

Communiqué de presse

Coremetrics annonce des fonctionnalités étendues de mesure du retour sur investissement pour le réseau Facebook

Coremetrics Impression Attribution établit un lien entre l'exposition des messages sur Facebook - avec ou sans clic - et les ventes, les commandes et l'acquisition de clientèle en ligne

Paris – 16 Mars 2010 - [Coremetrics](#), leader de l'optimisation du marketing, annonce de nouvelles améliorations de [Coremetrics Impression Attribution™](#). Désormais, les entreprises peuvent analyser avec précision les retombées de la présence et des investissements sur Facebook pour des objectifs clés tels que les ventes, les commandes et l'acquisition de clientèle en ligne. Entièrement intégré à la [Coremetrics Continuous Optimization Platform™](#), Impression Attribution associe les visites individuelles sur les pages de Facebook, l'exposition aux publicités sur Facebook ainsi que les interactions avec les applications Facebook aux visites de sites Web, aux comportements et à l'acquisition de clientèle. Les annonceurs peuvent ainsi mesurer le retour sur investissement de leurs campagnes. Les clients de Coremetrics contrôlent complètement les informations qu'ils souhaitent collecter et analyser, qu'il s'agisse de simples informations démographiques et de niveaux d'activités, ou de mesures plus sophistiquées.

« L'université de Seton Hall a besoin de résultats quantifiables quant à sa présence sur Facebook et d'autres réseaux sociaux », explique Robert Brosnan, directeur des communications Internet et numériques de l'université de Seton Hall. « Elle souhaite associer les investissements sur Facebook directement à des mesures spécifiques, telles que les inscriptions d'étudiants. L'approche proposée par Coremetrics de quantification de la contribution sur Facebook aux résultats constatés, qui repose sur une analyse plus large des contributions sur l'ensemble des campagnes à base d'impressions, telles que les vidéos sur Internet, les applications multimédia et les microsites, est une méthode extrêmement sophistiquée d'analyse des réseaux sociaux. »

Alors que les solutions existantes se fient aux clics sur des liens pour associer les interactions de Facebook avec les visites de sites Web, Impression Attribution mesure les retombées de Facebook sur l'activité en détectant à la fois les clics et les recherches publicitaires des visiteurs. Ces dernières font référence aux utilisateurs qui se rendent sur Facebook puis, ultérieurement, se rendent sur le site Web de l'entreprise par une voie différente, telle qu'une recherche payante. Dans ce cas, Impression Attribution crédite Facebook pour avoir incité à visiter le site Web en question.

Impression Attribution repose sur un processus léger destiné à identifier intelligemment l'exposition du visiteur au contenu d'une marque tout en permettant aux entreprises d'envoyer n'importe quelle type d'informations. Elles peuvent déployer des balises d'impression statiques sur les pages fans via l'application Static FBML de Facebook, ou dynamiques dans les applications et les onglets personnalisés de Facebook. Par exemple, elles peuvent exploiter l'API Facebook pour connaître le profil ou les activités des utilisateurs puis l'intégrer en toute transparence à la Coremetrics Continuous Optimization Platform. Coremetrics Impression Attribution établit alors un rapport sur les ventes, les commandes et l'acquisition de clients en ligne, ainsi que sur d'autres critères influant sur l'activité et associés aux données de Facebook.

Toute la collecte de données est conforme aux conditions d'utilisation de Facebook, à son engagement à respecter la vie privée des utilisateurs, ainsi qu'aux paramètres de confidentialité sélectionnés par chaque utilisateur.

« Compte tenu de la popularité croissante de Facebook au sein du grand public, il est essentiel pour les annonceurs de déterminer la part que leurs clients consacrent à Facebook sur leur temps de présence en ligne », fait observer **Dominique Despres, Directeur de Coremetrics France**. « En même temps, les campagnes sur Facebook doivent soutenir des objectifs stratégiques, comme tout autre programme marketing. Notre approche de l'analyse des réseaux sociaux repose sur l'hypothèse que les internautes interagissent avec une marque de manière très diverses et par des voies très diverses. De ce fait, une véritable mesure du retour sur investissement exige une vue entièrement intégrée des interactions clients. »

Pour de plus amples informations sur la mesure du retour sur investissement de Facebook avec Coremetrics, rendez-vous sur le [blog de Coremetrics](#).

A propos de Coremetrics

Coremetrics est l'un des premiers éditeurs de solutions d'optimisation du marketing, permettant d'optimiser continuellement les programmes marketing, pour générer les meilleures offres à tout moment, partout, automatiquement. Plus de 2100 marques en ligne dans le monde utilisent les solutions logicielles à la demande (SaaS) de Coremetrics pour potentialiser leurs campagnes de marketing en ligne. Ces solutions intégrées d'optimisation du marketing incluent : recommandations personnalisées en temps réel, e-mailing ciblé, ciblage des annonces dans les grands réseaux publicitaires, gestion des enchères par moteurs de recherche. Les solutions de Coremetrics sont livrées sur la seule plateforme d'analyses en ligne conçue pour anticiper les besoins du client, automatiser les décisions marketing en temps réel, et distribuer les informations sur tous les canaux. Coremetrics est une société privée, détenue par Accel Partners, FTV Capital, Highland Capital Partners et W Capital Partners. Son siège est à San Mateo en Californie, avec des bureaux à Paris et Londres.