

BERTRAND JOUVENOT

DOPEZ VOTRE
STRATÉGIE
DIGITALE

72 fiches pratiques

INTRODUCTION

Mise en bouche

Cette recette digitale est extraite du livre *Dopez votre stratégie digitale* de Bertrand Jouvenot.

Un livre comprenant près d'une centaine de recettes digitales, destinées à vous aider à tout savoir préparer, de l'entrée au dessert, depuis la digitalisation de l'entreprise, la stratégie, le management, jusqu'à l'innovation et le produit, en passant par le marketing et à la mesure....

Découvrez ici, l'une des recettes revisitée par nous, rien que pour vous.
#DVSD

Bonne dégustation !

Bertrand Jouvenot

Les KPI numériques



TEMPS • plusieurs mois
 NOMBRE DE PERSONNES • 2 à 10
 DIFFICULTÉ • ★ ★ ★

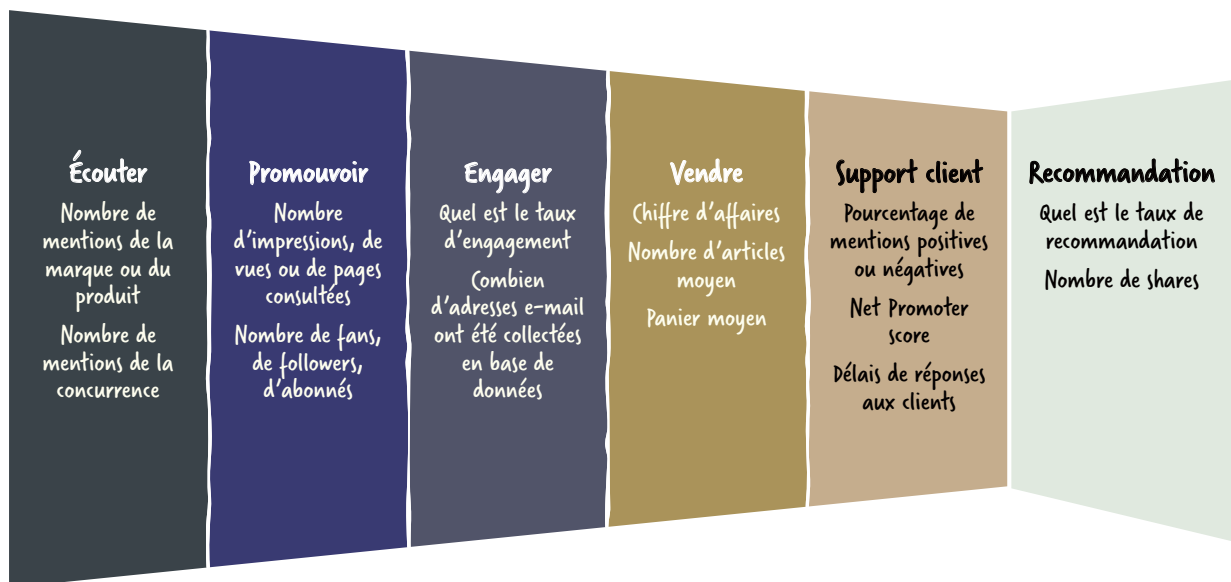
Présentation

Les KPI (*Key Performance Indicators*) possibles du digital se comptent par centaines. Entre ceux du SEO, du SEM, du e-commerce, des médias sociaux, de la CRM et, de plus en plus, de l'analyse web, la liste des indicateurs candidats au statut de KPI s'allonge chaque jour.

Il importe donc de se doter des bons KPI, en comprenant les fondamentaux de son activité. Les objectifs, les points d'amélioration et les éléments à mesurer ne sont pas les mêmes selon les domaines.

Nous retenons ici un exemple assez courant qui a le mérite de couvrir un certain nombre d'objectifs classiques du numérique :

- Écouter : nombre de mentions du produit/service/marque sur les réseaux sociaux, nombre de fois où la concurrence est mentionnée également...
- Promouvoir : nombre de fois où le produit est vu...
- Engager : nombre d'inscriptions à une newsletter...
- Vendre : nombre de commandes, nombre d'articles par commandes, chiffre d'affaires du panier d'achats...
- Assister : taux de réponse aux appels du service client, nombre de mentions positives... (► FICHE 68).
- Convertir en ambassadeurs : nombres de shares, de likes sur les réseaux sociaux...



MESURER CONVENABLEMENT UNE ACTIVITÉ DIGITALE

Source : Vincent Ducrey, Emmanuel Vivier, Le guide de la transformation digitale, Éditions Eyrolles, 2017.



Trop de mesure tue la mesure. Privilégiez un petit nombre d'indicateurs clés, beaucoup d'analyse et encore plus d'expérimentation.

Attention

- ◆ Le marketing numérique n'est pas une science exacte et peut décourager les profanes épuisés par un cycle ininterrompu d'expérimentations.
- ◆ Ce qui n'est pas mesurable aujourd'hui n'est pas nécessairement inutile.
- ◆ Anticiper la surprise liée au faible niveau moyen de la plupart des indicateurs numériques chez celles et ceux habitués à des activités plus classiques⁵.
- ◆ Ne cédez pas aux sirènes de la mode et revenez toujours aux fondamentaux de votre activité.

Au sommaire

◇ Objectif

IDENTIFIER les véritables indicateurs clés d'une activité digitale.

LIMITER le nombre des indicateurs.

TROUVER le meilleur maillage entre objectifs, moyens et mesure pour optimiser l'efficacité et les investissements.

◇ Contexte

Les KPI numériques concernent les entreprises ayant une activité en ligne (e-commerce par exemple) et usant de leviers numériques pour la développer (SEO, SEM, e-mailing, social media, display...).

Ils constituent également un bon moyen d'évangéliser, dans le cadre d'une mutation digitale, en décrivant ce qui se passe sur un site marchand par exemple, avec des chiffres.

⁵ Le taux de transformation sera supérieur à 95 % pour un grand magasin d'alimentation, aux alentours de 50 % pour un magasin de prêt-à-porter féminin et entre 2 et 4 % pour un site e-commerce.

Préparation et mise en œuvre

◇ Étapes

- 1 Définissez vos objectifs commerciaux et *marketing*.
- 2 Précisez les leviers numériques utilisés pour atteindre vos objectifs.
- 3 Sélectionnez vos KPI en fonction des deux éléments qui précèdent.

◇ Méthodologie et conseils

- Limitez le nombre de vos KPI et suivez-les vraiment.
- Rendez les résultats de la mesure accessibles à tous ceux qui en ont besoin.
- Comparez leur performance par rapport au marché.
- Ne jetez pas trop vite à la poubelle des techniques anciennes.
- Un publipostage postal coûtera plus cher qu'un e-mailing mais pourra avoir un taux de conversion bien supérieur.

OBSERVATIONS

Le numérique présente l'intérêt d'être mesurable, faisant des KPI un moyen d'améliorer l'efficacité des efforts marketing et d'optimiser les investissements.

Des niveaux de performance moyens du marché étant de plus en plus disponibles, la comparaison est facilitée.

Ça vous à plus ?

Pour vous régaler encore, avec près d'une centaine d'autres recettes digitales, passez la commande

[Commander ici](#)

www.jouvenot.com

CONCEPTION GRAPHIQUE, ICONOGRAPHIE & MISE EN PAGES

nin [design & arts graphiques]

WWW.NUNDESIGN.FR

 [NUN.ARTPHOTOGRAPHIQUES](#)

 [NUN.DESIGNGRAPHIQUE](#)