

FICHE PRODUIT

SOCIAL ADS

Augmentez votre audience grâce au Facebook Custom Audience et Google Customer Match

Réaliser des ventes auprès de votre base client existante est beaucoup plus facile que de chercher de nouveaux clients - pourquoi ne pas renforcer encore davantage les interactions avec vos clients existants ? Facebook Custom Audience et Google Customer Match peuvent vous aider à lancer des campagnes de retargeting ciblées et coordonnées avec vos autres actions marketing.

Avantages Principaux

- Composants simples pouvant être ajoutés aux parcours client en glisser-déposer et utilisés pour intégrer le canal réseaux sociaux dans votre stratégie omnicanale.
- Reciblez les abandonnistes et les clients perdus ou engagez des clients inactifs sur d'autres canaux, pour rétablir leur niveau d'engagement.
- Ciblez des audiences similaires à vos segments client les plus performants pour augmenter vos taux d'acquisition et déclencher davantage de premiers achats.
- Augmentez la rétention client grâce à des campagnes de social advertising centrées sur les clients inactifs.
- Augmentez les performances de vos campagnes existantes en excluant les audiences qui ont déjà converti.
- Ajoutez ou supprimez des contacts de votre audience cible grâce à des workflows simples.



Principales Fonctionnalités Techniques

- **Activation simple** : configuration unique pour créer un point de terminaison grâce à un identifiant de compte / client et un Access Token pour les Facebook Custom Audiences et Google Customer Match. Ce plug-in est alors disponible en tant que composante Canal dans vos Journeys. Les utilisateurs peuvent à la fois ajouter et supprimer ces contacts provenant des réseaux sociaux.
- **Taux de correspondance améliorés** : les utilisateurs n'utilisent pas toujours la même adresse e-mail pour leurs comptes sur les réseaux sociaux comme lors de leur abonnement à des e-mails marketing, ce qui signifie que l'utilisation d'une adresse e-mail ne donnera pas toujours lieu à une correspondance. Selligent prend en charge la correspondance sur des champs supplémentaires tels que le nom, la date de naissance, sexe, lieu, etc. pour augmenter les taux de correspondances.
- **Ciblage et retargeting** : reciblez les abandonnistes ou les anciens clients avec des offres pertinentes, dans le cadre d'un parcours client omnicanal coordonné. Utilisez des audiences similaires pour cibler des publics ayant des caractéristiques similaires, développer votre base de données et augmenter les revenus.
- **Maintenir l'engagement** : si vous constatez une baisse de l'engagement ou de l'inactivité dans les e-mails ou d'autres canaux, tirez parti des réseaux sociaux pour éveiller l'intérêt pour votre marque grâce à des offres coordonnées et engageantes.

