

Artefact et Treasure Data s'allient pour permettre aux marques de concevoir des expériences client personnalisées

Artefact accompagne ses clients pour maximiser la valeur de leurs données first-party avec le Customer Data Cloud de Treasure Data

Paris, le 27 juin 2023 – Treasure Data™, fournisseur d'une Customer Data platform (CDP) parmi les leaders du marché, annonce aujourd'hui un nouveau partenariat officiel avec la société internationale de conseil en services data [Artefact](#), dont l'objectif est d'accompagner les marques dans la conception de leurs parcours client.

Les offres complémentaires d'Artefact et Treasure Data permettent à leurs clients de tirer plus de valeur business de leurs campagnes marketing, mais aussi d'optimiser et de personnaliser leurs expériences des clients. Cette alliance fait également émerger une communauté d'experts issus des deux entreprises qui partagent leurs meilleures pratiques et leurs expériences en matière de data marketing et de connaissance client.

Artefact accompagne les entreprises pour maximiser la valeur de leurs données 1st party avec Treasure Data Customer Data Cloud

Treasure Data Customer Data Cloud est une suite de solutions CDP primée, basée sur l'IA, conçue pour faciliter une approche *client centric* à l'échelle de l'entreprise pour un grand nombre de secteurs. Conforme à la réglementation, sécurisée et évolutive, elle intègre toutes les données clients d'une organisation. Ses utilisateurs peuvent ainsi mettre en place des stratégies d'engagement s'appuyant sur des données et des informations unifiées, ce qui renforce la connaissance client et permet de personnaliser tous les points de contact marketing à grande échelle.

Artefact offre un service de bout-en-bout : depuis la stratégie data marketing jusqu'à l'activation et la mesure des campagnes marketing. En tant que **partenaire « Gold » de Treasure Data**, Artefact compte plus de 30 employés certifiés dans plus de 12 localisations dans le monde. Ces experts accompagnent les entreprises dans toutes les étapes de leur projet de CDP : acquisition de la suite de Treasure Data, déploiement et exécution.

*« Artefact recommande la solution innovante Customer Data Cloud de Treasure Data, et nous sommes fiers de pouvoir travailler de concert avec ses experts, » déclare **Kazuki Ohta, cofondateur et PDG de Treasure Data.** « Ce partenariat renforce l'engagement de nos deux sociétés à fournir aux entreprises une vision clients holistique, ainsi que des insights unifiés qui nourrissent les stratégies marketing en stimulant l'engagement et les résultats business. Nous sommes impatients d'aider nos clients communs à atteindre ces objectifs. »*



L'Offre commune de Treasure Data et Artefact

Artefact permet aux utilisateurs de Treasure Data d'exploiter pleinement leurs données first-party pour créer de la valeur métier et maximiser leur retour sur investissement (ROI). Artefact donne à ses clients une vision claire de leur maturité avant la mise en place d'une CDP. Après avoir réalisé cette évaluation, la CDP est intégrée de manière à s'adapter parfaitement à l'écosystème IT du client et des applications sont développées pour répondre à ses priorités business. Enfin, les équipes d'Artefact s'appuient sur des programmes « booster » pour mesurer les résultats des actions marketing et leur retour sur investissement. Les équipes marketing utilisatrices de la CDP peuvent ainsi améliorer les parcours clients en adressant aux audiences de leur entreprise des messages personnalisés et transparents.

Selon **Vincent Luciani, cofondateur et PDG d'Artefact** : « *Les Customer Data Platforms sont des outils puissants dont l'adoption est en forte croissance. En effet, les entreprises sont de plus en plus conscientes que leurs données first-party doivent se placer au cœur de leurs opérations marketing pour bâtir un écosystème durable et pérenne. En s'appuyant sur la technologie de pointe de Treasure Data, les experts d'Artefact assurent à leurs clients de maximiser leur investissement, d'améliorer leur expérience client et de démontrer la valeur créée avec des résultats tangibles et pertinents.* »

La collaboration entre Artefact et Treasure Data apporte des résultats tangibles

Artefact et Treasure Data ont déjà collaboré sur plus de 20 projets, dans des secteurs variés, pour accompagner avec succès la transformation numérique d'entreprises internationales.

Le retour sur investissement d'une CDP peut être démontré via divers indicateurs clés de performance (KPI), généralement utilisés dans le cadre de programmes de transformation numérique à plus grande échelle. Les KPI les plus impactants sont les suivants :

- **Optimisation des stratégies d'acquisition clients** s'appuyant sur une vision unifiée des profils on et offline. Les insights enrichis permettent de personnaliser les actions marketing dès la phase de prospection.
- **Optimisation du budget média** obtenue grâce à des applications permettant de supprimer des audiences (par exemple : exclusion des clients existants et des prospects chauds des campagnes de branding et de SEA), mais aussi grâce à la gestion de la fréquence des messages marketing cross-canal.
- **Augmentation du taux de conversion** par la mise en place automatisée de parcours clients (reciblage des abandons de panier, relance des prospects dormants et personnalisation du site web, par exemple).



Artefact et Treasure Data pour Nestlé

Nestlé, acteur international de l'agro-alimentaire, a bénéficié de cette collaboration pour rationaliser ses données clients issues de ses différentes activités et les utiliser pour générer des *insights* utiles à ses opérations.

Le bouleversement des habitudes de consommation dû à la pandémie de COVID-19 est à l'origine de la mise en place d'une CDP chez Nestlé. La multinationale avait besoin d'étendre et d'optimiser sa base de données clients au Brésil, ainsi que de gérer ses données pour faire face à la soudaine augmentation de ses ventes en ligne.

Nestlé Brésil a rapidement commencé à obtenir les résultats escomptés. La société a mis en place le Customer Data Cloud de Treasure Data avec Artefact en moins de trois mois, ce qui a permis de développer sept applications autour de la segmentation des clients, de l'orchestration du marketing, de la mesure et de l'optimisation *data-driven*.

« Grâce à l'implication de Treasure Data, d'Artefact et des équipes internes de Nestlé, nous avons mis en place nos applications CDP pilotes en seulement 92 jours. » explique **Patricia Kristman, Data and Analytics Manager de Nestlé Brésil** « Cela nous a permis d'atteindre pour la première fois toutes les personnes intégrées à notre base de données, soit plus de neuf millions de personnes, contre 64 000 lors de notre précédente campagne. Nous avons également constaté une augmentation de 140 % de l'engagement des consommateurs. Enfin, grâce à la démocratisation des données permise par le Customer Data Cloud de Treasure Data, l'adoption de la solution par nos équipes est passée de cinq à cinquante personnes et ce chiffre augmente chaque jour. »

Pour en savoir plus sur ce projet, un webinar a été enregistré avec Artefact, Treasure Data et Nestlé : [Découvrez comment Nestlé améliore son efficacité marketing et son retour sur investissement grâce au Customer Data Cloud.](#)

À PROPOS DE TREASURE DATA

Treasure Data permet aux entreprises d'utiliser l'ensemble de leurs données clients pour améliorer les performances de leurs campagnes, atteindre l'efficacité opérationnelle et générer de la valeur business en s'appuyant sur des expériences clients connectées. Treasure Data Customer Data Cloud, notre suite de solutions de Customer Data Platform, intègre les données clients et verse les différentes identités dans des profils clients unifiés en conformité avec la réglementation, met à disposition des insights et des prédictions pour le marketing, les services, les ventes et les opérations afin de favoriser un engagement personnalisé et d'améliorer l'acquisition, la vente et la fidélisation des clients.

Des centaines d'entreprises du Fortune 500 et du Global 2000 font confiance à Treasure Data, qui a par ailleurs remporté de nombreuses récompenses et a été reconnu comme entreprise hautement performante et leader par les plus grands



cabinets d'analyses. Basée à Mountain View, en Californie, Treasure Data détient des bureaux au Japon, en Corée du Sud, au Royaume-Uni et en France afin d'aider les grandes marques du monde entier à se connecter à leurs clients. Pour en savoir plus, visitez le site www.treasuredata.com

À PROPOS D'ARTEFACT

Artefact est une société internationale de services autour de la data, spécialisée dans le conseil en transformation data et en data & digital marketing, dont la mission est de transformer la donnée qui crée de l'impact business en délivrant des résultats tangibles sur l'ensemble de la chaîne de valeur des entreprises.

L'approche unique d'Artefact, qui fait le pont entre la donnée et le business, permet à nos clients d'atteindre leurs objectifs business de façon dédiée et efficace. Nos 1300 employés dans 20 bureaux en Europe, l'Asie, l'Amérique du Nord, l'Amérique Latine et l'Afrique allient leurs compétences pluridisciplinaires au profit de l'innovation business des entreprises. Nos technologies de pointe en Intelligence Artificielle, nos méthodes agiles garantissent le succès des projets IA de nos clients, de la conception au déploiement, jusqu'à la formation et l'accompagnement au changement. Nous travaillons avec des marques internationales de premier rang, telles qu'Orange, Samsung, L'Oréal ou Sanofi. www.artefact.com

CONTACTS PRESSE

Delphine BIONNE – delphine@thebraincontent.fr – 06 74 74 11 48

