



Communiqué
Paris, le 25 février 2020

Fanplayr lance le «Behavioral Data Hub» en France

L'utilisation précise des données comportementales va améliorer l'expérience des consommateurs et l'efficacité des sites des annonceurs.

Des centaines de milliards de dollars sont dépensés dans le monde pour attirer des visiteurs sur les sites marchands et essayer de les faire revenir. Moins de 1% des budgets sont utilisés dans le cadre du « dernier kilomètre digital » pour les convertir en clients ou mieux, fidéliser ces clients convertis. Fanplayr, leader mondial du marché de la segmentation en temps réel, lance une solution permettant d'agréger et de rendre exploitable en temps réel toutes les données comportementales d'un visiteur : le Behavioral Data Hub. Cette solution d'une grande précision va permettre aux sites marchands ou aux sites de fournisseurs de services de mieux convertir leurs utilisateurs en permettant d'interagir avec eux de manière totalement personnalisée.

NOUVEAU - Collecter et exploiter des données riches et fiables sans restrictions liées au respect des données personnelles

>> **Le Behavioral Data Hub de Fanplayr est une plateforme à la fois riche et réactive, ne dépendant pas de données démographiques statiques ou de données personnelles, mais reposant sur des données comportementales exploitables en temps réel:** une solution intelligente qui influe sur la dernière étape du processus de décision des consommateurs et impacte significativement le taux de conversion. Sachant qu'une augmentation du taux de conversion de 2% à 3% représente un gain massif de 50% pour le vendeur.

La solution améliore les interactions entre les clients et les annonceurs :

- Collecte des données riches et pertinentes jusqu'au dernier kilomètre digital : l'étape de la conversion,
- Analyse en temps réel de l'ensemble des données collectées,
- Segmentation en temps réel permettant de déclencher des interactions pertinentes pour les visiteurs.

Le hub de données comportementales de Fanplayr permet des expérimentations ciblées pour un apprentissage efficace et une granularité progressive des actions.

Fonctionnant en API ouvertes, le Behavioral Data Hub de Fanplayr permet de se connecter à tous types d'outils existants chez les annonceurs (DMP, CDP, ESP...) afin d'intégrer des données métiers et/ou des données transactionnelles pour maximiser la pertinence des interactions.

>> **Le Behavioral Data Hub est une réponse à l'enjeu du respect des données personnelles** avec une approche basée sur des données comportementales très précises qui ne sont pas nécessairement liées à des informations personnelles utilisées classiquement par les sites marchands.



«Le dernier kilomètre digital, crucial pour le commerce électronique, a longtemps été laissé de côté. Cette absence de focus a freiné le potentiel d'innovation sur les enjeux de conversion. Adresser cette étape nécessite pourtant expertise et précision. En utilisant le Behavioral Data Hub, l'efficacité est augmentée, se traduisant par des avantages tangibles partagés : un meilleur retour sur investissement pour le site et une expérience d'achat enrichie pour l'internaute » explique Simon Yencken, fondateur et PDG de Fanplayr.

A propos de Fanplayr

Fondée en 2011 à Palo Alto, en Californie, Fanplayr est un leader mondial du marché de la segmentation en temps réel. **La mission de Fanplayr est de générer des performances et des revenus incrémentaux en collectant et activant les données comportementales des visiteurs en temps réel.** Fanplayr aide ses clients à personnaliser la relation avec leurs utilisateurs en rendant chaque session unique. Intégrant nativement plus de 100 variables de segmentation la solution permet d'améliorer significativement les KPI clés des sites (taux de conversion, panier moyen, ROAS, taux de rebond, temps passé...) Présente dans de nombreux pays (France, Italie, UK, USA, Japon, Australie, Mexique, Brésil, Argentine) Fanplayr accompagne des grandes marques telles que Guess, Smartbox, Kiko, Dolce & Gabbana, Samsung, Lexus, Vodafone, Lancôme, Thalasséo, Alitalia, Air Europa, Latam Airlines ou Party City.

Contacts presse

PEPPER MENTHE COMMUNICATION

Samira Chakkaf Andalouci

07 86 11 14 52

samira@peppermint.com