

# Attribution et déduplication des ventes en temps réel : le cas 3Suisse.fr

## Secteur d'activité :

Mode & Maison

3Suisse est le 3<sup>e</sup> groupe de e-commerce en France et le 10<sup>e</sup> en Europe (classement internet retailer 2012 sur le CA). 3Suisse France est le 2<sup>e</sup> site Mode et Maison en France



Les parcours des internautes en dehors et sur le site sont de plus en plus complexes, les volumes de données collectées s'inscrivent dans l'ère de la big data. Présent sur l'ensemble des canaux d'acquisition, 3Suisse.fr investit une part significative de son budget dans des campagnes d'affiliation et de retargeting. 3Suisse.fr doit centraliser et automatiser son tag management pour avoir une vision globale et plus fine sur les performances réelles de chacun de ses apporteurs d'affaires et optimiser ses investissements.

**Cible :** Femme, 25-49 ans

### Objectifs :

- Donner à l'équipe marketing plus d'autonomie
- Améliorer les performances techniques du site 3Suisse.fr
- Optimiser les investissements marketing

## ► Solution proposée

### L'idée stratégique

3Suisse.fr a besoin de centraliser ses tags tiers pour en optimiser le pilotage, mais aussi améliorer ses investissements en partageant des informations avec ses partenaires dans une stratégie gagnant-gagnant.

Toute la pertinence de la solution centralisée de tag management proposée réside dans la déduplication automatisée des ventes en temps réel. Elle permet d'allouer chaque vente au réel apporteur d'affaires. L'attribution des ventes quant à elle, est conditionnée pour répondre au modèle économique et à la structure de marge de 3Suisse.fr.

### Aspects innovants et différenciation

- Conditionnement multicritère des règles d'appel de tags tiers
- Contrôle des informations transmises aux partenaires
- Sécurisation autour du partage de la donnée client
- Délais d'implémentation courts

### Les KPIs

- Gain de temps pour les équipes
- Réduction du temps de chargement des pages du site
- Réduction du coût d'acquisition de trafic
- Augmentation du volume d'affaires

## ► Mise en place opérationnelle

La durée : 1 mois

### Configuration de la solution

- Optimisation de la stratégie de tagage

L'ensemble des tags sont encapsulés dans un tag universel posé sur les pages du site 3Suisse.fr. Seul ce tag unique est intégré dans le code source des pages du site, l'allégeant considérablement. 3Suisse.fr apporte un confort de navigation à ses internautes et respecte les bonnes pratiques SEO en optimisant le

### Annonceur : 3Suisse.fr

www.3suisse.fr

Samy Bouguerra  
Responsable Marketing Digital

Amine Chraïbi  
Responsable Retargeting et Adexchange

### Prestataire :

#### Eulerian Technologies

www.eulerian.com

Emmanuel Brunet  
Directeur exécutif

- temps réel
- acquisition de trafic
- déduplication

code source de la page et le temps de chargement des pages.

- **Historisation des variables ad-centric**

Le tracking se fait par redirection, entièrement transparent pour les internautes, il se révèle aussi beaucoup plus fiable que le passage de paramètres.

Les historiques marketing des internautes sont entièrement collectés, les équipes marketing peuvent alors remonter 40 points de contact dont le post-clic, la post-impression et la revisite.

### Règles d'attribution sur mesure

Les tags tiers sont pré-paramétrés, l'équipe marketing n'a plus qu'à sélectionner parmi une large bibliothèque les tags qu'elle souhaite mettre en place sur 3SuisseS.fr. La déduplication des ventes se base sur les règles d'attribution prédéfinies par le site 3SuisseS.fr s'alignant ainsi avec ses besoins marketing propres. Concernant les campagnes d'affiliation et de retargeting, 3SuisseS.fr opte pour une vue en dernier levier payant hors branding SEO, parmi les vues : premier levier, premier levier payant, dernier levier... À cette règle et en fonction de chaque apporteur d'affaires, des conditions peuvent être ajoutées : ne pas appeler le tag si le paiement n'est pas comptant, mais au crédit, appeler le tag en dernier levier payant « de la visite » afin d'exclure de la rémunération les sites de couponing visités par le client au cours de sa visite sur 3 SuisseS.fr...

### Déploiement sur le site 3SuisseS.fr

Une fois la bonne implémentation des tags tiers assurée, via le mode de recetage, ils sont activés. Les tags seront appelés uniquement s'ils répondent à la règle d'attribution personnalisée. Les ventes générées par l'affiliation et le retargeting seront automatiquement dédupliquées et ainsi attribuées au bon apporteur d'affaires sans risque d'une double rémunération.

### Optimisation des performances marketing

Les ventes étant automatiquement dédupliquées, le retraitement manuel des attributions des ventes n'est plus nécessaire, l'équipe marketing alloue dorénavant son temps à l'optimisation de ses campagnes. Via son tableau de bord, l'équipe marketing peut segmenter chaque appel de tag émis pour arriver à un fin niveau de détails.

#### Les optimisations se font alors sur plusieurs niveaux :

- Ajustement du modèle de rémunération via la règle d'attribution
- Priorisation des apporteurs d'affaires les plus rentables
- Rémunération variant en fonction du profil du client (ancien/nouveau)
- Affinement des vues, les règles d'attribution ne se limitent plus au dernier levier payant mais peuvent remonter dans l'historique marketing du client

3SuisseS.fr affine alors le ROI de chaque campagne, partenaire, site déclencheur de la vente...

#### Passage de données intelligentes aux partenaires

La communication avec les apporteurs d'affaires est transparente avec la mise en place de reports personnalisés où ces derniers ont accès au nombre d'appels émis et paramétrages des tags. La transmission de paramètres dynamiques est également mise en place avec les partenaires à la performance. Elle permet aux partenaires de connaître le montant et la référence produit des ventes de 3SuisseS.fr générées par leurs programmes. Ils peuvent ainsi impacter leurs programmes dans une stratégie gagnant-gagnant. Le trafic envoyé vers 3SuisseS.fr est qualifié en amont.

### ► Résultats

- Gain de temps pour les équipes marketing
- Temps de chargement des pages du site réduit
- Meilleur rendement des budgets d'acquisition client

« La déduplication automatisée des ventes a mis un terme à la double attribution des conversions de l'acquisition à la performance. À volume de campagnes équivalent, elle nous a permis d'optimiser considérablement le budget.

De plus, la meilleure qualité et quantité de données a permis à nos partenaires une meilleure qualification du trafic envoyé vers 3 SuisseS.fr, permettant à budget équivalent, une augmentation du trafic qualifié. »

Sami Bouguerra, Responsable Marketing Interactif & Partenariats, 3 SuisseS.fr

