

Définition des termes monitoring, rapport et optimisation

Monitoring

Le monitoring couvre toute action (campagne SEA, SEO, A/B test, mise en ligne, ...)

Il prendra souvent la forme d'un Google Data Studio (GDS) pour les campagnes mais il pourra aussi prendre la forme d'un tableur avec des liens qui emmène vers les outils qui contiennent les données (GA, MOZ, Search console, ...)

Il n'est pas systématiquement un livrable

Il est à mettre en place avant le lancement de l'action ou ASAP.

Il reprendra les KPIs et objectifs importants du clients. Ceux-ci seront définis le plus souvent dans la User Story (US).

Rapport ou rapport de fin de campagne

Ce sera le plus souvent un monitoring GDS accompagné d'une analyse.

Le PO fait explicitement la demande et prévoit une US.

Elle peut être réalisée en fin ou en cours d'action. Elle a pour but d'en tirer des learnings et d'alimenter le backlog

Optimisation

Actions d'optimisations légères sur l'ad manager comme ajuster des CPC, revoir des audiences, exclure des mots-clés, ...

Ce type d'optimisation rentre dans une US à 1 ou 2 points max. La fréquence et le nombre de points est définie par le trafic

OU

des actions d'optimisations lourdes dans laquelle tout est permis. Nouvelles créas, nouveaux supports, révision d'une landing page ... etc

Ce type d'optimisation sera estimée et fera l'objet d'une US séparée

Révision #2

Créé 27 August 2020 08:20:53

Mis à jour 10 August 2022 14:26:24 par Jean-Paul Diaz-Caneja