

Effinity Marketing Technologies

Témoignage éditeur : Planet.fr



Boris Bénard

Directeur marketing direct
de Planet.fr

Planet.fr est un éditeur de sites internet grand public créé en 2000, dont les principaux sites sont Planet.fr, Femme plus et Medisite.fr. Basé sur un modèle 100% gratuit qui vit de la publicité, Planet.fr touche, chaque jour, 9 millions d'abonnés qui reçoivent ses newsletters éditoriales.

Quelles sont les raisons qui vous ont amené à utiliser la plateforme Effinity ?

Nous avons identifié un réel besoin d'améliorer le suivi et la consolidation de chiffre d'affaires sur notre activité base de données. Celle-ci est commercialisée sur des modèles à la performance en direct avec les annonceurs. Nous faisons face à une nécessité de centralisation, afin de stopper ce qui pouvait être fait dans des tableaux Excel dans tous les coins. Pour cela, il nous fallait un outil qui permette de centraliser l'ensemble de nos actions, de consolider notre chiffre d'affaires et de suivre le ROI sur nos adresses en acquisition.

Aviez-vous des besoins de développement spécifiques et ont-ils été satisfaits ?

Nous avons particulièrement appréciée la réactivité des équipes d'Effinity lorsqu'il a fallu entreprendre des développements spécifiques à nos besoins. Nous avons, en effet, une exigence assez forte sur le niveau de finesse du tracking et du reporting associé. Nous faisons de l'acquisition d'adresses sur le marché et il est très important de suivre de manière précise, source par source, le chiffre d'affaires généré par cohortes d'acquisition.

Nous avons donc besoin d'une grande de finesse de tracking. Nous ne pouvons nous contenter de statistiques par campagne, par mois, etc. Il nous faut accéder à des indicateurs plus précis tels que le chiffre d'affaires ou le ROI générés par envoi, par segment, par jour de routage, etc. Au final, nous devons savoir qu'une adresse nous coûte tant et que nous attendons tel ROI sur un ou deux ans.

« La visibilité en quasi temps réel sur notre chiffre d'affaires et notre ROI que procure la plateforme, nous permet de suivre au quotidien la rentabilité de nos campagnes »

Aussi, la possibilité d'avoir une équipe de développement à l'écoute, capable de comprendre nos problématiques, d'émettre un cahier des charges et de gérer un développement spécifique, a été un élément fortement différenciateur, face à d'autres solutions du marché qui sont souvent figées et peu adaptées aux besoins particuliers. Aujourd'hui, nous sommes en capacité de suivre tous les mois, les performances des cohortes d'acquisition en ayant une visibilité sur le nombre d'adresses achetées, pour quel montant, et combien de chiffre d'affaires chaque lot d'adresses a généré.

Quels bénéfices tirez-vous de la finesse du tracking de la solution Effinity Marketing Technologies ?

La visibilité en quasi temps réel sur notre chiffre d'affaires et notre ROI que procure la plateforme, nous permet de suivre au quotidien la rentabilité de nos campagnes et nos segments de base et, ainsi, déclencher très rapidement des actions d'optimisation et de ciblage en fonction des performances de chaque segment et chaque campagne. Et cette amélioration de la réactivité est essentielle. Elle permet de ne pas laisser des campagnes se dégrader, faute de pouvoir accéder aux informations rapidement.

Et du côté des annonceurs, quelle est leur appréhension de la plateforme ?

Nous nous occupons de tracker les kits mail produits par les clients ou par nous même pour les clients. Si la page de formulaire est hébergée sur le site du client, nous le sollicitons pour placer le tag de transformation. Cela se passe toujours très bien car ils ont l'habitude de tracker leur campagne.

Comment s'est passée l'intégration de la solution Effinity Marketing Technologies à vos process ?

Avant de passer à la solution Effinity Marketing Technologies, nous cherchions un moyen de rationaliser le travail de consolidation réalisé par notre équipe qui était très « manuel ». Historiquement, nous suivions le chiffre d'affaires à l'adresse, sans le reconstituer entièrement, car une partie n'était pas gérée en interne. Cependant, nous avons la crainte de rajouter des étapes de traitement supplémentaires et donc du temps de travail. Mais finalement, l'utilisation de la plateforme nous fait gagner du temps. Le tracking étant simple à mettre en place, nous l'avons facilement intégré dans le process de mise en place des campagnes, sans que ça rallonge le temps de traitement.

De plus, l'un des intérêts de la plateforme Effinity est de permettre de gérer un pixel externe, pour pouvoir monitorer à la fois les campagnes hébergées chez nous et celles hébergées chez nos clients, ce qui n'était pas possible avant.

