

Pour les marketeurs

Guide de la personnalisation

Cas d'usage IA pour
l'engagement omnicanal

Deuxième édition

SAP





Des idées ambitieuses, des résultats concrets, sans fioritures

La personnalisation peut aujourd'hui ressembler à un sprint sans fin. Dès que vous pensez avoir trouvé la clé pour engager vos clients, leurs attentes évoluent. Les agents IA orientent désormais la découverte produit et influencent les décisions d'achat, et les marques qui peinent à agir en temps réel risquent de perdre du terrain. Les marketeurs évoluent dans un environnement en pleine mutation, **mais 78 % des marques sont encore incapables d'optimiser leurs campagnes quotidiennes grâce à l'IA en temps réel** ([Global Engagement Index, 2026](#)). Ce qu'il leur faut, ce ne sont pas des chiffres flatteurs sur un tableau de bord, mais devraies retombées commerciales.

Leader des moteurs de personnalisation selon le Magic Quadrant™ de Gartner® pour la 7ème fois consécutives

Obtenir le rapport

C'est là que notre guide de la personnalisation pour les marketeurs trouve toute son utilité.

Nous l'avons conçu pour être aussi opérationnel qu'inspirant, en s'appuyant sur des scénarios réels issus de nos clients les plus performants. Considérez-le comme votre partenaire pour relever les défis du quotidien : il vous propose des idées fraîches et des conseils clairs, étape par étape.

Vous devez créer une campagne pour réengager vos clients dormants ? C'est dans ce guide. Vous cherchez à concevoir une expérience omnicanale boostée par l'IA, fluide et sans effort pour vos clients ? Vous trouverez aussi votre bonheur ici.

Ce guide vous montre comment transformer une idée en stratégie, puis en réalité.



Michael Jonas, Chief Customer Success Officer, SAP

Débutant

Un cas d'usage idéal pour les marketeurs qui maîtrisent les fondamentaux et utilisent des canaux d'automatisation marketing de base, comme l'email.

Avancé

Un cas d'usage idéal pour les marketeurs ayant une expertise dans l'exécution stratégique multicanale des automatisations marketing à l'aide d'insights basés sur les données.

Expert

Un cas d'usage idéal pour les marketeurs qui maîtrisent les campagnes omnicanales connectées et innovent avec de nouveaux canaux et tactiques tendance.

Table des matières

Trouvez votre approche par problématique :

- 6 Développer votre base de données
- 20 Favoriser l'engagement client
- 38 Améliorer la rétention des clients

Trouvez votre approche par cas d'usage :

- 8 Encourager les clients désabonnés à se réabonner
- 12 Créer une expérience omnicanale d'opt-in au profilage progressif
- 16 Transformer les visiteurs non identifiés en leads convertis, plus rapidement
- 22 Lancer une nouvelle offre produit
- 26 Envoyer des messages urgents lorsqu'un produit est de nouveau disponible
- 30 Déclencher des campagnes basées sur la météo
- 34 Améliorer l'expérience en caisse grâce au Mobile Wallet
- 40 Convertir les acheteurs ayant abandonné leur panier grâce aux données ERP connectées
- 44 Réactiver les membres inactifs du programme de fidélité
- 48 Orienter les leads du digital vers le magasin physique pour leur premier achat

Développer votre base de données



Encourager les clients désabonnés à se réabonner

Cas d'usage :

Pendant la haute saison des ventes, assurez-vous de tirer un maximum de bénéfices de la hausse du trafic de nouveaux clients et de clients existants, en les encourageant à donner leur opt-in à votre campagne email, et profitez-en pour maximiser vos first-party data.

À mesurer :

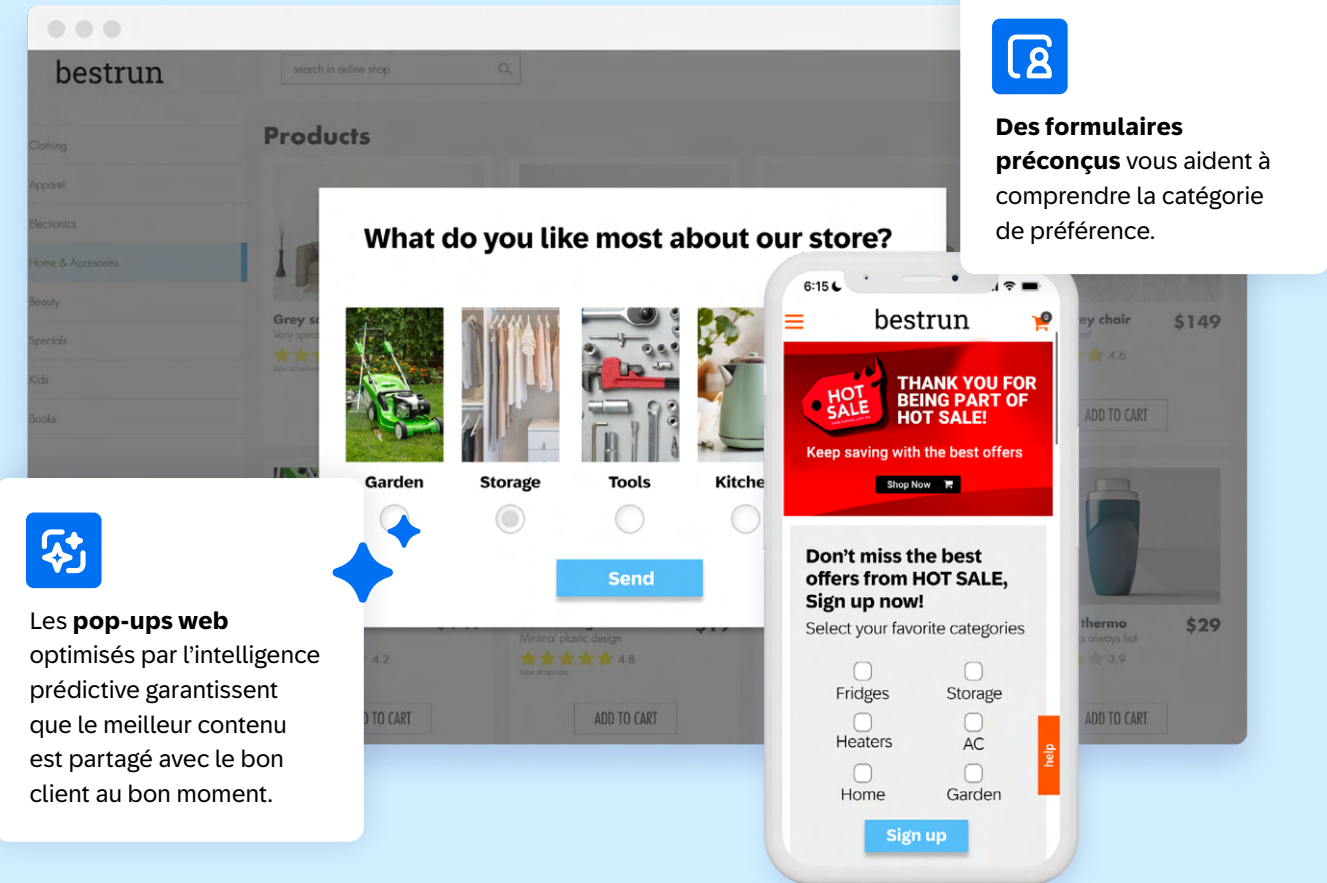
-  Base de clients actifs
-  Re-opt-in email
-  Revenus générés par le re-opt-in email

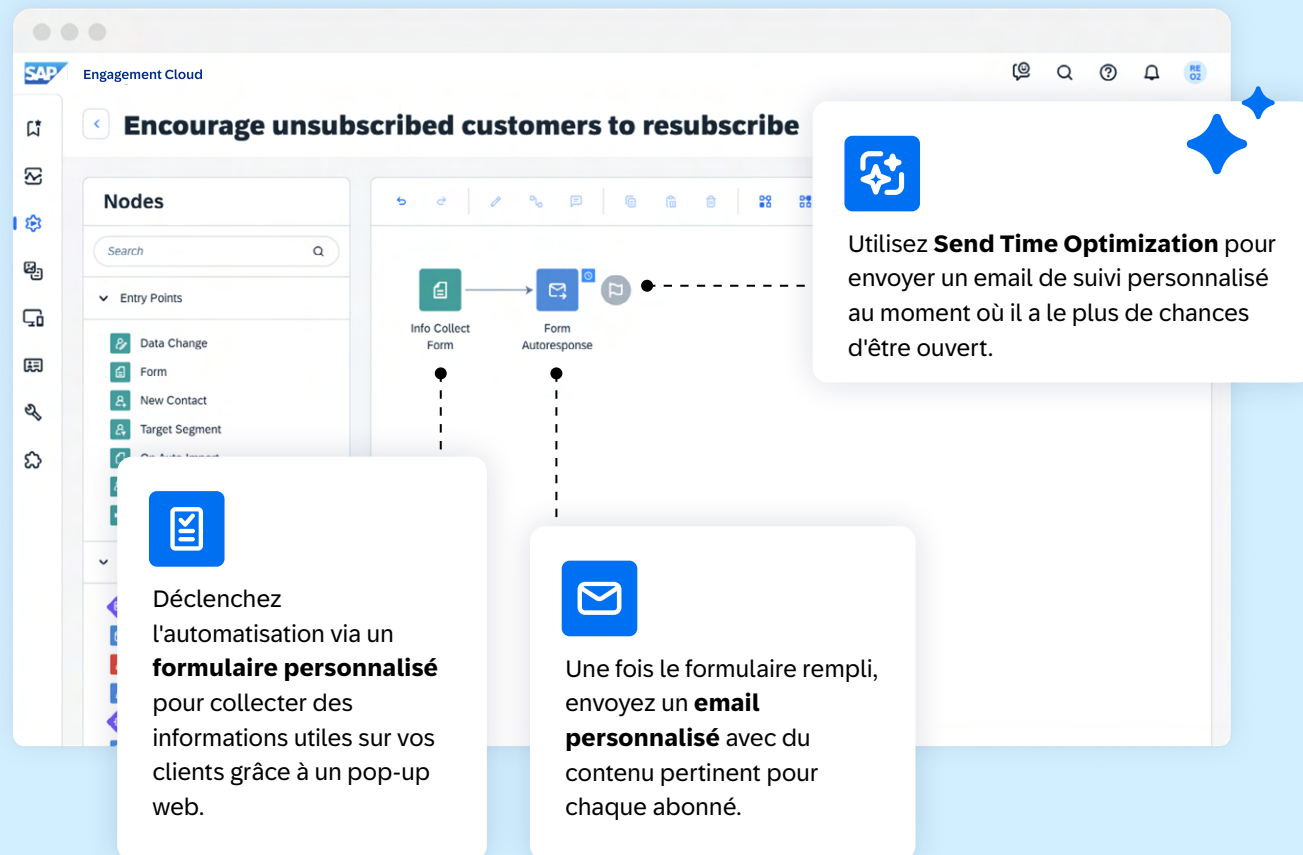
Retail | E-commerce | Biens de consommation | Sports et loisirs

« Sur la page d'accueil associée à la saison des soldes, nous demandons [aux clients] via un formulaire d'inscription quelle catégorie les intéresse. Nous stockons ces informations dans une base de données et les envoyons via une automatisation dès le premier jour de l'événement. »



Mauricio Gonzalez, Online Experience Manager, The Home Depot





Débutant

Encourager les clients désabonnés à se réabonner

Canaux inclus

- Web Channel
- Email

Solution

- Ciblez les clients de votre base de données qui sont actuellement désabonnés ou non identifiés. Ce sont des clients à forte valeur potentielle.
- Créez un formulaire pop-up dans Web Channel, invitant les clients à se réabonner, en mettant en avant la valeur qu'ils en retireront, ainsi que la transparence sur les données.
- À noter : pensez à configurer le noeud de valeur utilisé pour mettre à jour le champ d'opt-in sur True.
- Automatisez un email de suivi avec des recommandations de produits personnalisées et du contenu adapté aux préférences de chaque client.

Ressources facultatives

- **Offres de services SAP CX :** Accompagnement stratégique sur la conception de pages d'atterrissage, conception et création d'overlays web et de messages in-app, personnalisation des campagnes et ESL (Emarsys Scripting Language), création de cas d'usage et d'automatisations

Créer une expérience omnicanale d'opt-in au profilage progressif

Cas d'usage :

Collectez les données de manière progressive plutôt que de submerger vos prospects avec des formulaires trop longs. Construisez des profils clients détaillés pour les enrichir avec le contexte business en temps réel, et offrez ainsi des expériences client adaptatives.

À mesurer :

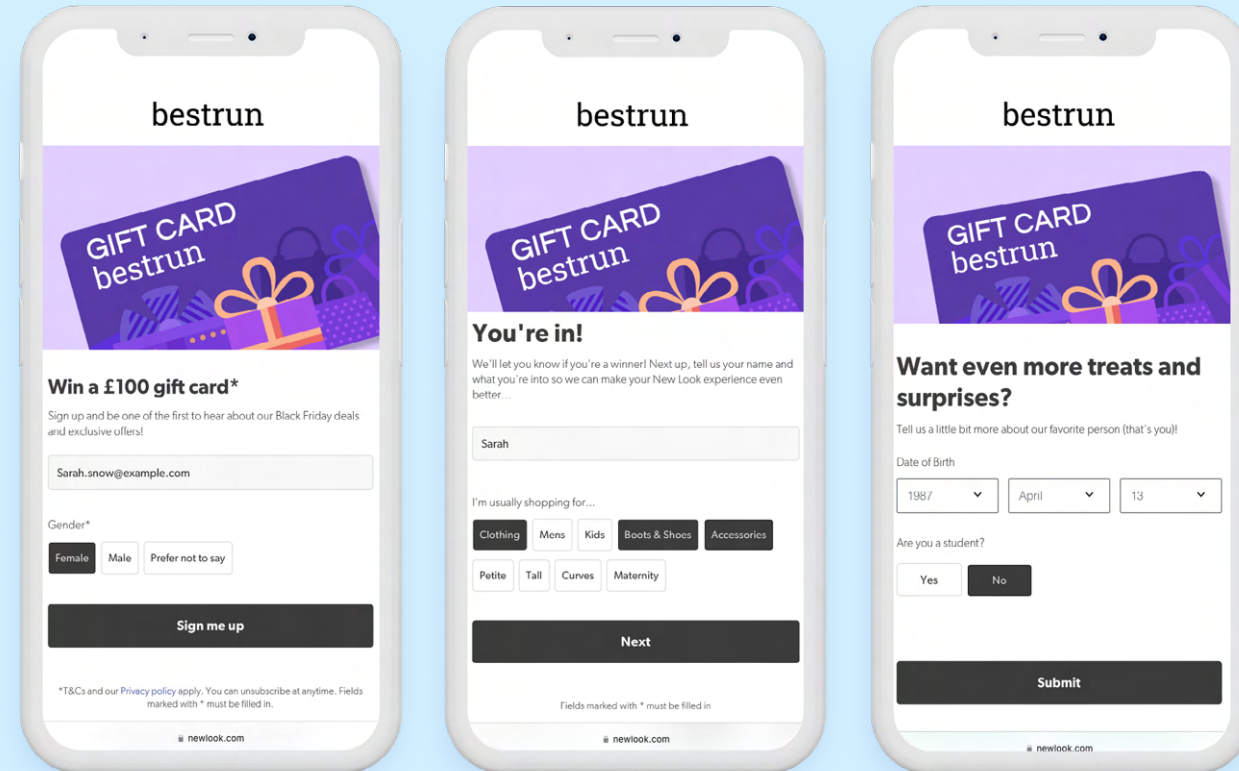
-  Premier achat
-  Désabonnement client
-  Revenus issus des clients actifs

Retail | e-commerce | Biens de consommation | Sport et divertissement

« SAP Engagement Cloud est vraiment devenu le centre névralgique de la façon dont nous orchestrans la conversation avec nos clients pour offrir une expérience plus gratifiante. Ce qui est le plus important, c'est que nous avons un meilleur niveau de compréhension de nos clients que jamais. Nous utilisons les interactions du client avec notre marque et les produits pour lesquels il manifeste de l'intérêt pour engager la conversation avec lui. »



Ellise Jones, Group Head of Loyalty, Total Tools



The image shows three sequential screens of a mobile application for 'bestrun'. Each screen features a purple header with the 'bestrun' logo and a graphic of a gift card. The first screen, titled 'Win a £100 gift card*', prompts the user to sign up for Black Friday deals and includes a text input field for an email address (pre-filled with 'Sarah.snow@example.com') and a 'Sign me up' button. The second screen, titled 'You're in!', congratulates the user and asks for more details to personalize their experience. It includes a text input for a name (pre-filled with 'Sarah'), a dropdown for 'Date of Birth' (pre-filled with '1987', 'April', '13'), and several category buttons for shopping preferences: 'Clothing', 'Mens', 'Kids', 'Boots & Shoes', 'Accessories', 'Petite', 'Tall', 'Curves', and 'Maternity'. A 'Next' button is at the bottom. The third screen, titled 'Want even more treats and surprises?', asks the user to provide more information about their favorite person and if they are a student. It includes a 'Date of Birth' dropdown (pre-filled with '1987', 'April', '13') and 'Yes'/'No' buttons for 'Are you a student?'. A 'Submit' button is at the bottom. All screens have a footer with 'newlook.com'.

Capez les informations essentielles

Comprenez le client

Enrichissez l'expérience



Avancé

Créer une expérience omnicanale d'opt-in au profilage progressif

Canaux inclus

- Web Channel
- Email
- Digital ads

Solution

- Le noeud d'entrée est la réalisation d'un achat qui déclenche un email de suivi, une publicité digitale et un message Web Channel demandant les préférences en matière de catégorie.
- Une semaine plus tard, une automatisation se déclenche sur tous les canaux et pose des questions afin de susciter de l'intérêt.
- Utilisez l'email et Web Channel pour obtenir l'opt-in SMS afin de toucher les clients en déplacement.

- Activez les annonces digitales pour qu'elles s'adaptent dynamiquement en temps réel grâce à Google BigQuery et à l'IA, en exploitant les signaux ERP en direct pour s'aligner sur l'intention de l'audience et le contexte régional.

Ressources facultatives

- **Offres de services SAP CX :** Accompagnement stratégique collaboratif sur les cas d'usage de profilage, conception et création de formulaires omnicanaux et de blocs de modèle, accompagnement technique sur les API externes et les exigences en matière de données relationnelles, personnalisation et ESL

Transformer les visiteurs non identifiés en leads convertis, plus rapidement

Cas d'usage :

Incitez les visiteurs non identifiés de votre site à communiquer leur email afin que le marketing puisse cibler ces leads plus efficacement et que les commerciaux puissent effectuer un suivi rapide.

[Services](#) | [Biens de consommation](#)

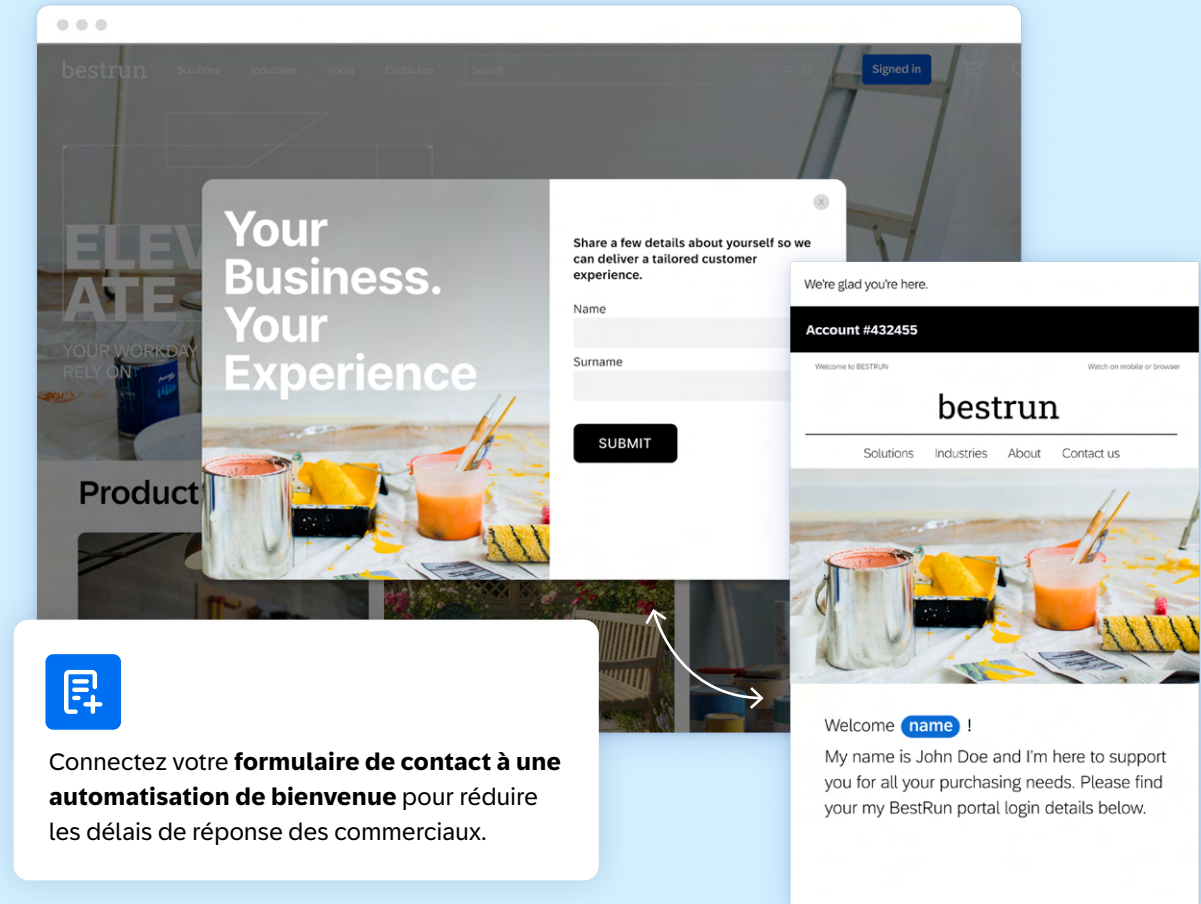
« Avec toutes les données que nous collectons sur les activités de nos clients, et en les transmettant au terrain, il est primordial de disposer de systèmes qui montent en charge efficacement. Pour livrer nos clients avec précision et dans les délais, chaque jour, nous avons besoin d'une plateforme intégrée, c'est pourquoi nous avons choisi SAP. »

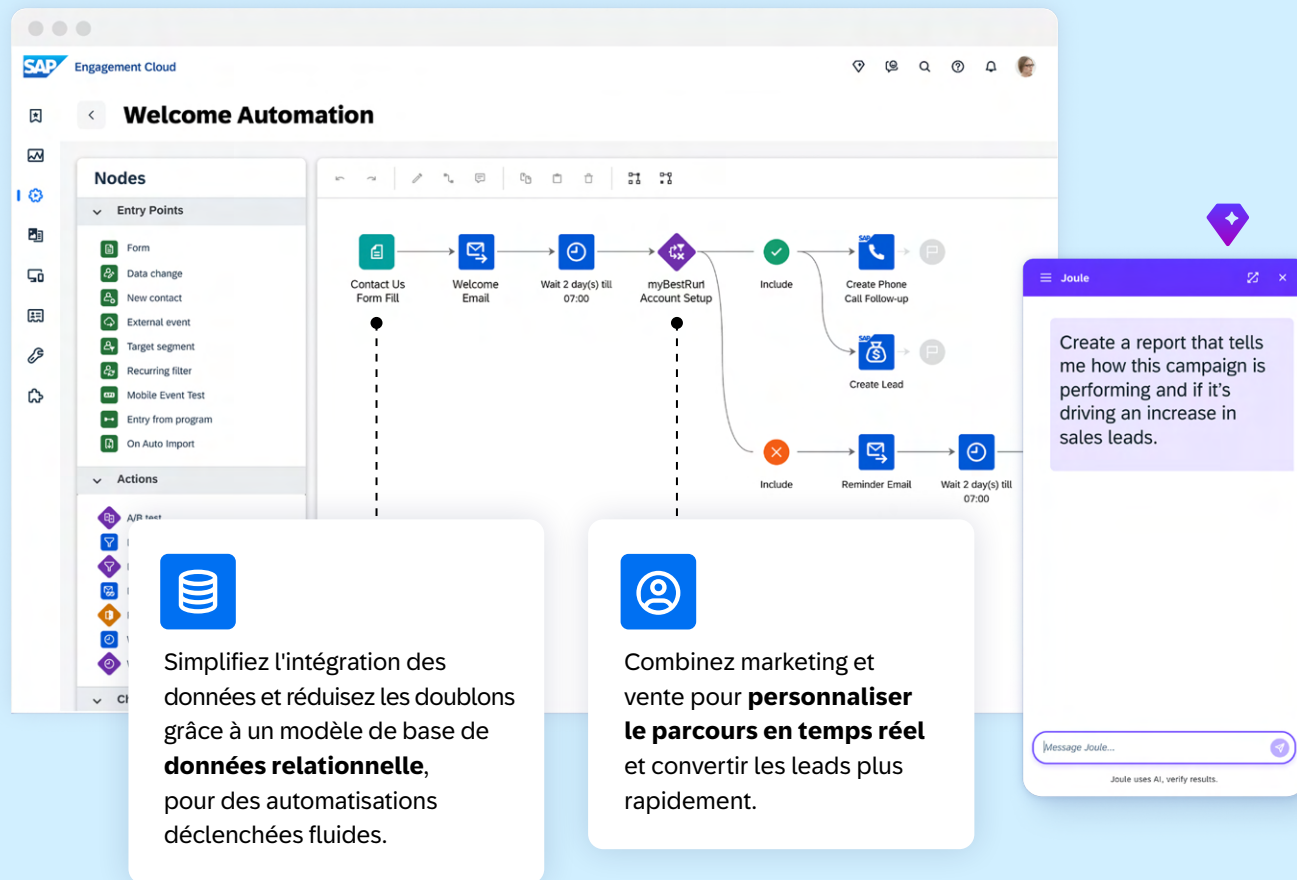


Matt Hough, Chief Information Officer, Cintas

À mesurer :

- Taux de clics
- Inscriptions via le formulaire de contact
- Conversion





Avancé

Transformer les visiteurs non identifiés en leads convertis, plus rapidement

Canaux inclus

- Web Channel
- Email
- Digital ads

Solution

- Ciblez les visiteurs non identifiés avec des overlays sur le canal web pour collecter des emails.
- Déclenchez une campagne de bienvenue automatisée à la soumission du formulaire pour un suivi immédiat.
- Segmentez les leads en fonction des informations recueillies dans le formulaire et du comportement sur le site, et commencez à construire une vision globale du prospect.
- Déclenchez un suivi téléphonique commercial pour accompagner davantage le client dans son achat.

- Personnalisez les annonces digitales pour rediriger les leads vers du contenu pertinent par rapport à leurs centres d'intérêt.

Ressources facultatives

- **Offres de services SAP CX :** Collaboration stratégique pour concevoir et créer des automatisations de bienvenue et des campagnes omnicanales, conception et création d'overlays web, accompagnement sur la segmentation

Favoriser l'engagement client



Lancer une nouvelle offre de produit

Cas d'usage :

Présentez un nouveau produit aux clients existants afin de susciter de l'intérêt pour la marque et le nouveau produit, en privilégiant les canaux qu'ils préfèrent.

Retail | e-commerce | Biens de consommation |
Sport et divertissement

À mesurer :

- 💰 Conversion et rétention
- 📺 Adoption du produit
- 👥 Croissance de l'audience

« Dans le cadre du marketing du cycle de vie, nous souhaitons proposer des expériences personnalisées pour accroître le taux de conversion, développer des stratégies de segmentation visant à renforcer la rétention et la conversion, mettre en oeuvre des déclencheurs d'automatisation pour entretenir la relation avec nos clients actuels et futurs, et sensibiliser notre audience existante tout en identifiant les besoins clients pour cette nouvelle gamme de produits. »



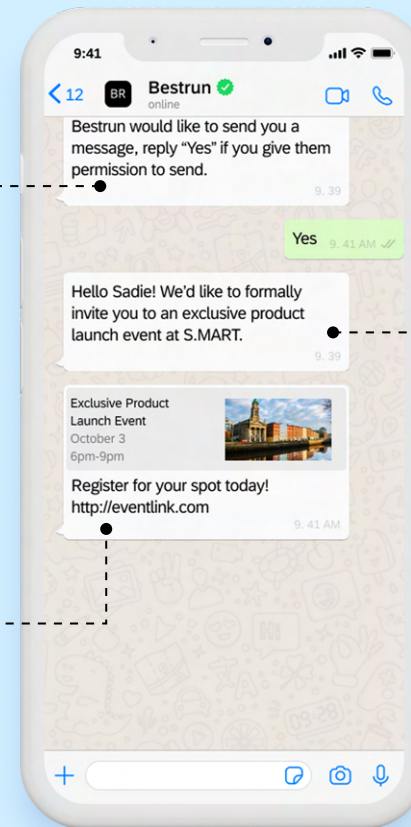
Lyla Holt, Global Digital Marketing Manager, Consumer Care, John Frieda



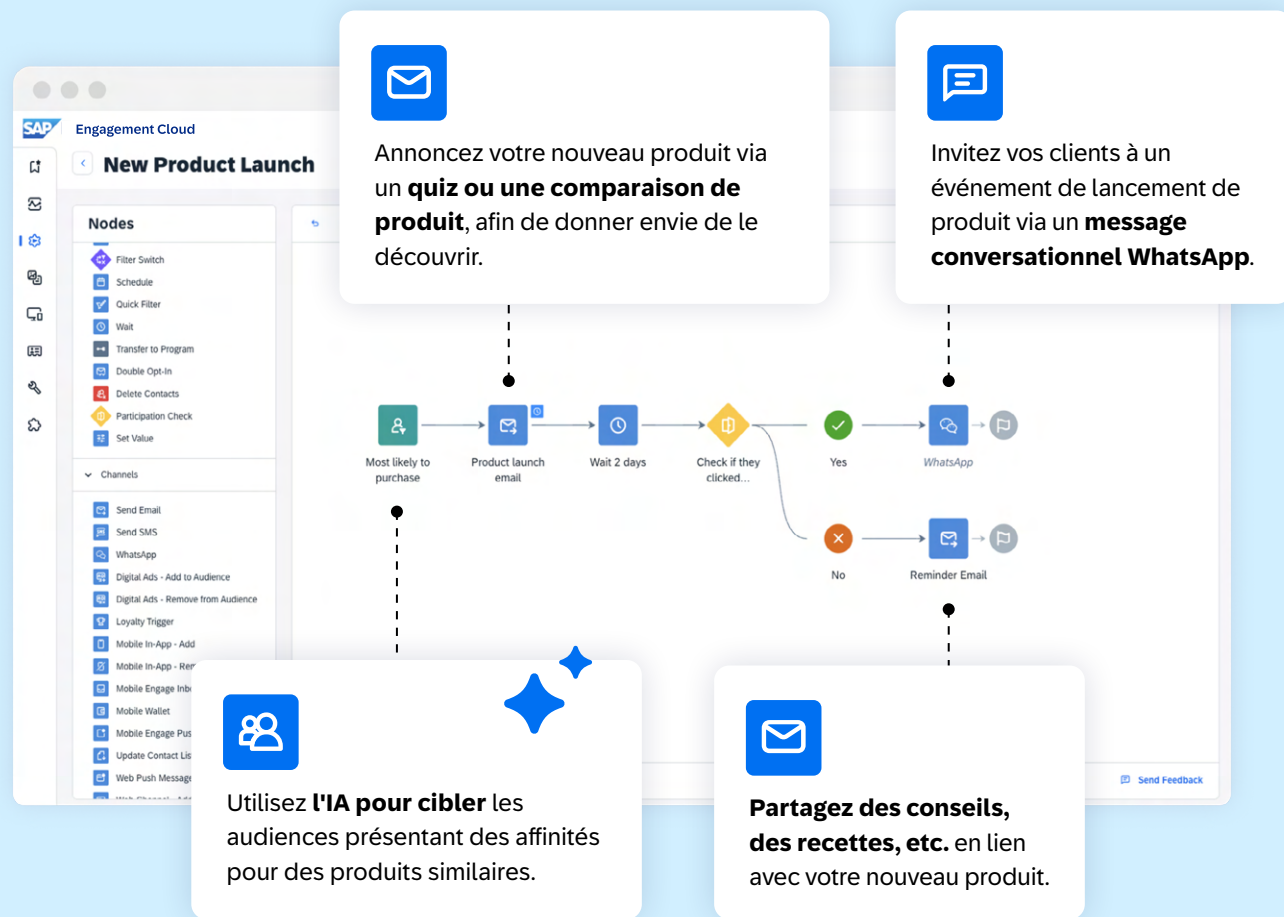
La **segmentation par IA** vous permet de cibler vos segments à plus forte valeur en identifiant les affinités communes de vos clients pour des produits similaires.



Automatisez les **messages WhatsApp** afin de délivrer des expériences personnalisées.



Captez le consentement et débloquez un nouveau canal de revenus afin d'engager vos clients.



Avancé

Lancer une nouvelle offre de produit

Canaux inclus

- Email
- Canaux de conversation

Solution

- Utilisez l'IA pour créer un segment d'audience cible réunissant les clients les plus susceptibles de s'intéresser à votre nouvelle offre.
- Exploitez le scoring d'engagement par canal basé sur l'IA pour cibler les segments les plus susceptibles d'interagir sur un canal donné, afin d'optimiser vos dépenses et votre ROI.
- Créez des tokens de personnalisation et des blocs de contenu réutilisables sur tous vos canaux et dans toutes vos campagnes.
- Incluez Send Time Optimization pour transmettre les messages au bon moment.

Ressources facultatives

- **Offres de services SAP CX :** Accompagnement stratégique sur la segmentation, conception créative et création, personnalisation et ESL

Envoyer des messages urgents lorsqu'un produit est de nouveau disponible

Cas d'usage :

Informez vos clients des produits, billets et offres populaires de nouveau disponibles, stimulez les ventes immédiates et accroissez l'engagement client. Profitez de canaux comme le SMS pour toucher vos clients en déplacement dans les moments qui comptent le plus.

À mesurer :

-  Taux de clics SMS
-  Adoption du produit
-  Opt-ins SMS

Retail | e-commerce | Biens de consommation

« Lorsque vous passez d'un numéro à 16 chiffres dans un ERP à un individu identifié avec ses attributs comportementaux et tout l'historique de ses points de contact numériques – comment il a interagi avec vous et comment vous avez communiqué avec lui – vous pouvez alors commencer à construire un véritable profil centré sur l'individu. »



Aaron Bradley, Vice President, Technology & GTM Innovation, Wella Company



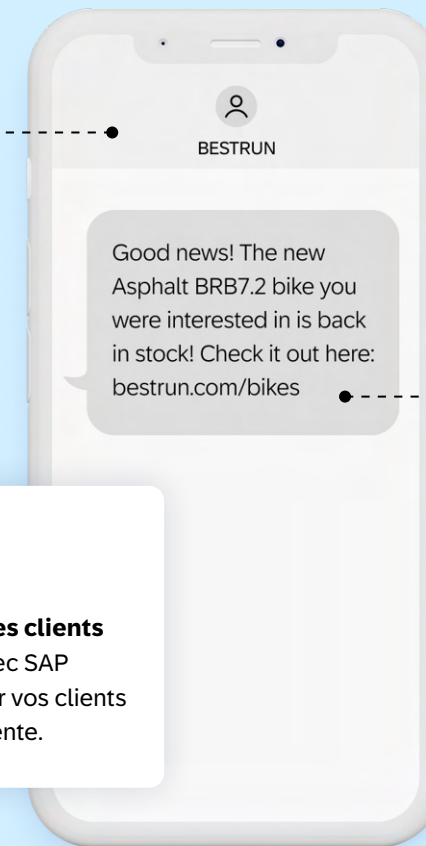
Captez le consentement
et débloquez un nouveau canal de revenus afin d'engager vos clients.



Connectez les données clients et opérationnelles avec SAP Cloud ERP pour toucher vos clients de manière plus pertinente.



Personnalisez vos SMS en incluant le nom du produit de retour en stock ainsi qu'un lien direct pour en savoir plus.



Avancé

Envoyer des messages urgents lorsqu'un produit est de nouveau disponible

Canaux inclus

- Email
- SMS

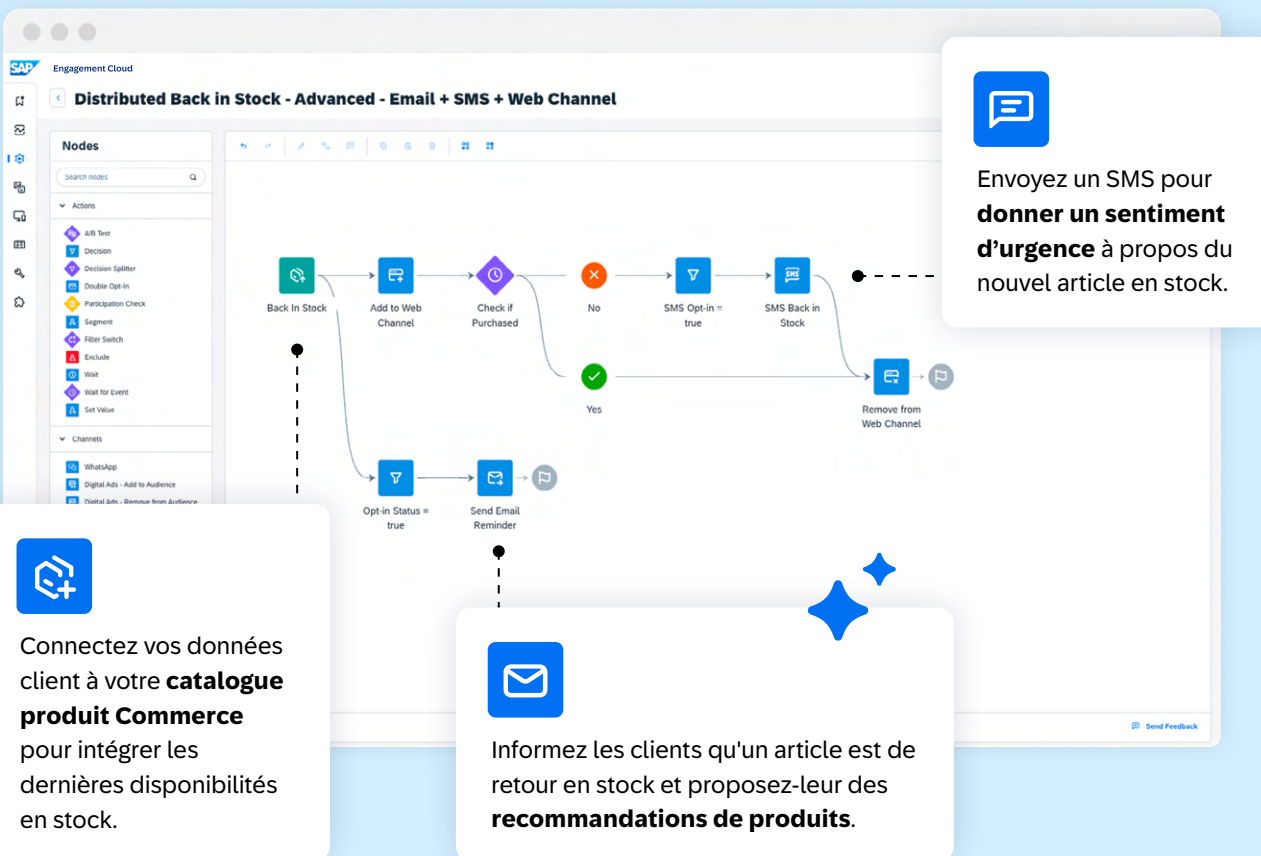
Solution

- Vérifiez quotidiennement les mises à jour de votre catalogue produit et définissez un déclencheur de retour en stock pour activer cette automatisation.
- Ciblez vos audiences en fonction du comportement des contacts, en vous assurant que le client a consulté le produit au cours des 5 derniers jours.
- Assurez-vous d'exclure les contacts qui ont déjà réalisé l'achat au cours des 5 derniers jours.

- Connectez vos données d'engagement client au SAP Commerce Cloud Commerce Connector et/ou à la connexion API et/ou au Customer Data Cloud et SAP Cloud ERP pour obtenir des insights logistiques et opérationnels en temps réel, afin d'envoyer des SMS personnalisés et opportuns aux contacts ayant opté pour la réception de SMS.

Ressources facultatives

- **Offres de services SAP CX :** Conception et rédaction de SMS, personnalisation et ESL, messagerie transactionnelle, création de cas d'usage et d'automatisations



Déclencher des campagnes basées sur la météo

Cas d'usage :

Utilisez des déclencheurs météo pour envoyer des campagnes email personnalisées et opportunes dans le cadre de promotions ultra-ciblées.

Retail | e-commerce | Biens de consommation

À mesurer :

-  Taux de clics
-  Taux de conversion
-  Achats

« Une fois l'impact de la météo mesuré, il peut être maîtrisé. L'analyse météo combine des données météorologiques avec d'autres jeux de données et s'appuie sur l'IA pour prédire des tendances ou des modèles – comme les effets saisonniers – ou produire des insights actionnables, par exemple en prédisant comment une vague de chaleur pourrait influencer le comportement des consommateurs. »



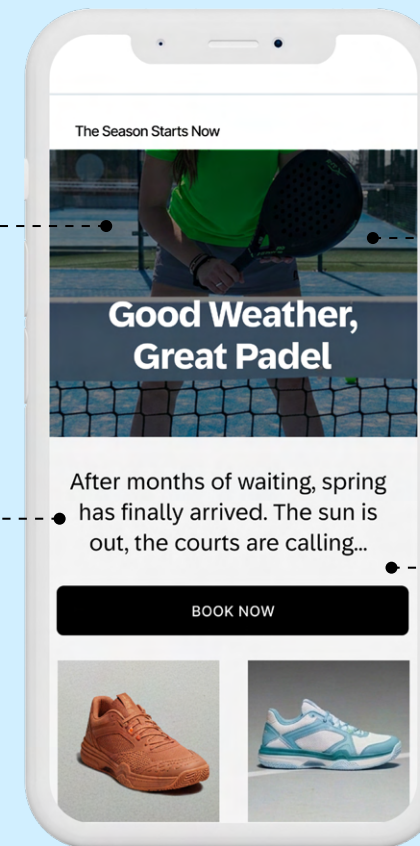
Evan Gold, EVP of Global Partnerships and Alliances, Planalytics



Les **données météo en direct** déclenchent des campagnes localisées.



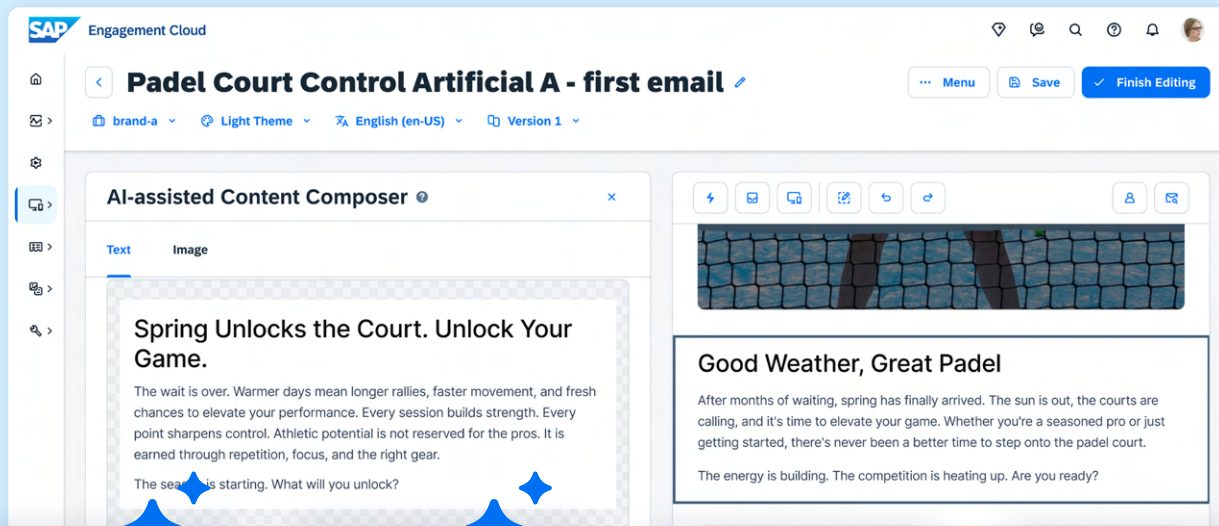
Les **messages crosscanal automatisés** avec des offres produits personnalisées sont liés aux conditions météorologiques.



Les **données relationnelles** segmentent les audiences par région ou par condition météo.



Les **agents IA Google** récupèrent les données météo en direct et, lorsque les températures dépassent un certain seuil, la campagne se déclenche automatiquement.



Utilisez un **agent IA Google** pour **agrégier les données météo** via un connecteur API.



Segmentez l'audience par région, prévision ou conditions météo grâce au **générateur de segments assisté par IA**.



Créez des campagnes basées sur la météo avec le **compositeur de contenu assisté par IA**.



Mesurez l'impact sur les ventes et l'engagement selon les scénarios météo.

Avancé

Déclencher des campagnes basées sur la météo

Canaux inclus

- Email

Solution

- Utilisez les agents IA Google pour récupérer les données météo en direct via API dans les données relationnelles. Déclenchez des automatisations en fonction des conditions météo telles que la température, la durée d'ensoleillement et les écarts par rapport aux moyennes à long terme.
- Envoyez des campagnes email ciblées uniquement lorsque les conditions sont remplies, garantissant la pertinence du message et augmentant la probabilité d'achat.
- Personnalisez vos messages pour mettre en avant les avantages de votre produit dans les conditions météo actuelles, maximisant ainsi les clics et les conversions.

Ressources facultatives

- Offres de services SAP CX :** Accompagnement technique sur les API externes, collaboration stratégique sur la conception et la création de cas d'usage, personnalisation et ESL

Améliorer l'expérience en caisse grâce au Mobile Wallet

Cas d'usage :

Simplifiez l'identification des clients et accélérez l'encaissement en identifiant les programmes de fidélité des acheteurs et leurs bons numériques.

Retail | e-commerce | Biens de consommation

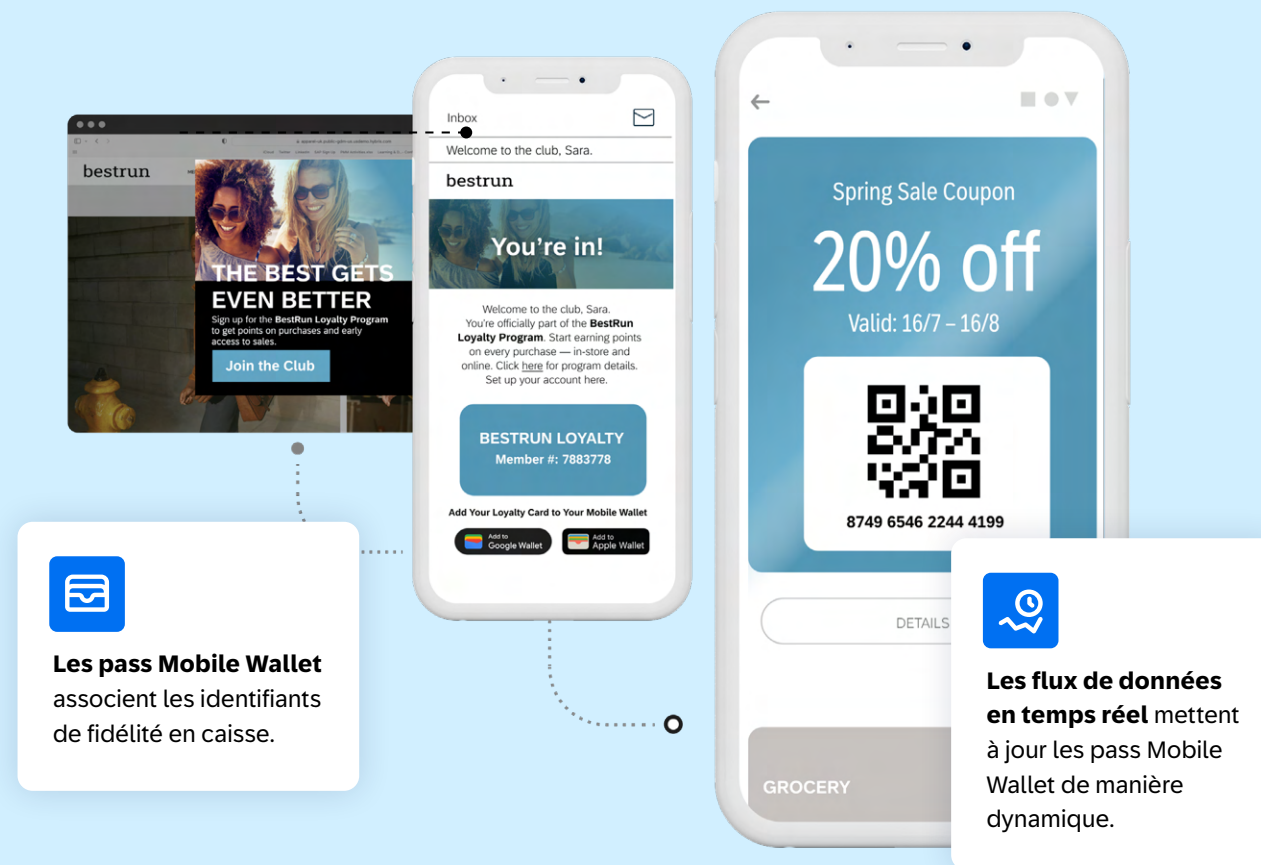
À mesurer :

- 🕒 Temps de passage en caisse
- 👤 Productivité du personnel
- 💖 Adhésions au programme de fidélité

« [Avec Mobile Wallet] je peux envoyer des notifications à de nombreux clients. C'est essentiellement un nouveau canal que nous pouvons utiliser. C'est très bénéfique, surtout pour notre programme de fidélité. »



Melanie Kordel, CRM Team Lead, CHRIST





Gérez les programmes de fidélité en comptabilisant leurs coûts, revenus et marges, et **produisez des preuves de leur valeur dignes des standards financiers.**

Expert

Améliorer l'expérience en caisse grâce au Mobile Wallet

Canaux inclus

- Mobile Wallet
- Email
- SMS

Solution

- Gérez vos programmes de fidélité avec SAP Customer Loyalty Management.
- Utilisez SAP Engagement Cloud pour déclencher une invitation par email ou SMS afin de créer un pass de fidélité lorsque les clients passent en caisse ou s'inscrivent à votre programme de fidélité.
- Atteignez vos clients où qu'ils soient avec des offres à durée limitée qu'ils peuvent ajouter à leur portefeuille et utiliser en magasin, ce qui vous permet d'identifier davantage de clients à l'encaissement.
- Envoyez un pass de fidélité que les clients peuvent ajouter directement à leur portefeuille mobile, pour des insights clients plus riches.

Ressources facultatives

- **Offres de services SAP CX** : Développement du concept Mobile Wallet, personnalisation et ESL, création de cas d'usage et d'automatisations

Améliorer la rétention des clients



Convertir les acheteurs ayant abandonné leur panier grâce aux données ERP connectées

Cas d'usage :

Préservez l'engagement des utilisateurs de votre application mobile en leur rappelant les articles laissés dans leur panier grâce à une série stratégique de notifications push, diffusées sur une durée optimale.

Retail | e-commerce | Biens de consommation | Sport et divertissement

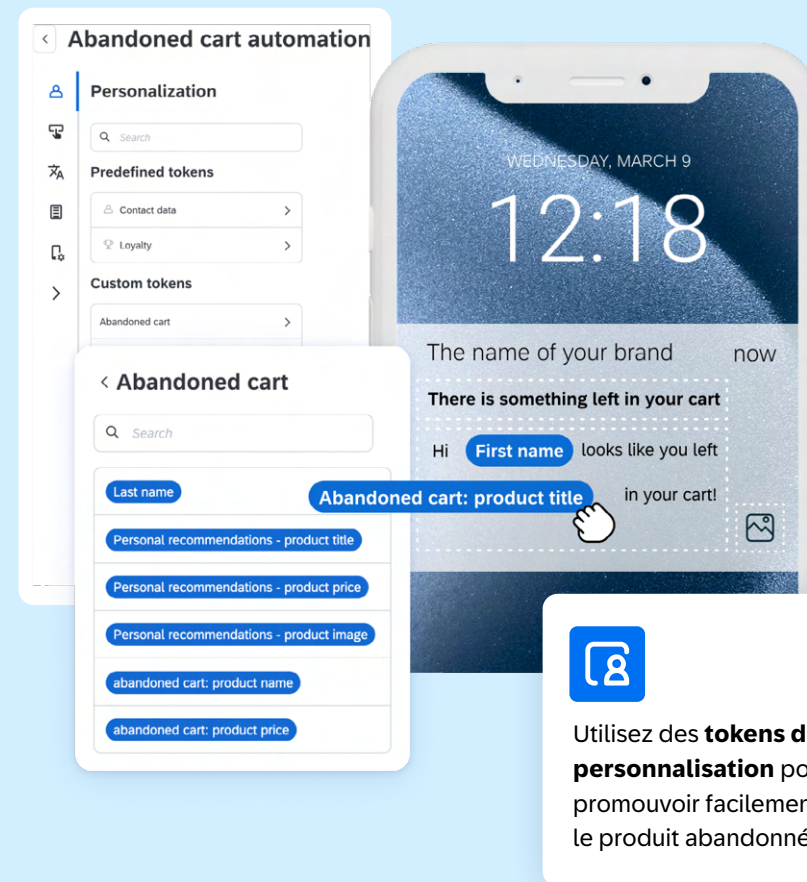
À mesurer :

- Taux d'ouverture des notifications push
- Revenus issus de l'attribution d'événements
- Taux de conversion des paniers abandonnés

« [Mobile Engage] nous permet de toucher plus de contacts grâce aux messages déclenchés dans l'application, comme les messages de panier abandonné ou de liste de souhaits. Le programme Panier abandonné affiche notamment de très bons résultats, avec un taux d'ouverture de 8 % et un taux de conversion de 10,5 %. »



Franziska Fischer, Senior CRM Manager, NBB (notebooksbilliger.de)



Débutant

Convertir les acheteurs ayant abandonné leur panier grâce aux données ERP connectées

Canaux inclus

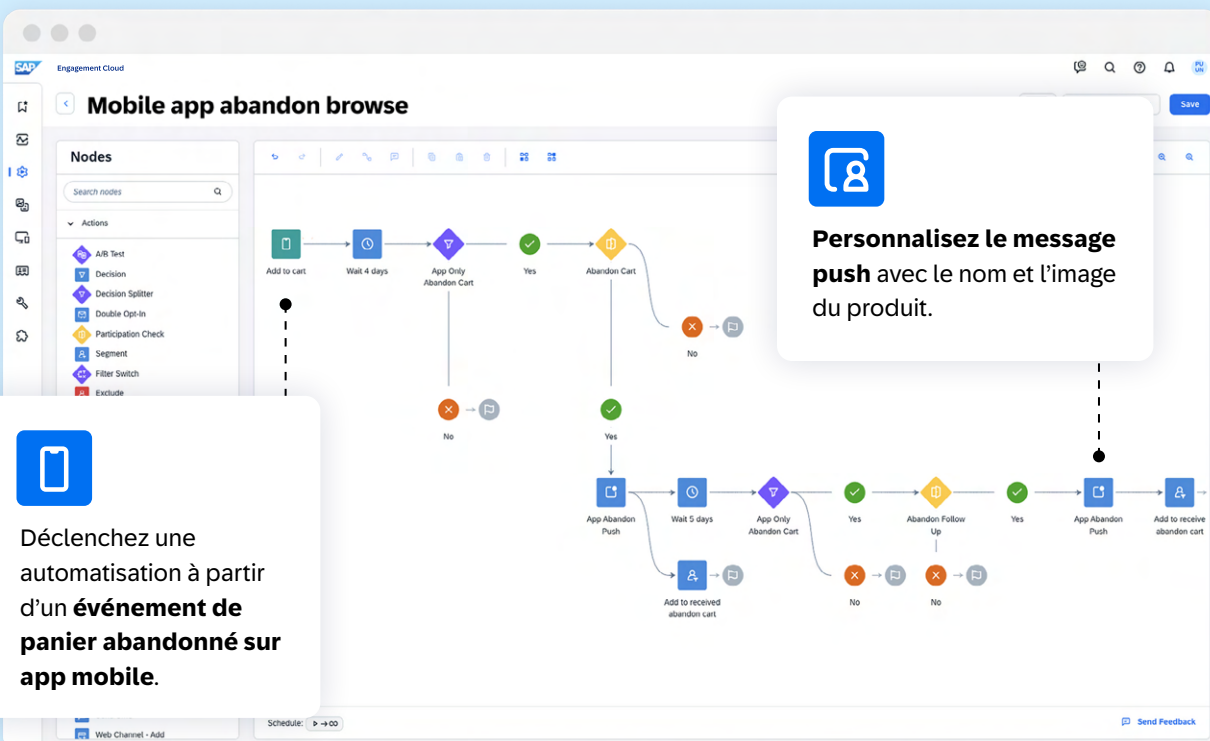
- Notifications Push Mobile

Solution

- Déclenchez un événement mobile personnalisé de panier abandonné pour cette automatisation en connectant les données opérationnelles de votre SAP Cloud ERP.
- Isolez uniquement les utilisateurs de l'application et ciblez aussi bien les clients anonymes que les clients identifiés.
- Envoyez une notification push de panier abandonné.
- Envoyez une notification de rappel si aucun achat n'a été fait.

Ressources facultatives

- **Offres de services SAP CX** : Conception et rédaction de notifications push mobile, création et exécution, personnalisation et ESL, messages transactionnels, automatisations/interactions, modèles in-app, géolocalisation et balises



Réactiver les membres inactifs du programme de fidélité

Cas d'usage :

Ravivez l'intérêt des membres inactifs. Ce cas d'usage transforme les audiences passives en participants actifs grâce à des messages ciblés qui favorisent l'action et renforcent la fidélité.

Retail | e-commerce | Biens de consommation | Sport et divertissement

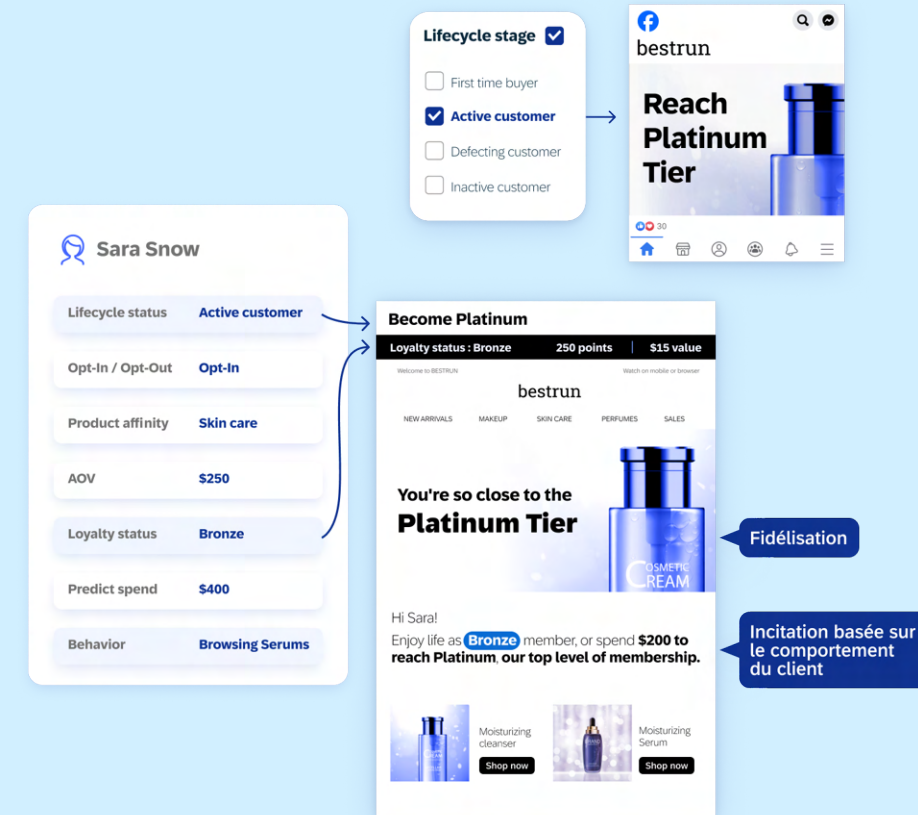
À mesurer :

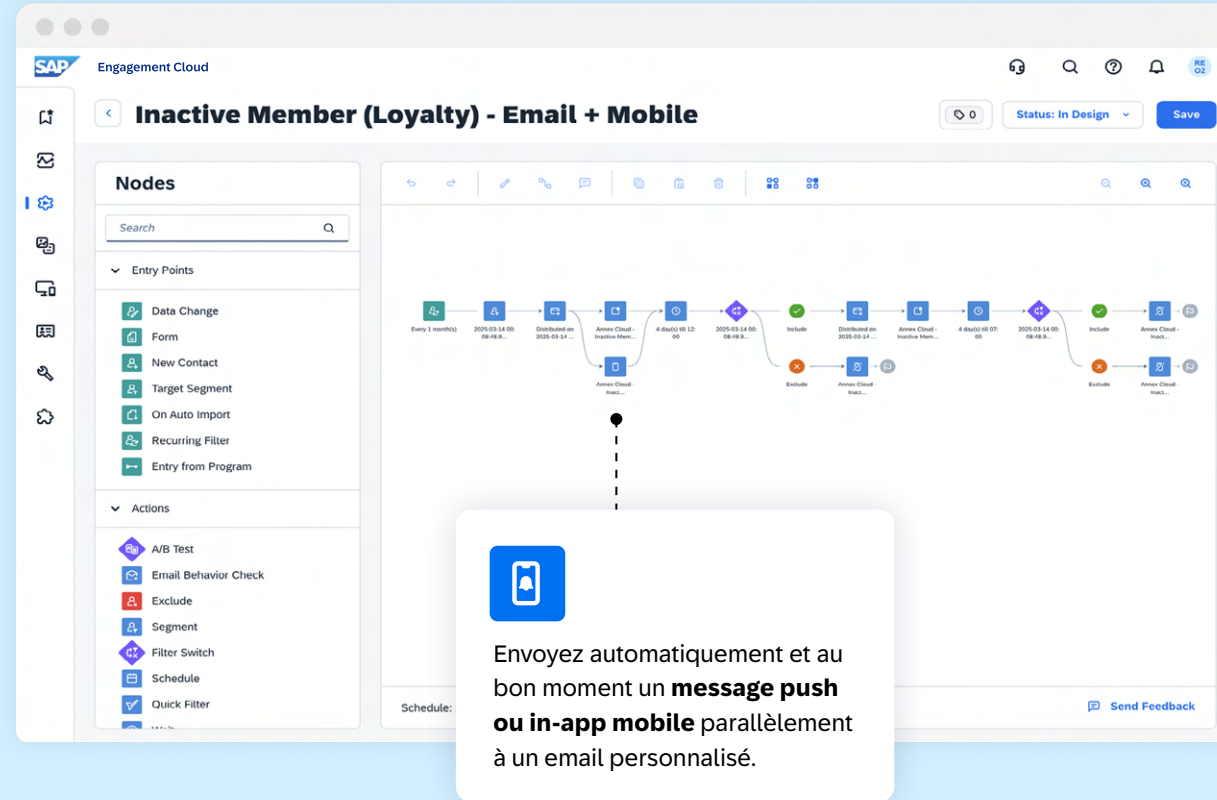
-  Désabonnement client
-  Fréquence d'achats
-  Revenu des clients premium

« Nous reconnaissons la demande croissante des consommateurs pour des produits et services durables, c'est pourquoi nous intégrons la durabilité au cœur de notre stratégie. Cela nous confère un avantage concurrentiel en matière de fidélisation à la marque. Pour renforcer l'efficacité de nos initiatives de développement durable, notre stratégie digitale est essentielle. Avec SAP Engagement Cloud, nous pouvons exploiter des insights basés sur les données et mieux comprendre comment améliorer l'efficacité de ces initiatives pour nos segments sensibles à la durabilité. »



Naresh Krishnamurthy, Senior Manager, Business Transformation, Cosmetics, Molton Brown





Avancé

Réactiver les membres inactifs du programme de fidélité

Canaux inclus

- Email
- In-app mobile
- Notifications Push Mobile

Ressources facultatives

- **Offres de services SAP CX :** Conception et rédaction d'emails, design et exécution, personnalisation et ESL, automatisations et optimisation

Solution

- Chaque mois, déclenchez un envoi d'email vers un segment de membres du programme de fidélité n'ayant montré aucune activité au cours des 30 derniers jours.
- Utilisez des tokens de personnalisation pour personnaliser l'email d'incitation.
- Envoyez un email de rappel au même segment d'audience 12 jours plus tard.
- Suivez avec précision la performance des programmes de fidélité, en comptabilisant leurs coûts, revenus et marges, et produisez des preuves de leur valeur aux standards financiers avec SAP Customer Loyalty Management.

Orienter les leads du digital vers le magasin physique pour leur premier achat

Cas d'usage :

Accompagnez vos clients dans leur recherche en ligne, puis orientez-les vers une offre qu'ils peuvent ajouter directement à leur portefeuille mobile, pour une identification en magasin facile et pratique, des insights clients enrichis et une expérience client sans friction.

À mesurer :

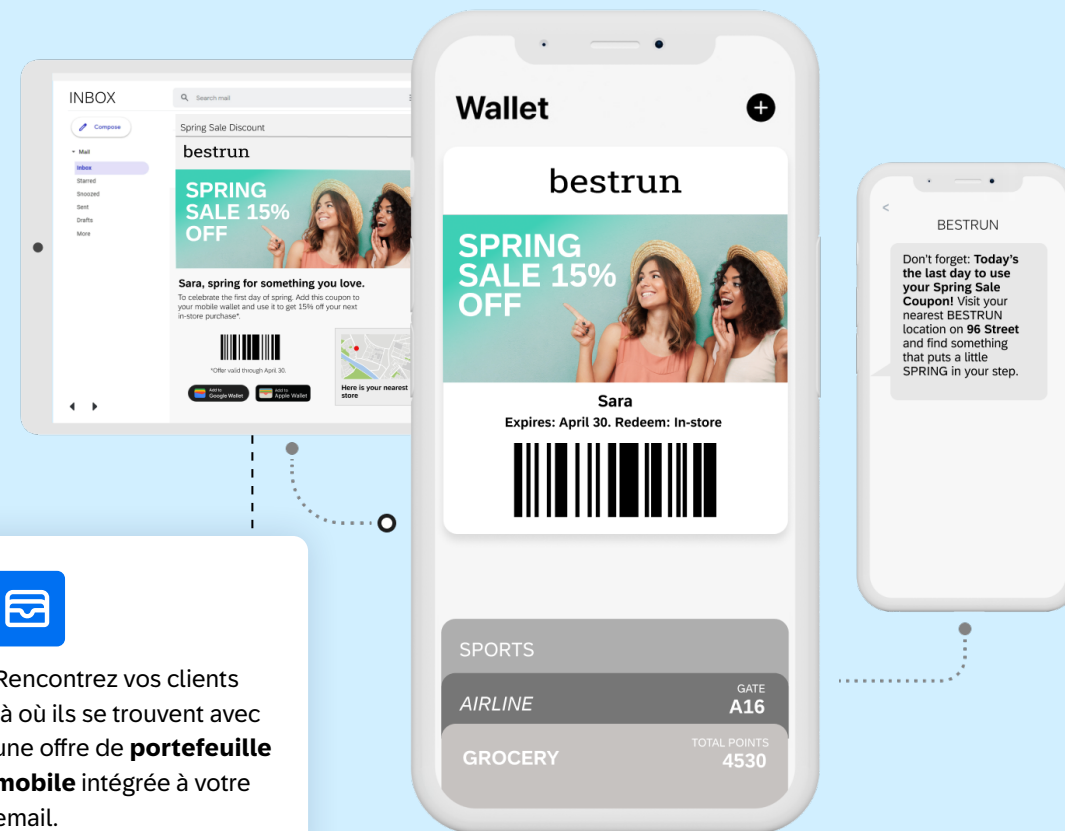
- 📱 Engagement en magasin ou lors d'un événement
- 💰 Téléchargements dans le portefeuille mobile
- 🏠 Utilisation du portefeuille mobile

Retail | Biens de consommation

« Nous avons désormais des clients qui, tout au long de leur parcours, alternent entre le digital et le physique. Il faut comprendre que ces clients regardent très probablement l'annonce en ligne, se rendent en magasin, essaient la chaussure, rentrent chez eux, y réfléchissent avec leur partenaire, comparent les prix, retournent en magasin, et finalisent peut-être leur achat en ligne ou en magasin. Peu importe, du moment que l'expérience client est fluide et omnicanale, en ligne comme hors ligne. »



Michael Chalhoub, President Strategy, Growth, Innovation & Investment, Chalhoub Group



Rencontrez vos clients là où ils se trouvent avec une offre de **portefeuille mobile** intégrée à votre email.



Utilisez des workflows agentiques pour concevoir un segment **ciblant les leads les plus pertinents**.



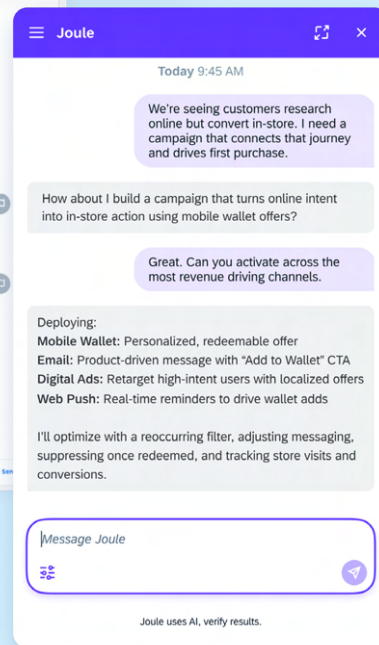
Intégrez à votre email une **offre de portefeuille mobile** à utiliser dans votre magasin ou lors de votre événement.



Créez un **filtre récurrent** pour mettre à jour automatiquement votre segment au quotidien.



Utilisez les assistants IA dans Joule pour **créer et lancer des contenus prêts à diffuser sur tous les canaux**.



Expert

Orienter les leads du digital vers le magasin physique pour leur premier achat

Canaux inclus

- Mobile Wallet
- Email
- Digital Ads
- Push Web

Solution

- Créez une campagne Mobile Wallet assortie d'un bon à utiliser en magasin ou lors d'un événement.
- Créez un segment dynamiquement avec l'assistant de campagne, qui donne accès à l'agent d'identification d'audience.
- Configurez un filtre récurrent et utilisez des commutateurs de filtre pour prédire si le client est le plus susceptible d'interagir en ligne ou par email.

- Ajoutez éventuellement plusieurs périodes d'attente pour tester les délais optimaux dans une campagne web ou d'annonces digitales.
- Actualisez votre liste pour écarter les clients inactifs et concentrez-vous sur vos leads les plus qualifiés.
- Utilisez l'agent de suivi de campagne pour surveiller les performances

Ressources facultatives

- **Offres de services SAP CX :** Collaboration stratégique sur la conception et la création de cas d'usage, support Studio pour les campagnes omnicanales, personnalisation et ESL



Découvrez SAP Engagement Cloud

Découvrez la personnalisation en action sur notre Product Hub.

Regarder maintenant

Vous cherchez un moyen d'améliorer votre personnalisation omnicanale ?

Élargissez vos capacités, maximisez votre valeur ajoutée et accédez aux fonctionnalités dont vous avez besoin pour monter en charge grâce à l'écosystème de partenaires SAP.

Découvrir

Prêts à recevoir une aide concrète pour transformer votre vision en réalité ?

Notre équipe Services vous apporte assistance et expertise pour vous aider à mettre en oeuvre les idées de ce guide, voire à aller encore plus loin afin d'avoir un véritable impact.

En savoir plus

À vous de jouer !

Une fois ce guide intégré, l'aventure ne fait que commencer. Il est temps de passer à l'action, de transformer les insights en stratégies et les stratégies en résultats. Où que vous en soyez dans votre parcours marketing, SAP Engagement Cloud dispose des outils et de l'accompagnement nécessaires pour vous aider à aller plus loin.

Le succès marketing ne se construit pas en un jour, mais avec les bons outils, les bons partenaires et le bon accompagnement, vous serez prêts à relever n'importe quel défi. Embarquons ensemble dans cette aventure et faisons de votre prochaine grande décision un tournant décisif.

Gartner, Magic Quadrant pour les moteurs de personnalisation, Penny Gillespie, Jason Daigler, Michael Ro, Ross Cosner, 2 février 2026. GARTNER et MAGIC QUADRANT sont des marques déposées et des marques de service de Gartner, Inc. et/ou de ses sociétés affiliées aux États-Unis et dans le monde. Leur utilisation dans le présent article a fait l'objet d'une autorisation. Tous droits réservés. Gartner n'apporte aucun soutien aux fournisseurs, produits ou services mentionnés dans ses publications de recherche et ne conseille aucunement aux utilisateurs de technologie d'opter pour les fournisseurs les mieux notés ou affichant une autre mention. Les publications de recherche Gartner contiennent les opinions de l'organisme de recherche de Gartner et ne doivent pas être interprétées comme des déclarations de fait. Gartner décline toute garantie, expresse ou implicite, concernant ces recherches, y compris toute garantie de qualité marchande ou d'adéquation à un usage particulier. SAP était présente sous le nom d'Emarsys dans le rapport Gartner avant son acquisition en 2020.

SAP Engagement Cloud aide les organisations à proposer des interactions uniques en connectant les informations clients en temps réel aux signaux opérationnels qui permettent à l'entreprise de tourner à plein régime. Intégré au portefeuille d'expérience client (CX) de SAP, Engagement Cloud facilite les interactions personnalisées et basées sur l'IA sur tous les canaux, transformant différents moments (commandes, événements de service, étapes de fidélisation...) en expériences marquantes qui renforcent la confiance, les relations et favorisent la croissance. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.emarsys.com/fr ou sap.com