

Custom Audience et retargeting

Powerspace permet aux annonceurs de créer, au niveau d'une Campaign, des segments d'audience personnalisés, à partir de **fichiers CRM** (chargés dans la plateforme) et/ou de **segments de visiteurs** (aussi appelés segments behavioural) identifiés grâce au Tag analytics.

Une fois créés, les segments CRM et behavioural peuvent être utilisés pour le ciblage des Adgroups de la Campaign, en inclusion ou exclusion.

Segments CRM

Au niveau d'une Campaign, il est possible d'importer un ou plusieurs fichiers CRM correspondant à différents segments de votre base clients ou abonnés, afin de les utiliser dans le ciblage des Adgroups, en inclusion pour du retargeting, ou en exclusion pour de l'acquisition.

Création d'un segment CRM

Au niveau Campaign, dans l'onglet "Segments". Cliquez sur "Upload new file" puis sélectionnez votre fichier CRM à importer.

! Format du fichier

Les fichiers doivent être au format .CSV ou .txt et contenir une seule colonne avec l'email crypté au format MD5.

Une fois le segment téléchargé, il sera traité par Powerspace et le statut "Processing" sera affiché. Au bout de quelques minutes, le segment passera en statut "Processed" et il sera possible de visualiser le "reach", c'est-à-dire le nombre d'utilisateurs identifiables sur le réseau Powerspace.

Segment Manage

Cancel **Save**

NAME *

Abonnés - 2018-01

Status : PROCESSED

This segment contains 6 564 profiles

Reach : 54,28 %

Upload file

Choose File No file chosen

- Emails contained in the file must be in lowercase letters before upload
- You can download a [sample file](#).
- .csv or .txt accepted. Min 50 lines with 1 email per line.
- Updating the file will replace all profiles in the segment.

🚧 Mise à jour d'un segment

Pour mettre à jour un segment, vous devrez cliquer sur le segment et télécharger un nouveau fichier. Mettre à jour un fichier remplacera les données présentes dans l'ancien.

Utilisation des segments CRM

Une fois vos segments passés en statut "Processed", ces derniers sont accessibles dans chaque Adgroup de la campagne, dans la section User Targeting de la page Settings. Il vous est alors possible de cocher la case **INCLUDE** ou **EXCLUDE** afin de cibler ou exclure un ou plusieurs segments.

≡ Clients non abonnés - 2018-01 | 05/02/2018 - 13:39 | 15 292 profiles

INCLUDE**EXCLUDE**

≡ Désabonnés 2017-09 | 26/09/2017 - 14:49 | 12 005 profiles

INCLUDE**EXCLUDE**

≡ Clients Actifs - 2017-09 | 26/09/2017 - 14:50 | 42 625 profiles

INCLUDE**EXCLUDE****❗ Volume Minimum d'un segment**

En dessous de 50.000 emails, il est possible que la diffusion de votre adgroup soit trop faible. Nous recommandons un minimum de 250.000 emails, et l'utilisation d'annonces de Content Marketing, afin de maximiser les taux de clics.

Pour aller plus loin : [CRM re-targeting : 3 exemples de stratégies gagnantes](#)

Segments comportementaux (ou behavioural)

La pose du Tag Analytics sur toutes les pages du site permet de collecter des données de navigation (sessions, pages vues, durée de visite, CPV) qui apparaîtront dans les rapports, et de créer des segments d'audience personnalisée, basés sur des comportements de navigation.

Création d'un segment behavioural

La création d'un segment behavioural s'effectue au niveau Campaign, via l'onglet "Segments". Lorsque l'on crée un nouveau segment, une boîte de dialogue s'ouvre et permet de sélectionner divers paramètres :

The screenshot shows a dialog box titled "Behavioural Manage" with "Cancel" and "Save" buttons. The "NAME *" field contains "Visiteurs 30 jours". Below it, under "I want to target people", a dropdown menu lists various URL-based targeting options: "who visited website", "who visited this specific url", "who did visit an URL containing", "who did not visit this specific url", and "who did not visit an URL containing". A "30 Days" button is also visible.

Création d'un segment behavioural - exemple 1

Il est possible de cumuler des comportements. Par exemple, identifier les profils qui ont visité mon site, mais n'ont pas passé commande :

The screenshot shows a 'Behavioural Manage' interface. At the top right are 'Cancel' and 'Save' buttons. Below is a 'NAME *' field containing 'Visiteurs n'ayant pas converti 30 jours'. A large section titled 'I want to target people' contains a dropdown menu set to 'who did not visit an URL containing /confirmation-de-paiement' with a delete icon. A plus sign (+) button is below it. Another section titled 'In the past' shows a dropdown menu set to '30 Days'.

In the past

30 Days

Création d'un segment behavioural - exemple 2

! Important

Il est recommandé de lancer la création de ces segments en amont du lancement (au moins 15 jours avant) pour laisser au tag le temps de collecter suffisamment de data.

Utilisation des segments behavioural

Une fois créés, les segments apparaissent dans chaque Adgroup de votre Campaign, dans la section User Targeting de la page Settings. Il est alors possible de les inclure/exclure de votre ciblage.

Un exemple de stratégie qui permet d'améliorer son taux de conversion : recibler les profils ayant visité votre site dans les 30 derniers jours, en excluant ceux qui se sont déjà inscrits.

The screenshot shows 'User Targeting' settings. It lists two segments: 'Visiteurs 30 jours | 15/01/2018 - 17:10 | 16 430 profiles' with an 'INCLUDE' button and a 'EXCLUDE' button, and 'Clients 30 jours | 16/01/2018 - 09:13 | 462 profiles' with an 'INCLUDE' button and a red 'EXCLUDE' button.

⌚ Updated 5 months ago

[**← Tracking & Analytics**](#)[**Rapports et KPI →**](#)