

## VI. Lexique

- ✓ **Ad-centric Metrics** : Indicateurs utilisés pour mesurer la performance des campagnes publicitaires, tels que le taux de clics (CTR), le coût par clic (CPC), ou les impressions.
- ✓ **Attribution** : Processus visant à déterminer l'importance de chaque point de contact dans le parcours client menant à une conversion.
- ✓ **API (Application Programming Interface)** : Interface permettant à différents logiciels de communiquer entre eux. Les APIs, comme celles utilisées pour l'attribution, facilitent l'échange de données entre systèmes.
- ✓ **Bounce Rate (Taux de rebond)** : Pourcentage d'utilisateurs qui quittent un site après avoir consulté une seule page, sans interaction supplémentaire.
- ✓ **Budget publicitaire** : Montant alloué à une campagne marketing pour atteindre un public cible via des plateformes comme Facebook Ads, Google Ads, etc.
- ✓ **CPA (Cost Per Acquisition)** : Coût moyen pour acquérir une conversion ou un client via une campagne publicitaire.
- ✓ **CPC (Cost Per Click)** : Coût payé par l'annonceur chaque fois qu'un utilisateur clique sur une annonce.
- ✓ **CPM (Cost Per Mille)** : Coût pour 1 000 impressions d'une annonce publicitaire.
- ✓ **Cookies** : Petits fichiers texte stockés sur l'appareil d'un utilisateur, utilisés pour suivre ses interactions en ligne. Ils peuvent être primaires (créés par le site visité) ou tiers (créés par des services externes).
- ✓ **CTR (Click Through Rate)** : Pourcentage d'utilisateurs ayant cliqué sur une annonce par rapport au nombre total d'impressions.
- ✓ **Data-Driven Marketing** : Stratégie marketing basée sur l'analyse des données pour optimiser les campagnes et les prises de décision.
- ✓ **Durée moyenne de session** : Temps moyen qu'un utilisateur passe sur un site web au cours d'une visite.
- ✓ **Engagement** : Ensemble des interactions des utilisateurs avec une annonce ou un contenu (likes, partages, commentaires, clics, etc.).
- ✓ **EPrivacy** : Règlement européen destiné à compléter le RGPD, axé sur la confidentialité des communications électroniques.
- ✓ **Fingerprinting** : Méthode de suivi des utilisateurs basée sur des caractéristiques uniques de leur appareil (type de navigateur, résolution d'écran, etc.).
- ✓ **FLoC (Federated Learning of Cohorts)** : Méthode proposée par Google pour remplacer les cookies tiers, regroupant les utilisateurs en cohortes anonymes en fonction de leurs comportements de navigation. Remplacée par **Topics API**.

- ✓ **Google Analytics** : Outil d'analyse de données utilisé pour suivre et comprendre le comportement des utilisateurs sur un site web.
- ✓ **IDFA (Identifier for Advertisers)** : Identifiant unique attribué aux appareils iOS pour suivre les utilisateurs dans les applications à des fins publicitaires.
- ✓ **Impressions** : Nombre de fois qu'une annonce a été affichée à un utilisateur, indépendamment des clics ou interactions.
- ✓ **KPI (Key Performance Indicator)** : Indicateur clé de performance utilisé pour mesurer l'efficacité d'une campagne ou d'une action marketing.
- ✓ **Landing Page (Page de destination)** : Page sur laquelle un utilisateur atterrit après avoir cliqué sur une annonce ou un lien. Elle est conçue pour encourager une action spécifique (achat, inscription, etc.).
- ✓ **Linear Attribution** : Modèle d'attribution qui répartit équitablement le crédit de la conversion entre tous les points de contact du parcours client.
- ✓ **Marketing Mix Modeling (MMM)** : Analyse statistique utilisée pour mesurer l'impact des différents canaux marketing sur les ventes.
- ✓ **Métriques site-centric** : Indicateurs mesurant le comportement des utilisateurs sur un site web, tels que le nombre de visites, les pages vues, ou le taux de conversion.
- ✓ **Paramètres UTM (Urchin Tracking Module)** : Balises ajoutées aux URLs pour suivre l'origine du trafic d'une campagne marketing.
- ✓ **Pixel de suivi** : Petit élément invisible inséré sur une page web ou dans un email pour suivre les actions des utilisateurs.
- ✓ **RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données)** : Régulation européenne visant à protéger les données personnelles des citoyens de l'UE.
- ✓ **ROI (Return on Investment)** : Mesure du retour sur investissement d'une campagne marketing.
- ✓ **Sandbox (Privacy Sandbox)** : Initiative de Google visant à remplacer les cookies tiers par des technologies plus respectueuses de la vie privée.
- ✓ **Segmentation** : Division d'une audience en groupes distincts basés sur des critères comme la démographie, les comportements, ou les intérêts.
- ✓ **Sessions** : Interactions continues d'un utilisateur avec un site web pendant une période donnée.
- ✓ **Taux de conversion** : Pourcentage d'utilisateurs ayant accompli une action spécifique (achat, inscription, etc.) par rapport au nombre total de visiteurs.
- ✓ **Topics API** : Méthode alternative aux cookies tiers proposée par Google, basée sur des intérêts anonymisés des utilisateurs.
- ✓ **Tracking** : Ensemble des techniques et outils utilisés pour suivre le comportement des utilisateurs en ligne.

- ✓ **User Journey (Parcours utilisateur)** : Ensemble des étapes et interactions qu'un utilisateur traverse avant de réaliser une conversion.
- ✓ **UX (User Experience)** : Expérience globale ressentie par un utilisateur lors de sa navigation sur un site web ou application.
- ✓ **Valeur à vie du client (Customer Lifetime Value - CLV)** : Montant total qu'un client génère pour une entreprise pendant toute la durée de leur relation.