellement perturbée.





Si la mise en œuvre n'est pas effectuée avec soin, certains clients peuvent être confrontés au redoutable « flash de contenu ». Il s'agit de l'affichage du contenu original, sans mise en page, pendant une fraction de seconde avant l'affichage de la version personnalisée. Il est important en outre de s'assurer que ces problèmes n'affectent pas le temps de chargement d'une page spécifique ou de l'ensemble du site, ce qui aggraverait la situation.

L'intégration des API est également déterminante. Il est essentiel de disposer d'un processus fiable et sécurisé pour obtenir les données collectées par l'entreprise. Ces données peuvent être transmises de façon régulière et automatisée ou bien simplement en y accédant lorsque nécessaire.

Toutefois, les outils utilisés sont parfois si puissants, et si complexes, que le nombre de leurs options peut s'avérer submergeant. Il est d'autant plus difficile de déterminer quel outil est le plus adapté à vos besoins.

PERSONNALISATION : LES DÉFIS DES MARKETEURS



Les entreprises comptent sur les marketeurs pour mettre en œuvre les stratégies et les campagnes leur permettant de rester compétitives et de disposer de ressources financières. Or les marketeurs ont souvent besoin de l'aide de développeurs talentueux pour atteindre ces objectifs. Voici quelques-uns des défis auxquels sont confrontés les marketeurs.

Tout d'abord, ils doivent fournir une expérience client plus convaincante et plus rémunératrice. Comme nous l'avons mentionné, la personnalisation est un moyen essentiel pour offrir cette expérience captivante que prospects, clients et visiteurs trouveront pratique et utile.

Malheureusement, cette personnalisation n'est pas toujours simple. Les données des clients et des visiteurs sont souvent placées dans des systèmes disparates, ce qui empêche toute vision globale sur le comportement et les intérêts des acheteurs. Le contenu existe également dans des systèmes et des services déconnectés. Les marketeurs ne peuvent pas y accéder ni utiliser le contenu le plus efficace possible pour une expérience client réellement personnalisée.

Les logiciels de marketing disponibles offrent une solution soit pour les données, soit pour le contenu, soit pour le contexte, mais pas pour les trois. Même des marketeurs armés de la stratégie et des technologies appropriées restent dépendants des ressources informatiques, ce qui peut également constituer un obstacle.

LES BONS OUTILS POUR LA PERSONNALISATION

Là encore, pour un développeur web, le fait de devoir mettre en place une foule de nouvelles initiatives marketing, en plus de sa charge de travail déjà lourde, le place dans une position difficile. Contrairement à ce que certains pourraient penser, il ne suffit pas à un développeur de claquer des doigts pour que la personnalisation se produise. Souvent, les outils dont il dispose pour mettre en œuvre une initiative de ce type sont assez restrictifs ou ne permettent pas une personnalisation suffisamment poussée.

AVANTAGES POUR LES DÉVELOPPEURS

C'est là qu'intervient Acquia Personalization. Acquia Personalization permet aux marketeurs de proposer les expériences digitales attrayantes attendues par leurs clients et prospects. Si vous utilisez déjà Drupal pour construire et maintenir votre site web, nous avons de bonnes nouvelles pour vous ! En tant qu'utilisateur de Drupal, vous êtes sans doute déjà un partisan convaincu de l'open source. Vous savez en outre que Drupal dispose d'une fonction de taxonomie impressionnante pour classer le contenu des sites web. Acquia Personalization exploite cette taxonomie comme aucune autre solution ne pourrait le faire.

En sauvegardant les métadonnées, qui facilitent la classification et la personnalisation, il est beaucoup plus facile de catégoriser et de segmenter le contenu. Quand un client consulte un contenu, Acquia Personalization enregistre cette consultation et la stocke avec le contenu. Le logiciel

attribue en outre au profil du client les métadonnées du contenu consulté.

Imaginons qu'une cliente consulte un site de voitures et affiche plusieurs berlines de taille moyenne. Acquia Personalization enregistre le fait qu'elle a consulté 10 voitures correspondant à la taxonomie « berline de taille moyenne » et lui montre ensuite davantage de berlines de taille moyenne. Acquia Personalization exploite la capacité de classification des métadonnées intégrée à Drupal pour montrer à cette cliente davantage de produits similaires.

Cette capacité est par nature flexible et personnalisable. Les marketeurs peuvent donc la concevoir et la modifier en fonction de leurs objectifs de personnalisation. Ils peuvent par exemple ajouter du code HTML/CSS personnalisé, enregistrer des analyses d'événements personnalisés ou contrôler qui peut faire quoi dans le système.



Acquia Personalization vous aide également à suivre les meilleures pratiques en matière de personnalisation. Les pages devraient se charger plus rapidement - sans le redoutable « flash de contenu ». Une fois obtenue la connexion directe aux données via l'intégration d'une API, vous pouvez partager ces données avec vos équipes d'analystes ou de spécialistes des données. Ces équipes peuvent découvrir toutes sortes d'informations que vos marketeurs ne seraient peut-être pas en mesure de trouver par eux-mêmes. Cet apport ouvre de nouvelles possibilités pour créer une expérience client convaincante et vraiment exceptionnelle.

Acquia Personalization est un outil puissant pour personnaliser votre site Drupal, mais ses avantages ne s'arrêtent pas là. Lorsque, pour commencer, vous créez une petite personnalisation simple, Acquia Personalization met en évidence différentes méthodes qui vous permettraient de réaliser une personnalisation encore plus sophistiquée. En perfectionnant régulièrement votre personnalisation, vous obtenez peu à peu un retour sur investissement beaucoup plus impressionnant.

AVANTAGES POUR LES MARKETEURS



Acquia Personalization recueille énormément de données sur les clients, à partir de multiples canaux. À l'aide de ces données, le logiciel génère une vue unique sur ces clients. Les marketeurs obtiennent ainsi des informations beaucoup plus détaillées sur leurs goûts et leurs comportements spécifiques. Grâce à ces informations, ils peuvent définir rapidement des segments. Ils leur transmettent alors le contenu qu'ils préfèrent, quels que soient le lieu, le moment et la manière dont ces clients entrent en contact avec votre entreprise. Quand viendra pour eux le moment de prendre une décision, votre entreprise apparaîtra en tête de liste.

ÉLARGIR ET AMPLIFIER LA VISIBILITÉ DE L'ENTREPRISE

Votre équipe marketing a bien sûr déployé d'autres méthodes pour attirer les bons prospects sur votre site. Si Acquia Personalization ne vous aide pas directement à attirer ces prospects, des bases essentielles ont cependant été posées avant leur arrivée.

La taxonomie de votre site web a une grande influence sur l'expérience client. Avec une classification correcte du contenu, vos

clients peuvent trouver rapidement ce qu'ils recherchent et utiliser les fonctions en libre-service. La taxonomie native de Drupal offre une puissante méthode de classification pour le contenu de votre site et prépare ainsi automatiquement le terrain pour une personnalisation avancée.

Acquia Personalization étant spécifiquement conçu pour Drupal peut collecter des données beaucoup plus détaillées. L'équipe marketing crée plus facilement du contenu avec des données prêtes pour la personnalisation. Elle réalise ses objectifs beaucoup plus vite et beaucoup plus efficacement grâce à l'intégration d'Acquia Personalization à Drupal. Elle peut par exemple proposer aux visiteurs des recommandations de contenu personnalisées ou encore obtenir en temps réel des informations très détaillées sur les préférences d'une audience.

Avec Acquia Personalization, il n'est en outre pas nécessaire de s'occuper du code. Les marketeurs n'ont pas besoin de grandes compétences techniques pour appliquer la personnalisation. Il leur suffit de pointer, de cliquer et de personnaliser.





COLLECTEZ LES DONNÉES CLIENT, ACTIVEZ-LES ET AMÉLIOREZ EN PERMANENCE L'EXPÉRIENCE CLIENT

Supposons qu'un prospect visite votre site web. Certains aspects importants d'Acquia Personalization entrent alors en jeu. Le logiciel collecte des données sur vos visiteurs, pas uniquement leur localisation et l'appareil qu'ils utilisent, mais aussi des données sur leur activité et sur leur comportement.

Au fur et à mesure de la collecte de ces données, le logiciel assemble et enregistre un profil dynamique et unifié de chaque visiteur. Il crée ainsi une vue unique et complète de l'activité passée et en temps réel des visiteurs, sur l'ensemble des canaux. Les marketeurs peuvent alors définir des segments basés sur de multiples critères pour mieux comprendre ces visiteurs et les cibler plus efficacement.

Pendant ce temps, ces prospects comparent votre produit ou service à d'autres solutions du marché. Personalization permet de présenter automatiquement les informations qui intéressent votre visiteur ce qui améliore vos chances de maintenir le contact.

Avec Personalization, vous faites progresser vos clients dans l'entonnoir d'engagement et vous leur évitez d'avoir à rechercher par eux-mêmes du contenu ou des réponses. Vous pouvez également programmer des personnalisations. Vous pouvez par exemple définir des personnalisations qui seront mises en ligne sur différents fuseaux horaires. À toute heure, des clients, quel que soit leur pays, peuvent alors entrer en contact avec votre marque. Avec des campagnes mixtes, vous pouvez même personnaliser des pages clés de votre site pour différents personas.

Avec Acquia Personalization, vous disposez de trois types de campagnes pour personnaliser vos expériences client :

- // Les **campagnes simples** facilitent des expériences dynamiques, personnalisées sur la base de critères définis par l'équipe marketing.
- // Les **campagnes ciblées** vous permettent de personnaliser le contenu de votre site pour des segments spécifiques, qui peuvent également être définis par l'équipe marketing.
- // Avec les **tests A/B** vous pouvez tester des variantes de vos pages web et trouver celle qui offrira la meilleure expérience à vos visiteurs.

Ces trois types de campagnes peuvent être combinés pour vous aider à mieux comprendre les visiteurs de votre site.



Des analyses et de nouveaux éclairages peuvent mettre en évidence des stratégies de personnalisation plus efficaces et adaptées. La plupart des marketeurs devraient pouvoir obtenir les rapports dont ils ont besoin directement à partir de l'outil, sans l'expertise d'un spécialiste des données. Toutefois, s'ils ont la possibilité de faire appel à l'un de ces spécialistes, ils se trouveront dans une position particulièrement avantageuse pour obtenir les informations d'analyse dont ils ont besoin.

Trois autres fonctions vous aident à créer des expériences personnalisées pour les visiteurs du site :

- Les **déploiements multisites** vous permettent de collecter des données, de publier du contenu attrayant, puis de l'optimiser au sein d'une même interface pour toutes vos propriétés digitales.
- Avec la **personnalisation multilingue**, les marketeurs créent du contenu une seule fois et le personnalisent automatiquement dans la bonne langue, quel que soit le pays où se trouvent leurs visiteurs.
- Le **ciblage anonyme** permet de personnaliser du contenu en fonction des conditions du navigateur, de la localisation ou selon des variables tierces.

Ces fonctions d'Acquia Personalization permettent de personnaliser les expériences des visiteurs à de multiples niveaux.

SIMPLIFIER LA DÉCISION CLIENT

La personnalisation a un impact sur votre client potentiel jusqu'au moment de la décision. À ce stade, il est prêt à sélectionner le meilleur choix parmi ses options et à effectuer un achat.

Il est très probable que les marques qui lui ont fourni les informations les plus utiles et les expériences les plus convaincantes apparaîtront en tête de liste. Et c'est là que vous voulez être, en tête de liste. Les fonctions de Personalization vont vous y aider.

Acquia Personalization rend ce positionnement possible grâce à une vue centralisée de l'ensemble du contenu de l'entreprise.

Vos marketeurs peuvent rationaliser la sélection, la publication et la syndication du contenu. Ils peuvent offrir aux visiteurs l'expérience de contenu la plus pertinente sur le web, les appareils mobiles, les ventes en ligne et d'autres points de contact. Désormais en mesure de fournir les expériences personnalisées attendues par ses clients, votre entreprise peut également optimiser le retour sur investissement de son contenu.



BOOSTER LA FIDÉLISATION

Lorsque votre client a réalisé un achat, votre objectif est de le fidéliser. Acquia Personalization peut vous aider à obtenir ce résultat grâce à une personnalisation sophistiquée, adaptée au contexte, sur votre site web. Pour de nombreuses organisations, le site web est en effet la pièce maîtresse de l'expérience digitale. Grâce aux API ouvertes de Personalization, vos marketeurs peuvent intégrer des expériences pertinentes et personnalisées pour le web, les e-mails, les appareils mobiles, les médias sociaux, l'IoT et d'autres canaux.

Vous gagnez en puissance et en souplesse pour la présentation de votre contenu et vous optimisez ses performances. Progressivement, vous apprenez à mieux connaître vos clients et vous êtes plus à même de leur recommander des contenus intéressants. Tous ces avantages vous aident bien sûr à créer une expérience client exceptionnelle qui favorise la fidélisation à long terme. Vous pouvez également réduire le taux de rebond et améliorer les statistiques globales de votre site web.

DES CLIENTS FIDÈLES, AMBASSADEURS DE VOTRE MARQUE

Si vos clients sont vraiment satisfaits de leur expérience, vous pouvez être pratiquement sûr qu'ils reviendront. Ils peuvent aussi parler à leurs amis de l'expérience exceptionnelle que vous leur avez offerte. Les clients fidèles peuvent être de puissants défenseurs de votre marque. Ils vous aident à élargir votre portée auprès du public souhaité.

Acquia Personalization vous aide à encourager ce type de loyauté et de soutien. Le puissant moteur d'analyse de Personalization est fourni avec toute une série de rapports et de tableaux de bord prédéfinis et personnalisables. Ils vous apportent de précieuses informations pour mieux comprendre vos publics et atteindre vos objectifs de personnalisation. Vos marketeurs améliorent en permanence l'expérience client et renforcent la compétitivité de l'entreprise.



COMMENT RAPPROCHER DÉVELOPPEURS ET MARKETEURS ?

Acquia Personalization vous aide à gérer le processus de personnalisation et agit comme un guide entre développeurs et marketeurs. Les marketeurs peuvent être créatifs et optimiser les expériences tout en utilisant le contenu approuvé créé par vos équipes web et de développement. La taxonomie est déjà là pour vous, dans Drupal, et les outils interopèrent parfaitement.

Avec Acquia Personalization, développeurs et marketeurs travaillent ensemble sur les idées et coopèrent pour créer une expérience digitale attrayante. Vous pouvez réellement améliorer les capacités CX de votre site web. Ce n'est plus un rêve lointain. C'est aujourd'hui une réalité pratique, beaucoup plus facile à réaliser que vous ne le pensiez.

UN NOUVEAU MONDE DE POSSIBILITÉS

Avec les bons outils et un puissant partenariat avec le marketing, les développeurs peuvent désormais élargir leur horizon et se lancer dans des projets encore plus ambitieux. Au lieu de s'inquiéter des limitations de ressources ou des conflits internes potentiels, ils peuvent simplement se poser la question : « Quel est le prochain objectif que nous voulons accomplir ? »



RÉSUMÉ ET POINTS À RETENIR

Les utilisateurs de Drupal disposent de nombreuses options tierces pour créer des expériences digitales personnalisées, mais Acquia Personalization est le seul outil spécifiquement optimisé pour Drupal. Avec Acquia Personalization, vous exploitez toute la puissance de Drupal et créez des expériences véritablement ciblées et contextuelles. Les workflows peuvent être rationalisés et optimisés, ce qui accélère la création de valeur.

Acquia Personalization ne nécessite pas de gérer du code complexe. Les marketeurs n'ont pas besoin de compétences techniques avancées pour l'utiliser. Il leur suffit de pointer, de cliquer

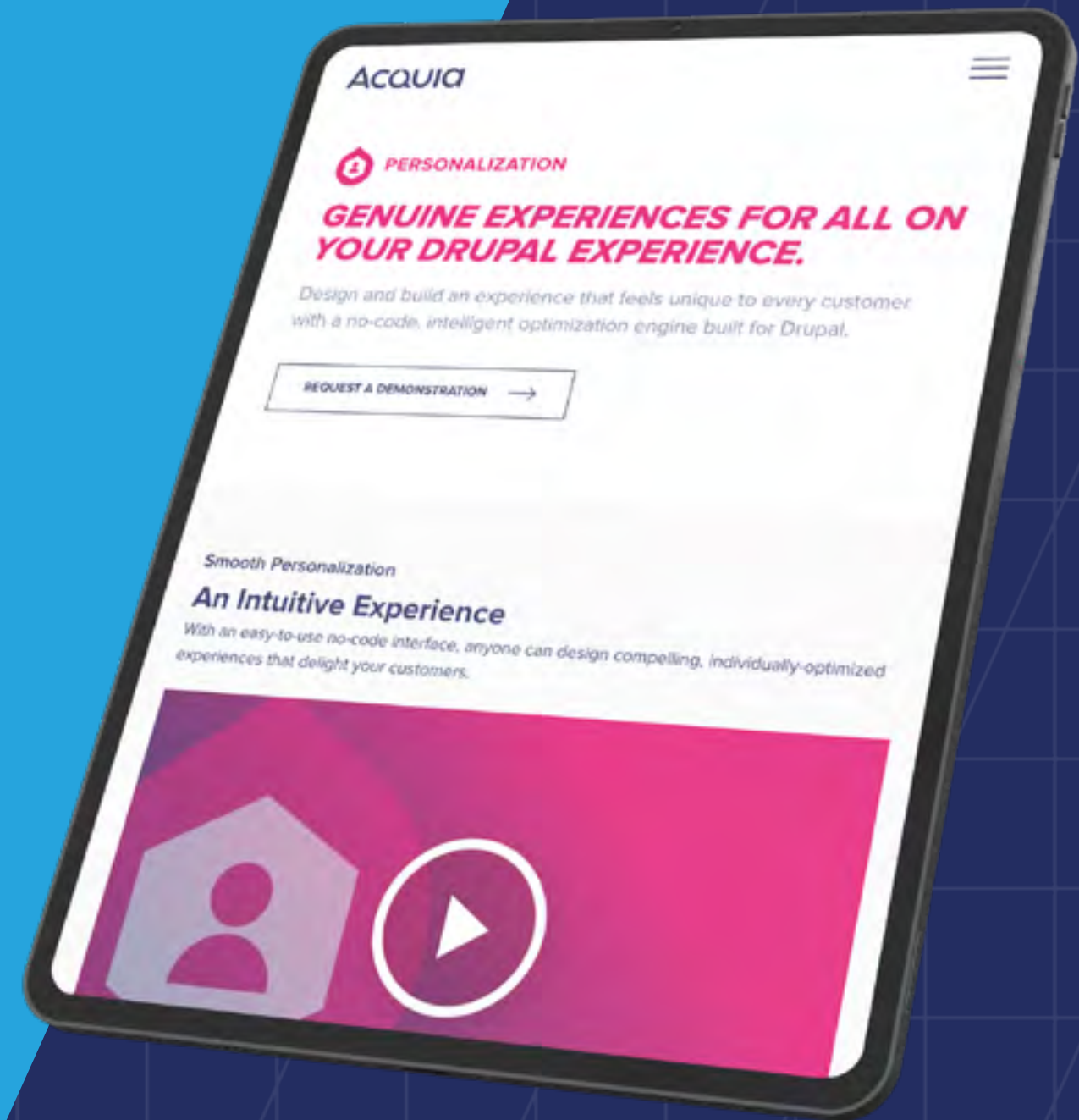
et de personnaliser. Grâce à une courbe d'apprentissage réduite et à un accès intégré aux analyses, ils peuvent appliquer leur expertise à ce qui compte vraiment : créer des expériences client innovantes.

Contrairement à de nombreuses solutions d'optimisation et de personnalisation, Acquia Personalization permet aux développeurs et aux marketeurs de coopérer dans les meilleures conditions. Cette collaboration va mieux positionner votre entreprise pour augmenter la fidélité client, les revenus et la croissance.



**DÉCOUVREZ COMMENT
ACQUIA PERSONALIZATION
PEUT VOUS AIDER À ÉTABLIR
DES RELATIONS PLUS
PERSONNALISÉES AVEC
VOS CLIENTS.**

DEMANDER UNE DÉMO



Acquia

ACQUIA.COM

À PROPOS D'ACQUIA

Acquia permet aux marques parmi les plus ambitieuses au monde de créer des expériences client digitales qui comptent. La Digital Experience Platform (DXP) d'Acquia est bâtie sur le CMS open source de Drupal. Elle permet aux marketeurs, aux développeurs et aux équipes IT, dans des milliers d'entreprises mondiales, de créer et de déployer rapidement des produits et des services digitaux attrayants. Ces services améliorent les conversions et favorisent la différenciation.

