

Les 5 idées à retenir sur l'attribution en France

1. Un sujet d'actualité

Dans un paysage digital français dominé principalement par le clic,

93% des professionnels du digital pensent que l'attribution est un sujet stratégique



89% mènent actuellement ou ont déjà mené des réflexions concernant la mise en place d'un nouveau modèle d'attribution



2. Evolution des pratiques

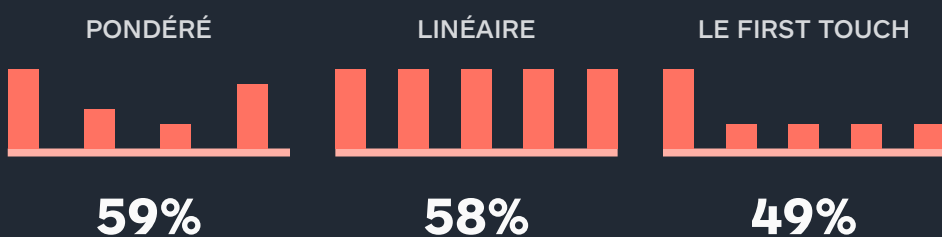
33% des responsables marketing pensent que le last clic était plus valorisé il y a 3 ans qu'aujourd'hui



et **30%** estiment que le last touch était également plus valorisé il y a 3 ans qu'aujourd'hui

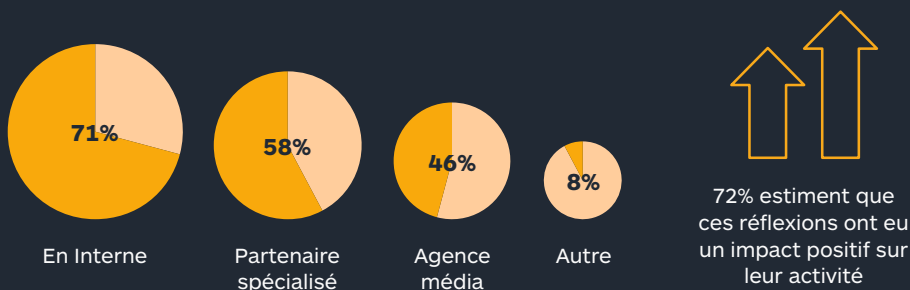
3. Des changements importants en perspective

Les décideurs du digital estiment que dans 3 ans, les modèles suivants seront bien plus valorisés qu'aujourd'hui :



4. Une réflexion essentiellement menée en interne

Pour les accompagner dans leur réflexion d'un nouveau modèle, les acteurs digitaux déclarent aussi faire appel à un partenaire spécialisé et à leur agence média :



5. Les obstacles au changement

Les principaux obstacles actuels pour un changement de modèle :



76%

Difficulté à voir les bénéfices à court terme



64%

Changement coûteux pour l'entreprise à court terme



63%

Difficulté à trouver les outils de mesure pour collecte et analyse en continu

À propos de Quantcast

Quantcast est un acteur leader de la publicité digitale spécialisé dans la mesure d'audience et l'achat display en programmation. Créé en 2006 à San Francisco, Quantcast travaille avec plus de 2000 marques à travers le monde dont de grands e-commerçants et compte plus de 750 collaborateurs.

Quantcast dispose aujourd'hui des connaissances les plus approfondies des audiences Internet et mobiles permettant l'acquisition de nouveaux clients sur le principe du ciblage « look-alike » pour les campagnes à la performance et du ciblage démographique et comportemental pour les campagnes branding.

Pour obtenir plus d'informations, consultez www.quantcast.fr