

# DRIVE TO STORE : LE CESP VALIDE L'APPROCHE DE CAPITAL-DATA EN MATIÈRE DE MESURE DES VENTES INCRÉMENTALES

**À la demande de CapitalData, le CESP a conduit un audit du dispositif CIER (calcul d'incrémental avec échantillon reconstitué) qui permet de mesurer l'impact direct de sa solution Drive To Store sur les ventes en magasins.**

Cette méthode permet d'évaluer l'efficacité publicitaire d'une campagne digitale en termes d'achats en magasins physiques, en associant des cookies de navigation d'individus exposés à la publicité à une base de cartes de fidélité.

**L'audit a été conduit entre les mois de décembre 2018 et avril 2019, en voici les principales étapes :**

- Analyse de la documentation technique et fonctionnelle
- Analyse des restitutions communiquées aux clients sur la base de campagnes réelles
- Reproduction de l'environnement de calcul de CapitalData au CESP et réalisation de tests techniques

**Le Comité Scientifique du CESP considère l'approche de CapitalData satisfaisante, en particulier sur les points suivants :**

- L'**approche modulaire qui offre des possibilités de personnalisation** selon les campagnes
- La **méthode statistique de calcul des incréments** simple à comprendre et à mettre en œuvre
- L'**analyse des résultats intermédiaires compréhensible et documentée**, réalisée par les équipes de CapitalData à chaque campagne
- La **bonne ressemblance comportementale** entre les populations cibles et témoins reconstitués

**Le CESP a également partagé des recommandations d'optimisation de la stratégie d'enchères publicitaires et du calcul des indicateurs statistiques. Suite à cet audit, Didier Parisot, Directeur Général de CapitalData a présenté son plan d'actions :**

- Mise en place d'un dispositif auto-apprenant capable d'établir une répartition optimum des interactions publicitaires, pour chaque individu, dès le mois de septembre 2019.
- Création d'un protocole de tirages multiples de population sur une même campagne afin d'améliorer la robustesse et l'interprétabilité des résultats, dès le mois de juillet.
- Mise en place d'un système de filtrage de données aberrantes appliqué systématiquement à chaque campagne avec les mêmes règles dès le mois de septembre.
- Prise en compte des périodes spécifiques (exemple : fêtes de fin d'année) dans la publication des résultats dès le mois de septembre.

## **Olivier Hays - Directeur Data Science (CESP)**

« La démarche Web To Store nécessite une connaissance approfondie des stratégies d'achat de publicité digitale associée à une expertise des comportements de consommation. CapitalData travaille sur l'ensemble de la chaîne de valeurs avec ses clients, les accompagne et retient les enseignements de chaque campagne. Le CESP a apprécié la transparence et la coopération de CapitalData tout au long de l'audit, tant sur les aspects techniques que sur son approche opérationnelle. Le dispositif de CapitalData a été analysé en détail et le CESP a jugé les principes méthodologiques et leur déploiement satisfaisants. En complément, les recommandations formulées par le CESP permettront d'améliorer le dispositif de CapitalData et s'inscrivent dans une démarche plus globale de la compréhension et maîtrise par le marché des nouvelles solutions de Drive To Store.

## “ Nicolas Cassar - Chief Marketing and Communications Officer (Capital Data)

Mesurer les effets concrets des campagnes digitales sur les ventes en magasins physiques constitue un véritable défi technique. L'équipe Data Science de CapitalData travaille sur l'élaboration d'une méthode de mesure robuste, depuis plusieurs années, pour apporter une réponse fiable aux retailers. Cet audit nous a permis de confirmer l'efficacité de notre méthode de mesure et d'établir un programme précis d'évolutions grâce à l'expertise du CESP.

## À PROPOS DU CESP

Le CESP (Centre d'Étude des Supports de Publicité) est l'organisme interprofessionnel des acteurs de la publicité concernés par l'étude de l'audience des médias : annonceurs, agences médias, agences et médias. Véritable laboratoire d'idées, de méthodologies, d'information et d'échanges, le CESP, au service de ses adhérents et avec leur soutien, assure l'audit et la labellisation des études et des recherches sur les médias, et, en particulier, des études de référence sur l'audience des médias. Le CESP se positionne également en tant qu'organisme de conseil et apporte son expertise sur de nombreux travaux liés aux médias et au développement de nouvelles techniques et outils, en France comme à l'international.

## À PROPOS DE CAPITALDATA

Société MarTech, filiale du groupe HighCo, CapitalData utilise son expertise en data science pour permettre aux retailers de développer les visites et les ventes incrémentales en magasins avec des campagnes digitales hyper-ciblées et hyper-personnalisées grâce à l'intelligence artificielle. Les solutions data-driven de CapitalData sont aussi bien utilisées dans une logique de fidélisation omnicanale que dans une logique d'acquisition de nouveaux clients.

## CONTACTS

### CapitalData

Nicolas Cassar (CMO) - 06 34 78 29 72 - [n.cassar@highco.com](mailto:n.cassar@highco.com)

### CESP

Olivier Daufresne (Directeur Associé) - 06 84 83 79 40 - [odaufresne@cesp.org](mailto:odaufresne@cesp.org)

RENDEZ-VOUS SUR NOS RÉSEAUX ET SUR  
[WWW.CESP.ORG](http://WWW.CESP.ORG) / [WWW.CAPITALDATA.FR](http://WWW.CAPITALDATA.FR)

