

La DXP simplifiée

Le terme « DXP » est encore nouveau dans le monde de la martech. Découvrons ce qu'est une DXP en décomposant ses différentes fonctionnalités.



Qu'est-ce qu'une DXP ?

Une Digital Experience Platform (ou DXP) est un ensemble de technologies qui permettent de personnaliser les interactions ou les expériences que vous délivrez à vos clients.

79%

Des clients interrogés sont plus susceptibles d'interagir avec un contenu personnalisé*

Une vraie DXP



- Intégrations
- Capacités de Personnalisation
- Gestion de Données Client
- Gestion de Contenu

Que fait chaque partie d'une DXP ?



Gestion de Contenu

Si vous avez un site internet, un site mobile ou une quelconque présence digitale, vous avez du contenu. Une DXP vous aide à créer, gérer et publier ce contenu.

Les différents types de gestion de contenu

■ Headless

Vous créez du contenu, puis le partagez via vos différents canaux digitaux grâce à des API.

■ Traditionnel

Vous créez du contenu spécifiquement pour votre site internet.

■ Hybride

Vous pouvez faire les deux.

Gestion des Données Clients

À chaque fois que vos clients interagissent avec vos canaux digitaux, cela génère des données. Ces données sont collectées par votre DXP pour vous donner une meilleure vision et connaissance de vos visiteurs. Vous pouvez ensuite gérer, segmenter et cibler ces personnes avec des expériences personnalisées.

Exemple de données client

- Formulaires et Session
- Suivi comportemental
- Contextuel (localisation, type d'appareil utilisé)

Capacités de Personnalisation

En combinant gestion de contenu et gestion de données, une DXP peut enrichir votre contenu avec vos données client, vous permettant d'adapter toutes les interactions du visiteur en fonction de ses intérêts.

Comment identifier les intérêts des visiteurs ?

- Créer un profil client
- Ségmenter en fonction des données
- Attribuer des scores et suivre l'activité des clients

Intégrations

Il existe un grand nombre de technologies marketing. Une DXP s'intègre à ces différents outils pour étendre ses capacités.

Exemple d'Intégrations

- Outils commerciaux (CRM)
- Marketing automation
- Outil de stockage (DAM)
- Outils de Support client

Ensemble, vous pouvez délivrer des expériences personnalisées et engageantes plus vite !

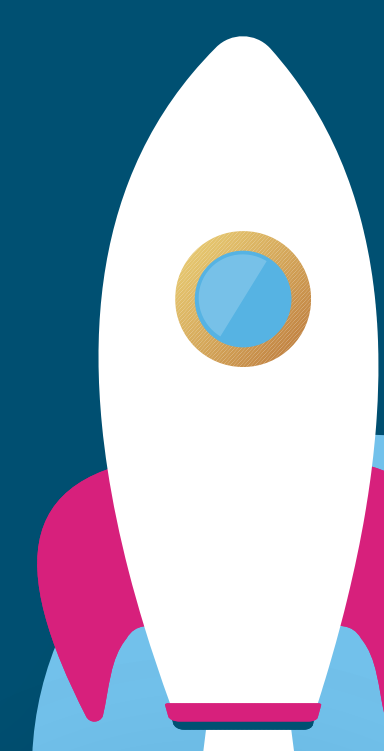
Du contenu
Personnalisé et
Automatisé



Des marketers
plus Efficaces
et Autonomes



Des clients
Satisfaits et
Engagés



Le saviez-vous?

DXP

2014

L'année où le mot « DXP » est apparu dans le vocabulaire

>10%

Des organisations font de la personnalisation**

+50

Entreprises « DXP » dans le monde (en 2020)

19%

Croissance moyenne des ventes due à la personnalisation

Expérience Client

10 Secondes

Temps moyen passé sur une page web †

74%

Des organisations ont du mal à fournir de contenu personnalisé ‡

57%

Des visiteurs sont d'accord pour partager leurs données personnelles, dans un cadre sécurisé

Vous voulez en savoir plus sur la DXP?
Visitez notre site www.jahia.com

* Wunderman 2017 Survey on "Wantedness"

** McKinsey 2019 "The Future of Personalization"

† Nielsen Norman Group 2011 Analysis of Web Page Usability

‡ Gartner 2019 Survey