A person is seen from behind, riding a skateboard down a modern, brightly lit hallway with large glass windows. The person is wearing dark clothing and sneakers. The hallway has a polished floor that reflects the light. The overall atmosphere is clean and contemporary.

ad∞op

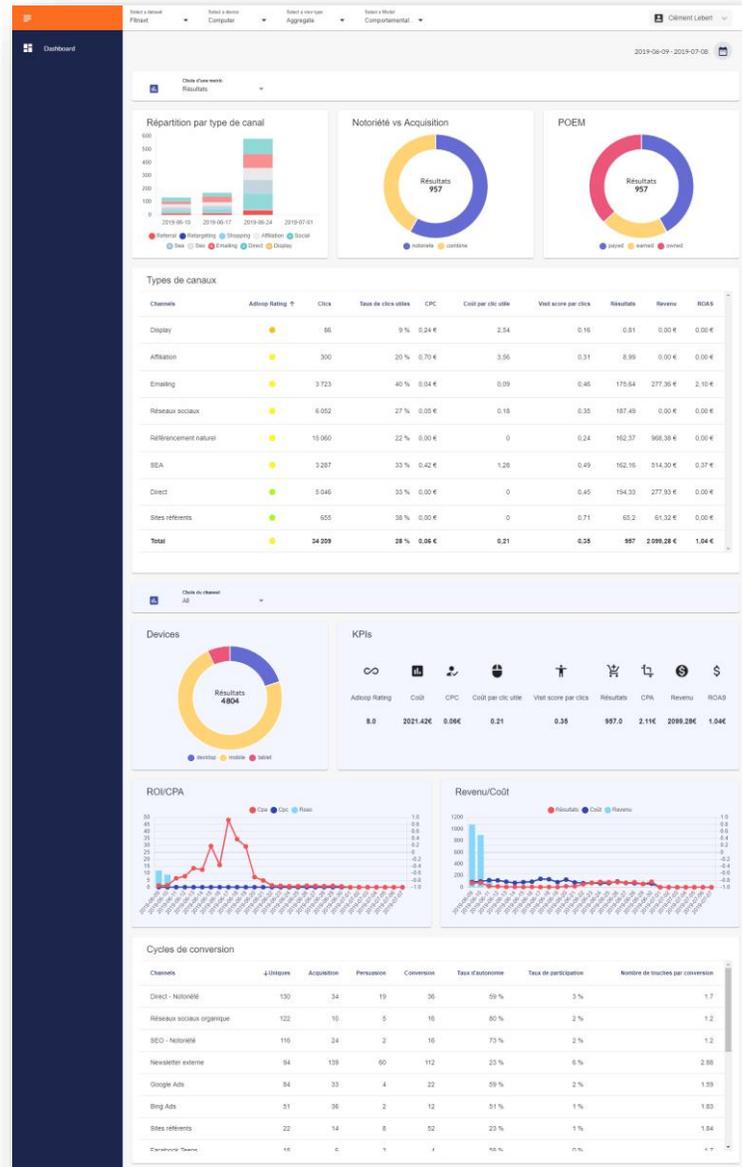
Media optimization made easy

Présentation du Dashboard Adloop

1. Présentation Générale
2. Menu & Barre de navigation
3. Zone 1 - Canaux d'acquisition
4. Zone 2 - Choix des canaux
5. Zone 3 - Chemins de conversion



Présentation générale



Zone 1:
Performances
niveau 'Types de
canaux'

Zone 2:
Détail d'un canal

Zone 3:
Indicateurs de
chemins de
conversion des
canaux

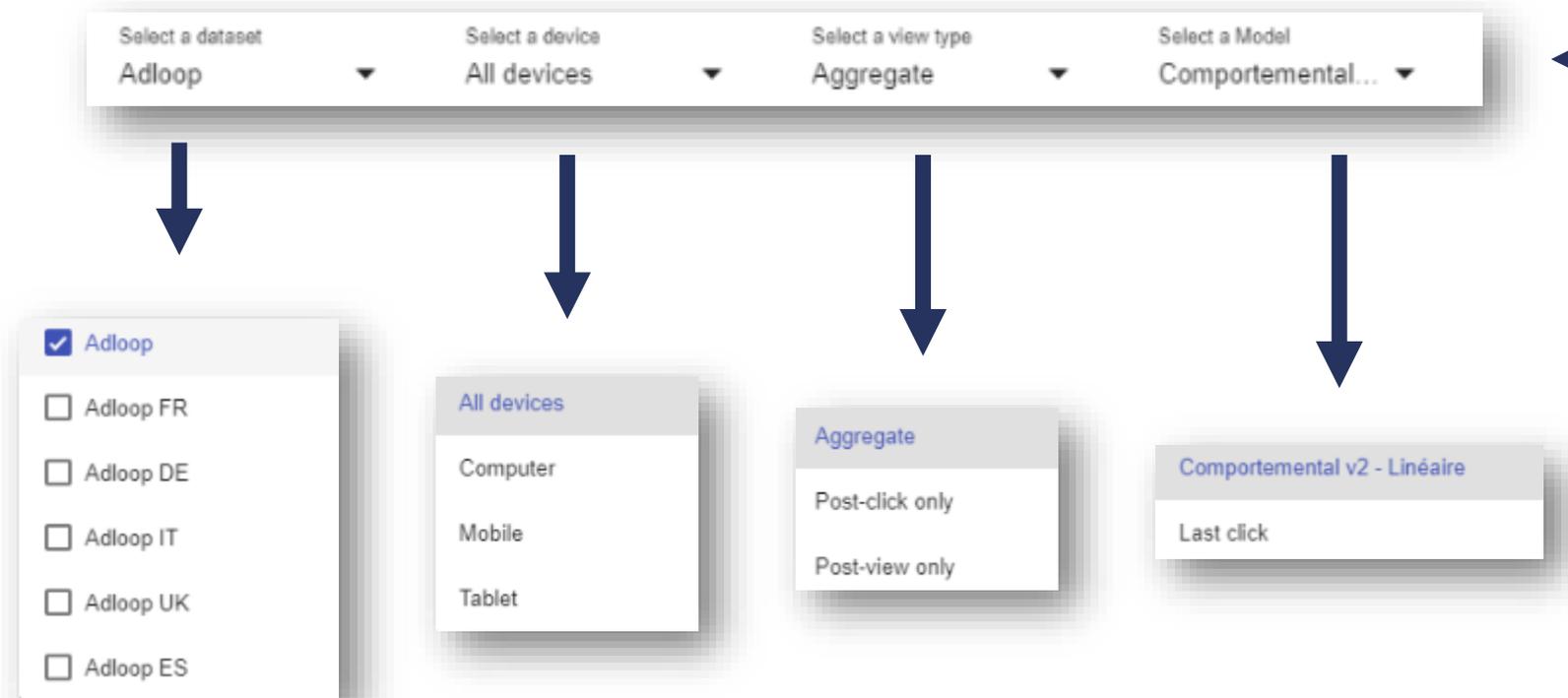
Le Dashboard Adloop permet d'aggréger les sources de data media digital en temps réel pour visualiser en un coup d'œil les performances des canaux payants, organiques ou sociaux.

Celui-ci est scindé en plusieurs parties distinctes.

A l'ouverture du tableau de bord, les données affichées seront automatiquement générées sur la période des 30 derniers jours.

Voici les différentes fonctionnalités de ce tableau de bord >>>

Menu & barre de navigation



Select a dataset :
Permet de sélectionner la marque/pays que vous souhaitez analyser.

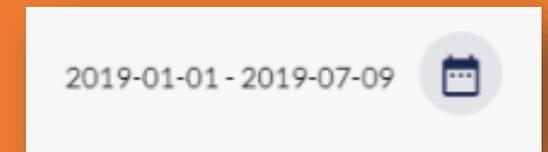
Si vous en sélectionnez plusieurs, les chiffres se cumulent

Select a device :
Permet de sélectionner le type de device que vous souhaitez analyser (All devices, Computer, Mobile ou Tablet)

Select a view type :
Permet de choisir entre les résultats *Agrégés*, en *Post-clic* ou en *Post-view*

Select a model :
Permet de choisir entre le model *Comportemental V2 - Linéaire* ou le model *Last click*

La barre de navigation vous permettra de sélectionner différentes options qui s'appliquent à tout le dashboard

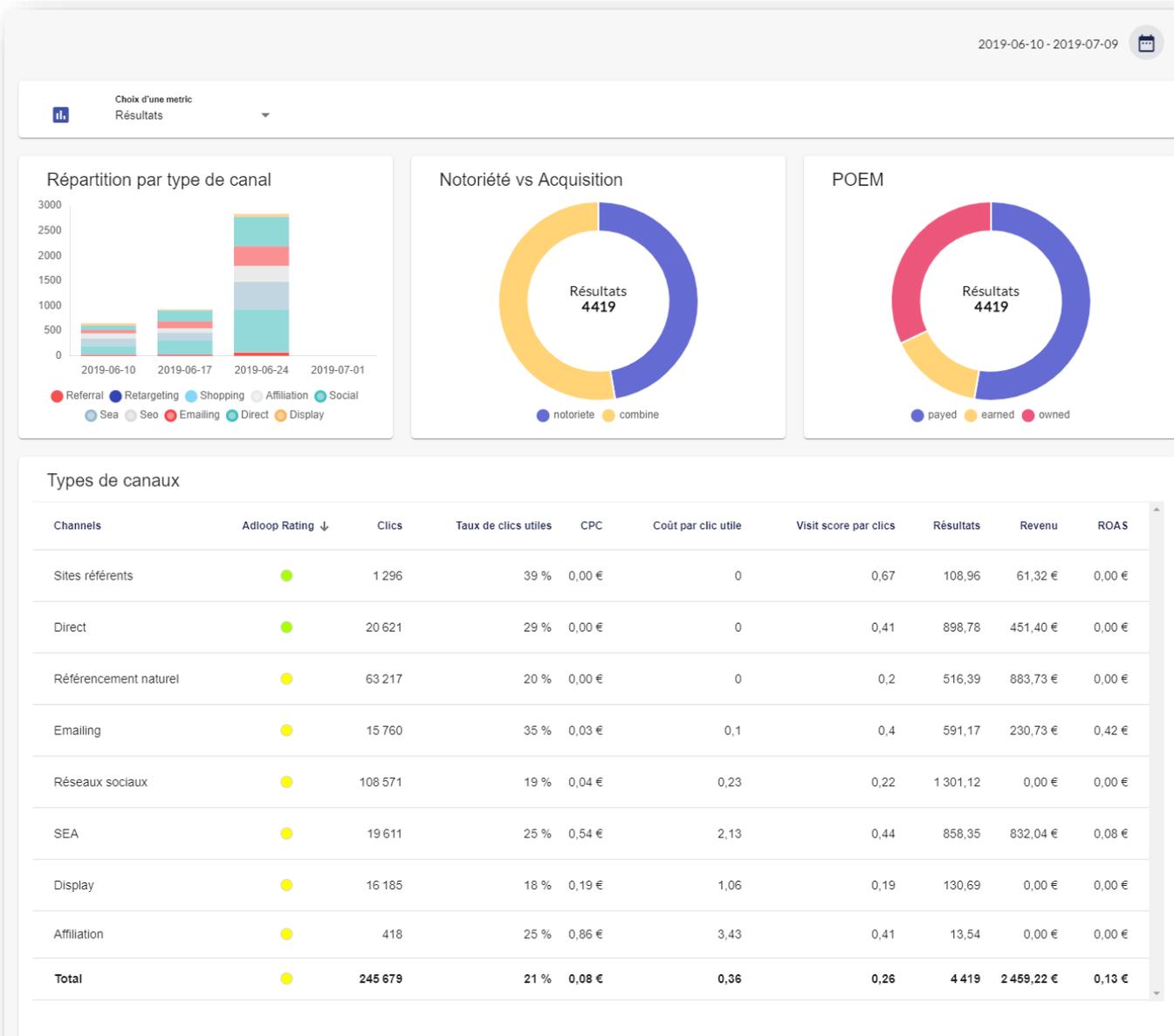


A l'ouverture du dashboard, les données seront automatiquement affichées sur les 30 derniers jours. Cependant, vous être libre de modifier la période du dashboard. Que ce soit une date précise ou d'afficher la semaine/le mois actuel.

La sélection des dates mettra donc à jour automatiquement l'ensemble de votre dashboard.

Zone 1 : performances des 'Types de Canaux'

Zone 1 – Performance des ‘Types de canaux’



Cette première zone de widgets permet d'avoir une vue globale sur les différents canaux d'acquisition.

- Répartition par type de canal
- Notoriété vs Acquisition
- POEM (Paid Owned Earned Media)
- Type de canaux

Vous pourrez également sélectionner le type de canal que vous souhaitez observer.

Quelques explications

Types de canaux	Canaux	POEM
SEO	<ul style="list-style-type: none"> SEO - combiné SEO - notoriété 	Owned
Direct	<ul style="list-style-type: none"> Direct - combiné Direct - notoriété 	Owned
SEA	<ul style="list-style-type: none"> Google Ads (Adwords) Bing Ads + autres ... 	Paid
Shopping	<ul style="list-style-type: none"> Google Shopping Bing Shopping + autres ... 	Paid
Affiliation	Toutes plateformes d'affiliation (Awin, TD, CJ, TimeOne ...)	Paid
Social	Social Ads (FB, Snap, Twitter ...) + Social Organique	Paid (ads) + Earned (org.)
Emailing	Tous les types d'email (newsletters, système, brokers ...)	Owned
Display	Tous les types de publicités Display (ad server, programmatique, video, native...)	Paid
Referral	Tous les sites référents	Earned
Partnerships	Tous les partenariats	Owned

C'est quoi Notoriété / Combiné ?

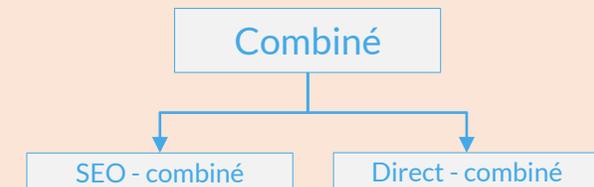
Adloop analyse la composition des chaînes de conversion.

Si elles sont composées uniquement de canaux naturels (SEO et/ou Direct), les conversions et revenu attribué au SEO et au Direct sont enregistrées dans **SEO - Notoriété** et **Direct - Notoriété**



Notoriété représente donc le nombre de conversions ou le revenu généré sans l'aide du marketing digital

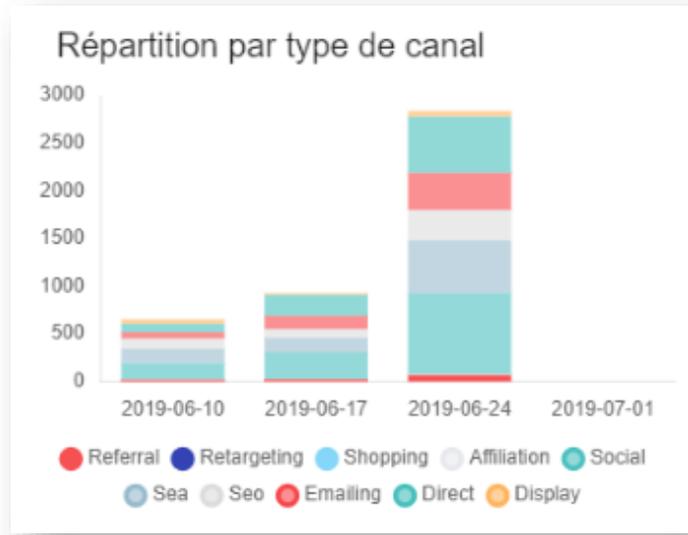
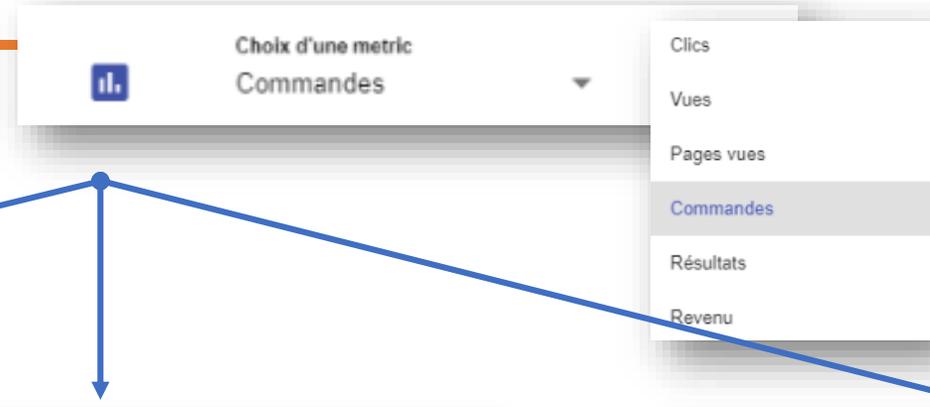
Si les chaînes sont composées canaux naturels (SEO et/ou Direct) et de canaux payants entremêlées, les conversions et revenu attribué au SEO et au Direct sont enregistrées dans **SEO - Combiné** et **Direct - Combiné**



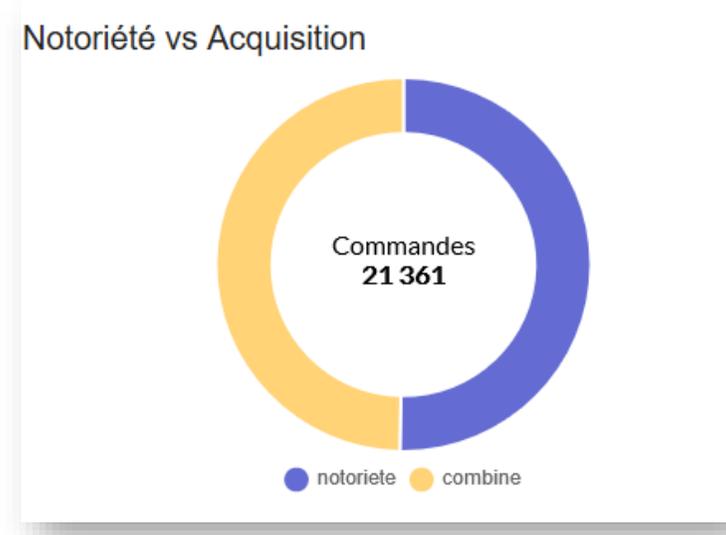
Combiné représente donc le nombre de conversions ou le revenu des canaux naturels combinant avec au moins un canal payant

Widgets généraux

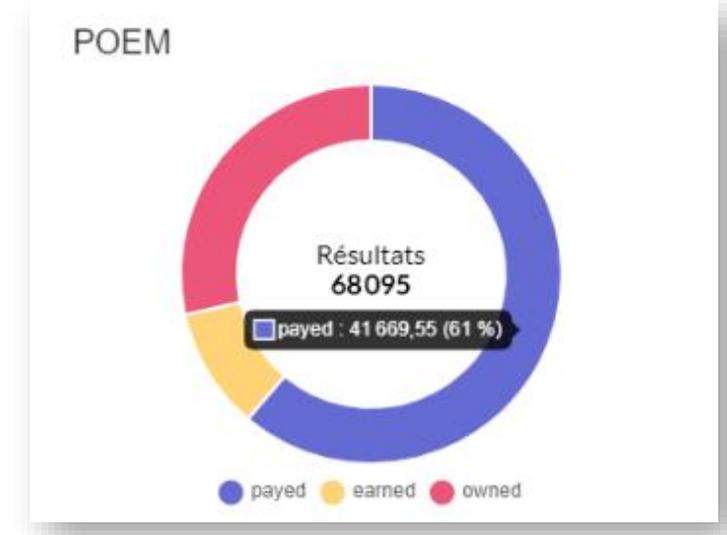
Ce sélecteur permet de changer l'indicateur qui s'affiche dans les 3 widgets ci-dessous.



Répartition des conversions* par type de canal sur les 4 dernière semaines



Répartition des conversions* par nature des chemins de conversion :
 - **Notoriété** : poids des conversions provoquées par la force de la marque
 - **Combiné / Acquisition** : poids des conversions réalisées avec l'aide du marketing digital



Répartition des conversions* selon la nature du canal

* conversions ou autre métrique sélectionné

Zone 1 – table des types de canaux

Table synthétique des types de canaux :

Ce tableau permet d'avoir une vue globale des canaux d'acquisition en prenant en compte les KPIs principaux.

Types de canaux									
Channels	Adloop Rating ↓	Clics	Taux de clics utiles	CPC	Coût par clic utile	Visit score par clics	Résultats	Revenu	ROAS
Direct	●	202 221	43 %	0,00 €	0	0,34	7 253,26	85 471,67 €	0,00 €
Sites référents	●	51 047	75 %	0,00 €	0	0,33	2 041,26	23 584,26 €	0,00 €
Emailing	●	183 130	36 %	0,03 €	0,08	0,62	14 122,12	117 317,89 €	23,39 €
Référencement naturel	●	1 030 641	22 %	0,00 €	0	0,23	12 309,12	104 643,42 €	0,00 €
SEA	●	170 263	25 %	0,50 €	1,97	0,72	12 971,44	92 550,59 €	1,09 €
Réseaux sociaux	●	503 590	31 %	0,10 €	0,32	0,37	15 850,15	28 638,33 €	0,56 €
Affiliation	●	3 568	29 %	1,56 €	5,44	0,72	344,03	12 148,91 €	2,19 €
Display	●	183 771	17 %	0,22 €	1,28	0,27	3 170,87	3 435,88 €	0,08 €
Retargeting	●	1 160	37 %	0,62 €	1,65	0,31	32,76	43,09 €	0,06 €
Total	●	2 329 391	28 %	0,08 €	0,29	0,34	68 095	467 834,04 €	2,48 €

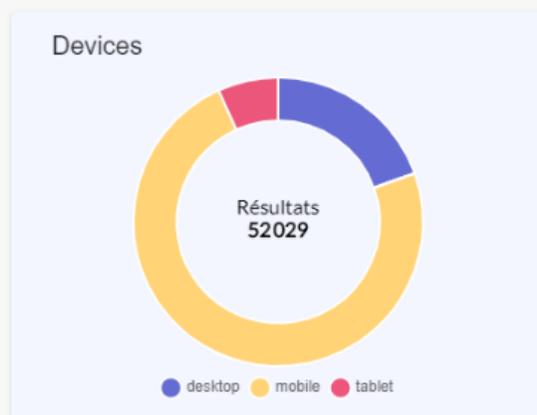
Zone 2 : performances des 'Canaux'

Ce sélecteur permet de choisir un canal (par défaut, All = Tous les canaux)

Choix du channel

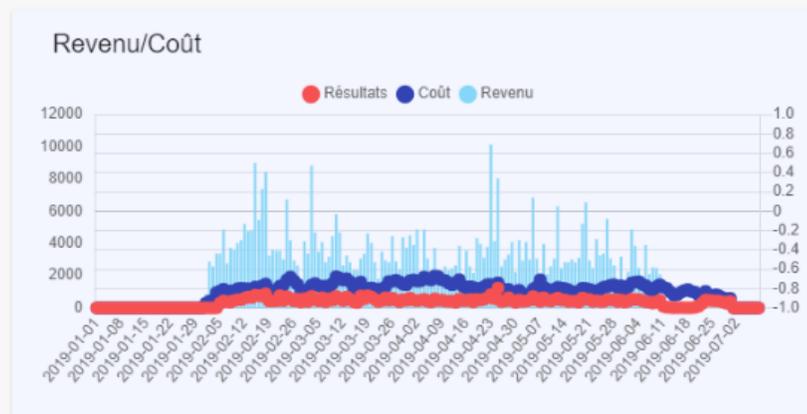
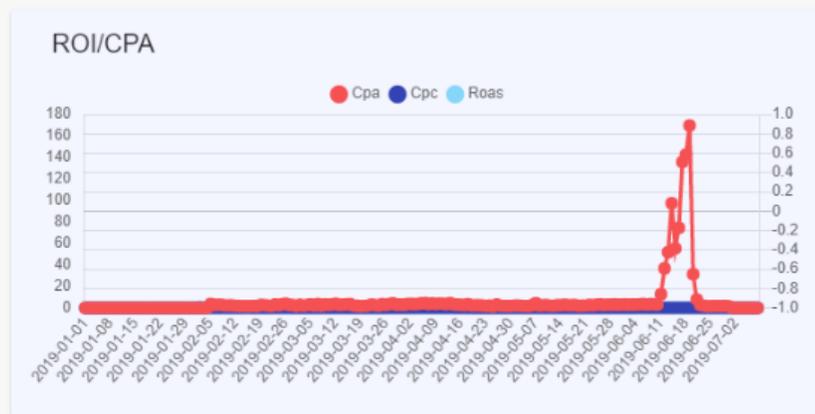
- Google Shopping
- Bing Shopping
- Bing Ads
- Google Adwords
- Facebook Ads
- Shopzilla
- Tradedoubler

Répartition des conversions* par device



KPIs principaux sur la période

KPIs	∞	📊	👤	📊	👤	🛒	🛒	💰	💰
	Adloop Rating	Coût	CPC	Coût par clic utile	Visit score par clics	Résultats	CPA	Revenu	ROAS
	8.0	188486.41€	0.08€	0.29	0.34	68095.0	2.77€	467834.04€	2.48€



Evolution de certains indicateurs importants

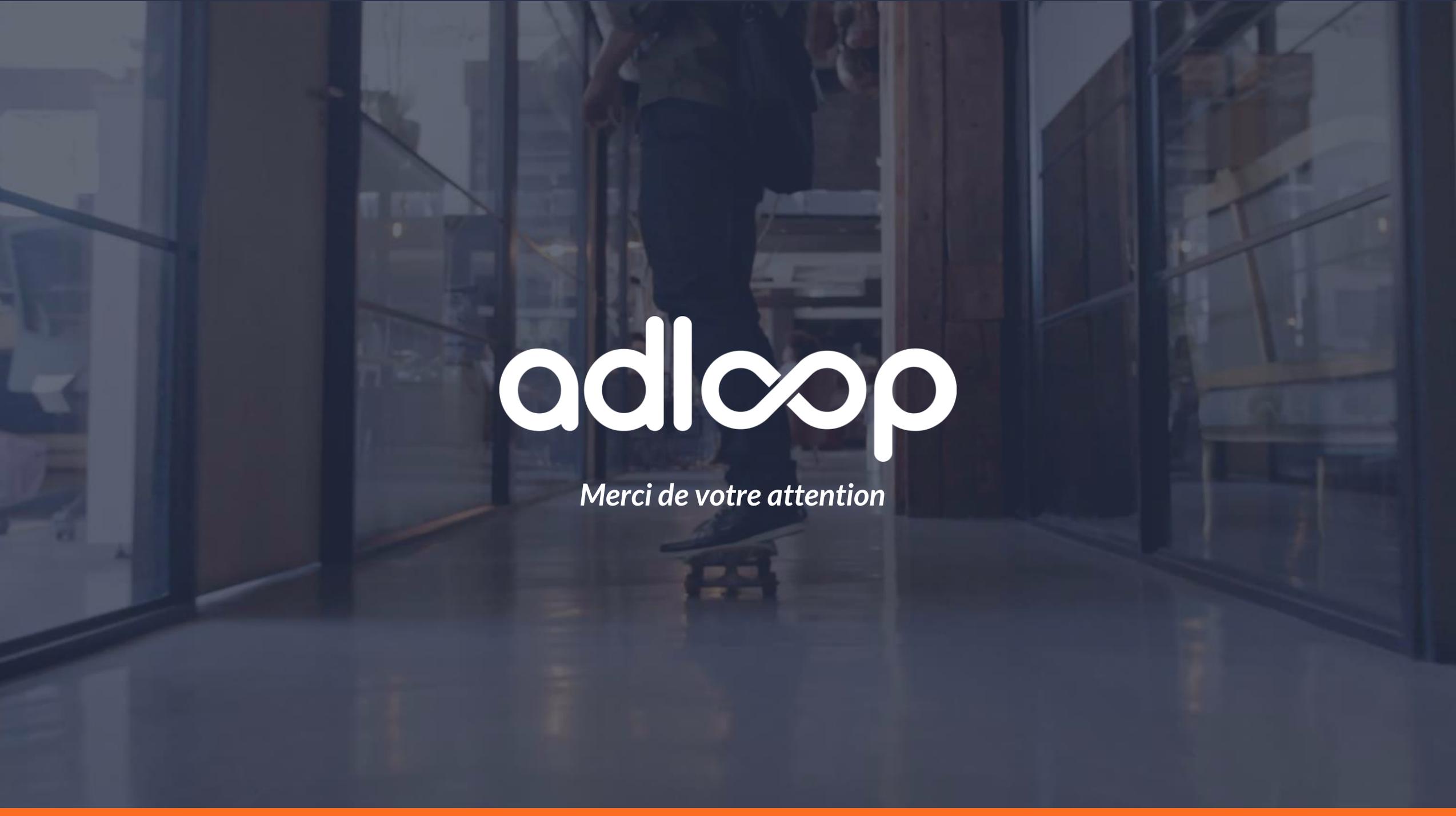
* conversions ou autre métrique sélectionné

Zone 3 : table des chemins de conversion

Zone 3- Chemins de conversion

Ce tableau vous permettra de déterminer la présence des différents canaux dans les chemins de conversion

Channels	↓ Uniques	Acquisition	Persuasion	Conversion	Taux d'autonomie	Taux de participation	Nombre de touches par conversion
Google Ads	938	258	11	122	71 %	18 %	1.24
Pinterest	464	75	3	80	75 %	8 %	1.17
SEO - Notoriété	435	65	6	52	78 %	8 %	1.13
Newsletter externe	316	308	127	288	30 %	20 %	2.75
Direct - Notoriété	271	44	22	58	69 %	6 %	1.43
Facebook	269	44	1	53	73 %	5 %	1.17
Réseaux sociaux organique	211	35	5	88	65 %	5 %	1.18
Total	3 355	1327	340	1397	52 %	100 %	1.65

A person is seen from behind, riding a skateboard down a modern hallway. The hallway has large glass windows on both sides, reflecting the interior and exterior. The lighting is dim, creating a moody atmosphere. The person is wearing dark clothing and sneakers. The skateboard is visible on the floor.

adloop

Merci de votre attention