

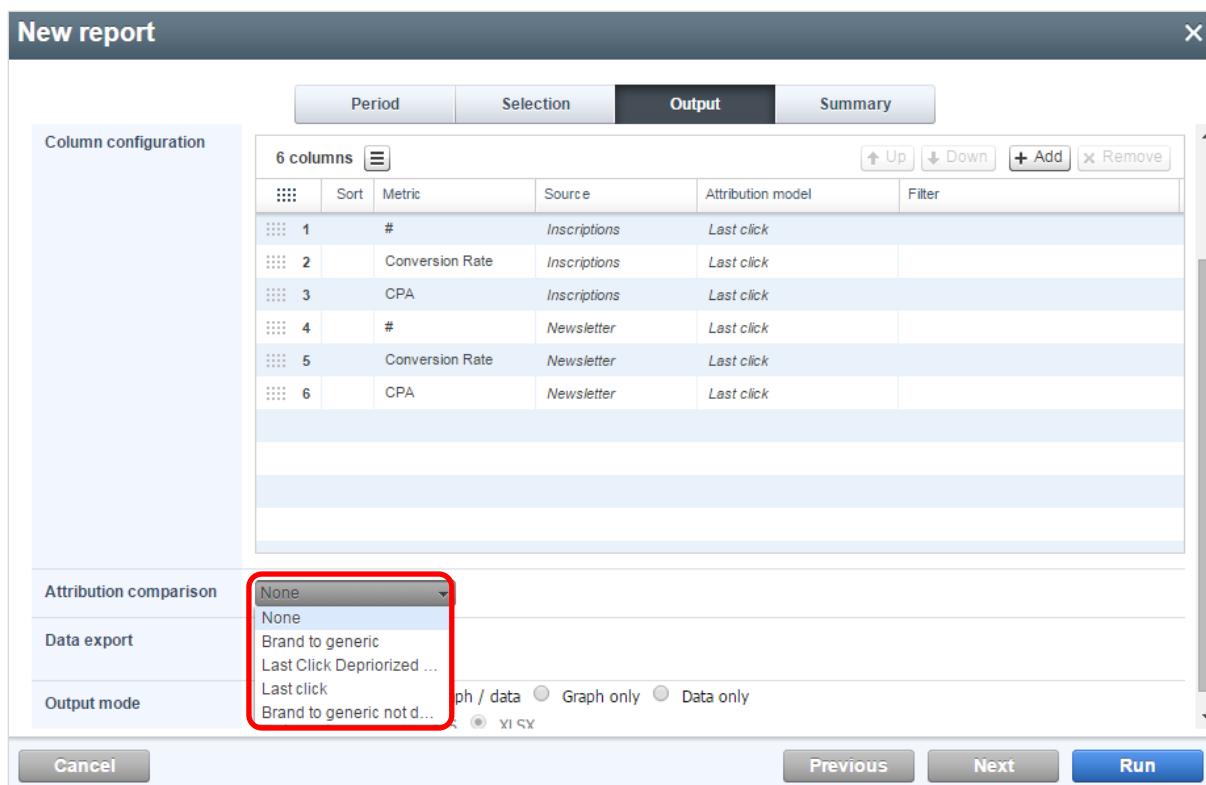
La dernière mise à jour de Madmetrics Analytics introduit 4 nouvelles fonctionnalités.

➤ Comparaison de modèles d'attribution

Il est désormais possible de comparer vos données d'évènements (inscriptions, ventes, etc.) selon deux modèles d'attribution différents.

Comment faire ?

Lorsque vous créez un rapport, un nouveau filtre est disponible dans l'onglet « Output » pour vous permettre de choisir le modèle d'attribution avec lequel vous souhaitez comparer les données de votre rapport.



The screenshot shows the 'New report' dialog box with the 'Output' tab selected. The 'Attribution comparison' dropdown menu is expanded, showing the following options:

- None
- None
- Brand to generic
- Last Click Depriorized ...
- Last click
- Brand to generic not d...

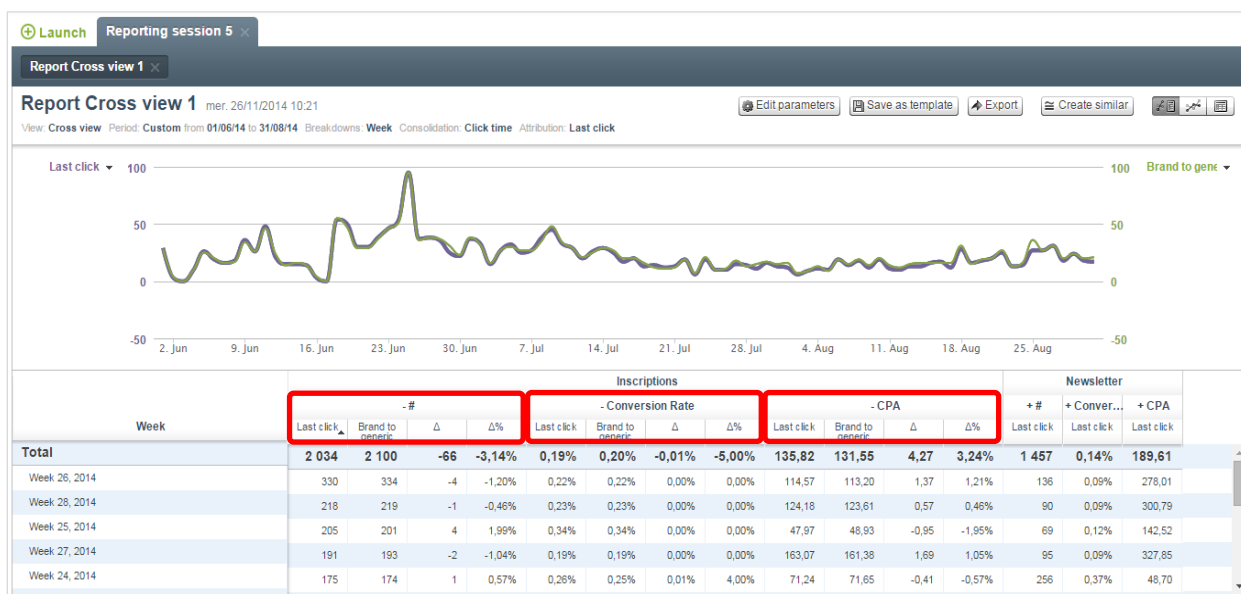
The dialog also features a table for column configuration and other settings like 'Data export' and 'Output mode'.

Column configuration	6 columns	Sort	Metric	Source	Attribution model	Filter
	1		#	Inscriptions	Last click	
	2		Conversion Rate	Inscriptions	Last click	
	3		CPA	Inscriptions	Last click	
	4		#	Newsletter	Last click	
	5		Conversion Rate	Newsletter	Last click	
	6		CPA	Newsletter	Last click	

Comme pour les rapports de comparaison de périodes, chaque indicateur est sous-divisé en quatre colonnes :

- Données selon le modèle d'attribution 1
- Données selon le modèle d'attribution 2
- Variation en valeur
- Variation en pourcentage

Les colonnes sont repliées par défaut. Pour les déplier, il suffit de cliquer sur l'entête.



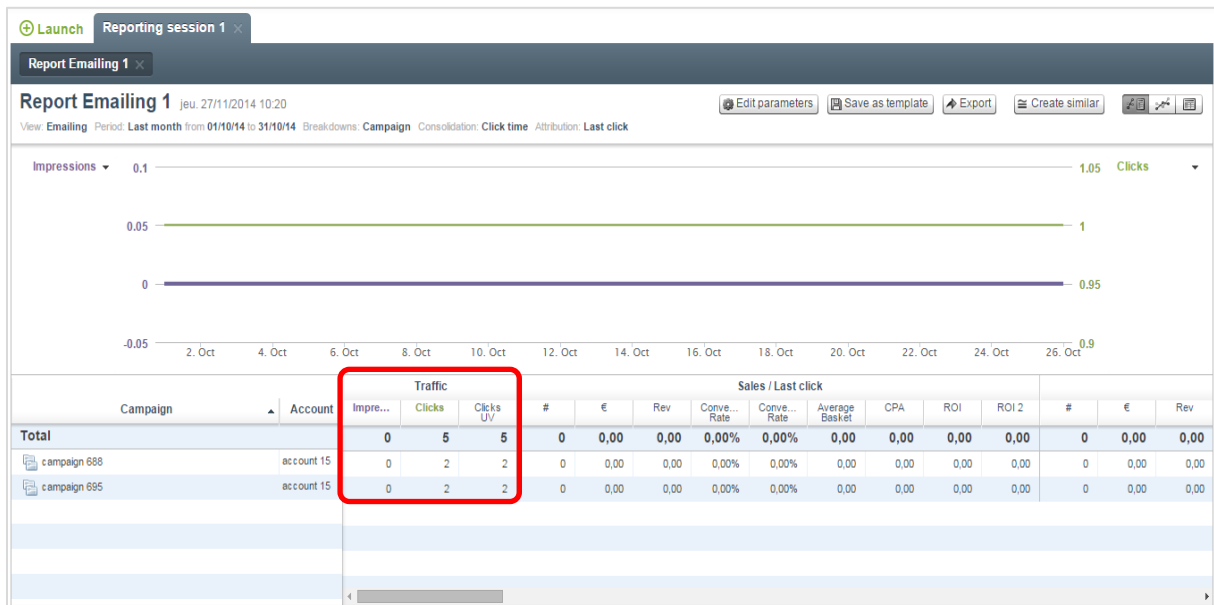
Les données sont exportables au format Excel.

A savoir

Il est possible d'exporter les rapports de comparaison de modèles d'attribution et de créer des templates (avec partage et programmation des rapports).

➤ Canal Emailing : mesure de l'ouverture des emails

Désormais, il est possible de mesurer le nombre d'ouverture de vos emails, ainsi que le taux de conversion et le coût par action associés :



➤ Tracking des impressions

Madmetrics Analytics vous permet de mesurer les impressions de chacune vos publicités et les conversions post-impressions associées.

Comment faire ?

Dans la section Campaign Management de la partie Management, partie « Trafficking », sélectionnez votre élément au niveau le plus fin (1) puis cliquez sur l'onglet « Tracking » (2).

L'URL de tracking des impressions est disponible au même endroit que l'URL de tracking habituelle (3).

The screenshot shows the Madmetrics Analytics interface. On the left, a navigation tree under 'Facebook PPA' shows 'Website' > 'Marketplace' > 'Marketplace - EN' > 'Marketplace' (highlighted with a red box and labeled '1'). At the top, the 'Tracking' tab is selected (highlighted with a red box and labeled '2'). The main content area shows '1 element selected' and details for the 'Marketplace' campaign. It includes a 'Tracking URL' field with the value 'http://k.keyade.com/kack/1/?kaPt=custom&kaTckM=da&kaPcId=88064&kaTckId=5987195154551'. Below it are 'Sitelink tracking URL' fields with placeholder text 'Enter sitelink name' and 'Enter destination URL'. At the bottom, the 'Impression Tracking URL' field is highlighted with a red box and labeled '3', containing the value 'http://k.keyade.com/kaim/1/?kaPt=mm&kaPcId=88064&kaTckId=5987195154551'.

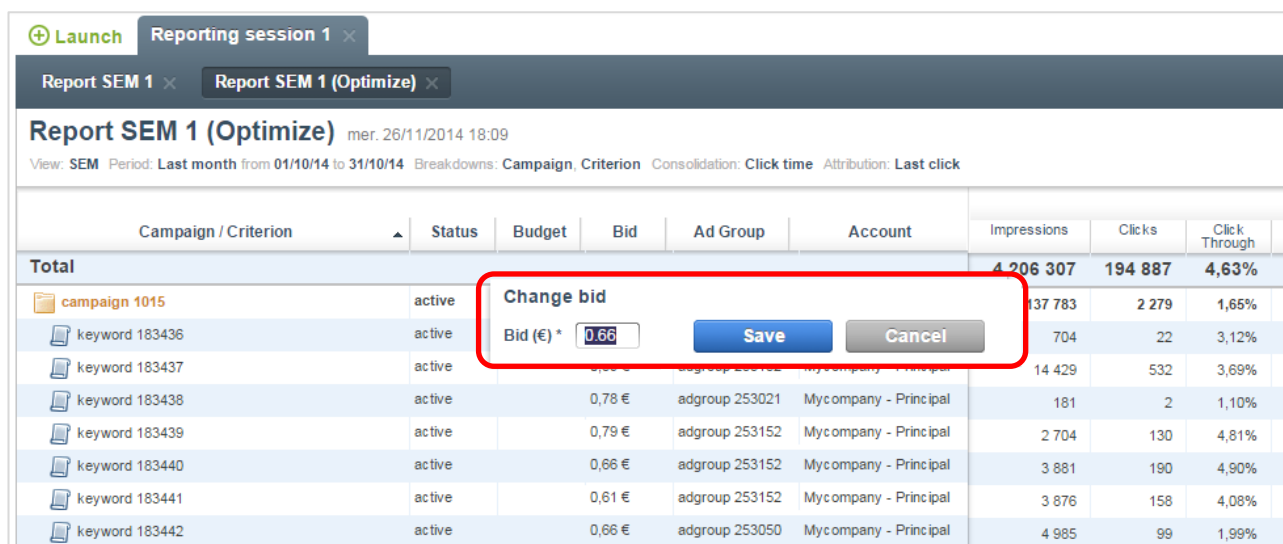
L'activation du tracking des impressions n'est pas automatique. Si vous souhaitez activer ce nouvel indicateur dans votre tableau de bord, veuillez contacter le support Madmetrics (support@madmetrics.com).

➤ Bid Management dans Madmetrics

Lors de la dernière mise en production, il était possible de modifier au niveau des **adgroups** les informations de statut, d'enchère et de budget, individuellement ou massivement. Désormais, les enchères sont également modifiables au niveau des **mots-clés**.

Comment faire ?

Lorsque vous avez lancé votre rapport, le bouton « Optimize » est disponible en haut à droite de votre tableau de bord.



Report SEM 1 (Optimize) mer. 26/11/2014 18:09
View: SEM Period: Last month from 01/10/14 to 31/10/14 Breakdowns: Campaign, Criterion Consolidation: Click time Attribution: Last click

Campaign / Criterion	Status	Budget	Bid	Ad Group	Account	Impressions	Clicks	Click Through
Total						4 206 307	194 887	4,63%
campaign 1015	active		Change bid			137 783	2 279	1,65%
keyword 183436	active		Bid (€) * <input type="text" value="0.66"/>			704	22	3,12%
keyword 183437	active					14 429	532	3,69%
keyword 183438	active		0,78 €	adgroup 253021	Myc ompany - Principal	181	2	1,10%
keyword 183439	active		0,79 €	adgroup 253152	Myc ompany - Principal	2 704	130	4,81%
keyword 183440	active		0,66 €	adgroup 253152	Myc ompany - Principal	3 881	190	4,90%
keyword 183441	active		0,61 €	adgroup 253152	Myc ompany - Principal	3 876	158	4,08%
keyword 183442	active		0,66 €	adgroup 253050	Myc ompany - Principal	4 985	99	1,99%