



Didier ANDRIEU  
31/03/2015

Réduire vos coûts et augmenter vos  
revenus grâce à vos données

***Une base de données est en perpétuel mouvement, elle vit au fil de nos modifications que ce soient des ajouts, des suppressions ou des mises à jour. Aujourd'hui, le Big Data est censé révolutionner notre approche Marketing mais dans un premier temps nous constatons tous que nous ajoutons du volume d'information, de la variété, de la vélocité et donc de la complexité.***

Notre approche de cette complexité est basée sur le bon sens : on ne construit les murs d'une maison que lorsque les fondations sont finies. Notre conseil bienveillant ?

***Il est essentiel de comprendre ce que vous avez actuellement en place avant d'entreprendre les grands chantiers d'importations de nouveaux types de données !***

***Dans cet article, nous visons à partager avec vous les avantages de l'exécution d'une vérification des données sur votre base comme prérequis obligatoire à l'intégration des données du Big Data mais aussi afin d'identifier les facteurs d'économies et de nouveaux revenus en mettant en évidence les lacunes existantes et leurs résolutions.***

***En quoi consiste un audit des données ?***

Un audit consiste à mesurer :

- l'existence d'informations dans les champs de données
- l'exhaustivité des données
- la validité des données
- le format des données
- la couverture des données.

**Pourquoi un audit des données ?**

- **Pour réduire vos coûts :**

Les budgets sont si limités que nous devons être certains que nos actions marketing rapporteront le maximum de ROMI et cela signifie rendre nos campagnes aussi efficaces que possible.

Souvenez-vous : À partir d'un taux d'erreur de 20%, pouvoir réduire ce taux de 5% peut vous permettre d'économiser jusqu'à 20% de coût sur votre campagne.

Un audit de données permet également d'analyser la présence et l'utilisation des informations de segmentation. Si 52% de vos enregistrements ne disposent pas d'informations sur le nombre d'employés, vous serez limités dans la segmentation de vos campagnes à 52% de vos enregistrements.

Connaître votre taux de Marketabilité vous informera sur votre capacité à joindre des entreprises. Connaître votre taux de Promotabilité vous informera sur votre capacité à joindre des contacts.

- **Pour accroître vos revenus :**

Votre chiffre d'affaires provient de votre réussite à mettre vos vendeurs face à vos prospects ce qui dépend fortement de vos données.

Combien de comptes écartez-vous de votre radar de campagne à cause d'informations incomplètes ? Un audit de données peut vous indiquer la pièce manquante pour la corriger vous permettant de rentrer en contact avec tout votre marché potentiel.

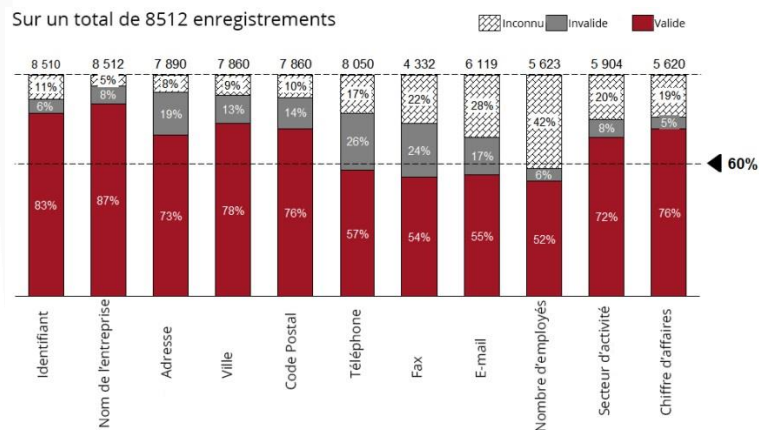
Trivia Marketing vérifie même la couverture de votre base de données sur votre marché potentiel. Par exemple, le marché français de l'informatique est d'environ 10 000 entreprises, si votre base de données est constituée de seulement 3500 entreprises, vous avez une augmentation potentielle maximale de 185% en fonction de vos produits et services.

- **Pour protéger votre réputation :**

Les clients s'attendent à un bon service. L'inverse serait immédiatement préjudiciable pour la réputation de votre marque. Ce service est basé sur les données que vous détenez sur vos clients et prospects. Les doublons, entre autres, sont identifiés dans un audit de données ce qui signifie que vous pouvez vous assurer que votre message ne sera envoyé qu'une seule fois, et donc ainsi réduire les coûts d'envoi et protéger votre image de marque.

## Quelles informations utiles vais-je trouver suite à un audit ?

Cette analyse sur un cas réel montre qu'il sera impossible à cette entreprise de se connecter avec plus de 60% de sa base.



Un audit vous permettra d'identifier :

1. Données manquantes
2. Données dupliquées
3. Données incorrectes

## Que pouvons-nous gagner suite à une vérification?

- **Un ROMI élevé**

Être plus efficace en minimisant le gaspillage sur les envois de campagnes et veiller à ce que la segmentation soit appliquée en réduisant ainsi les coûts et en augmentant les taux de conversion ce qui signifie que le ROMI est automatiquement amélioré. Comblé le fossé des données manquantes est une façon claire de déterminer le potentiel du marché qui reste à exploiter et donc d'apporter de nouvelles opportunités aux commerciaux.

- **Confiance dans les données marketing**

Un audit démontrera à vos équipes que vous comprenez l'importance des données au sein de votre entreprise et que vous êtes engagé à améliorer l'outil qu'ils utilisent quotidiennement dans leurs tâches. Les résultats, s'ils sont partagés avec l'équipe, permettront une communication ouverte sur la façon de réduire les coûts et améliorer l'efficacité dans leur travail.

Cette confiance nouvellement installée permettra de réduire les achats de données provenant de sources externes et d'encourager les équipes de vente à consacrer du temps à la mise à jour des informations dans les systèmes CRM. Les données deviendront un outil de gestion permettant des rapports commerciaux fiables dans toute l'entreprise.

- **La satisfaction du client**

La gestion des données permet d'améliorer également le processus de traitement des clients. En effet, une fois que vous avez identifié à qui vous parlez, la prochaine étape, sur la façon de satisfaire leurs besoins, est alors à portée de main !

En espérant vous avoir donné quelques éclairages sur ce domaine qui peut paraître secondaire dans nos « to do » listes mais qui peut avoir des effets très néfastes si l'on ne prend pas le sujet comme un projet stratégique à part entière !