

# EN BREF



## La Data Quality : quels enjeux pour les annonceurs ?

Le Snccd renforce son positionnement sur l'éthique de la data et lance un livre blanc interactif autour de la Data Quality Email. Cette problématique qui concerne à la fois les équipes CRM, l'IT et les directions marketing semble créer un consensus chez les organisations qui collectent et exploitent des emails : il existe un problème et il faut trouver les moyens de le résoudre. Difficile cependant de s'y attaquer tant qu'on n'a pas identifié les moments clés pour avoir une base de données de qualité. Cela relève à la fois d'une approche courte-termiste et d'un problème organisationnel.

Depuis une quinzaine d'années, les annonceurs collectent des adresses email via des opérations incentivées. Ils l'ont compris tôt, la base de données est le nerf de la guerre pour exister dans le monde digital.

Parfois cette frénésie dépasse le bon sens, il faut impérativement collecter du volume, au prix le plus bas. Il en résulte une collecte peu qualifiée et une déperdition au moment de l'exploitation.

Pourtant, aujourd'hui, sur 12 emails commerciaux reçus au quotidien, seulement 3 sont ouverts<sup>1</sup>. En moyenne, 70% d'une base de données annonceur est inactive et chaque année<sup>2</sup>, le taux d'attrition s'élève à 25%<sup>3</sup>. Évidemment, ces chiffres sont compensés par le recrutement des nouvelles adresses !

Il y a de quoi se poser des questions sur la viabilité de cette méthodologie, lourde de conséquences, d'autant plus

qu'environ 40% des nouveaux contacts collectés n'ouvriront jamais les newsletters auxquelles ils se sont inscrits.

Cette collecte massive, combinée à une pression marketing forte, un manque de segmentation de la base de données ainsi que l'absence de personnalisation des contenus ont conduit à une baisse de réactivité des bases CRM et à une chute de la rentabilité de ce canal si fructueux : l'email marketing.

1 Kissmetrics - 2 Live Data Solutions - 3 Hubspot



Nathalie QUINETTE



Artus de SAINT SEINE



Joanna HEDE

La solution au problème ne se trouve donc pas uniquement au niveau de la collecte. Il est clair qu'une organisation silotée, où le marketing acquisition ne communique que peu avec le CRM et encore moins avec l'IT contribue à enfoncer les annonceurs dans cette baisse de rentabilité.

D'autant plus que les FAI sanctionnent vite les comportements abusifs et l'absence de best practices, ce qui entraîne pour les annonceurs des problèmes de délivrabilité.

Ces derniers se retrouvent dans l'incapacité technique d'exploiter l'intégralité de leur base de données.

Afin de sensibiliser le marché sur les best practices et renforcer son positionnement sur l'éthique de la data, le Sncd propose un livre blanc interactif sous l'impulsion de Joanna Hede, Nathalie Quinette et Artus de Saint Seine. Celui-ci intègre un diagnostic qui couvre les quatre étapes clés pour obtenir une base de données saine. Les étapes de collecte, de traitement et qualification des

données pré et post intégration ou encore d'exploitation de la base de données, sont traitées à la fois d'un point de vue marketing et technique.

Des témoignages d'annonceurs, d'agences ou encore des FAI ont permis d'identifier les comportements à abolir ou encore les clés de succès pour garder le contrôle de la qualité de vos données, car il est clair que négliger la qualité de votre base email peut endommager bien plus que la réputation d'une marque ! ■

## A PROPOS DU SNCD

Le Sncd est l'organisation professionnelle représentative de la Data Marketing Industrie. Il s'appuie sur ses 200 sociétés membres et les accompagne dans l'innovation industrielle et technologique qui découle de la forte croissance des données disponibles et des droits et usages associés. Les entreprises membres s'engagent à proposer leurs services dans le respect de la déontologie et des bonnes pratiques de la profession.

## VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS ?

Pour toute demande d'information ou d'adhésion : [info@sncd.org](mailto:info@sncd.org).  
Vous pouvez retrouver toutes nos informations, actualités et publications sur [www.sncd.org](http://www.sncd.org) et en suivant notre fil Twitter [@Sncdmulticanal](https://twitter.com/Sncdmulticanal)