



Prenez le contrôle de vos investissements e-marketing

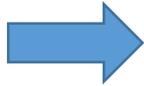
Manuel d'utilisation

Table des matières

Les principaux boutons de l'interface Mazeberry.....	3
Connexion.....	4
Mot de passe perdu.....	5
Mon compte utilisateur.....	6
Gestion Multi-utilisateurs.....	7
Récapitulatif des différents accès utilisateurs.....	8
Configurer mes sites.....	9
Paramètres.....	10
Configuration des objectifs.....	11
Configuration des priorités.....	12
Choix du site.....	13
Choix de l'objectif de conversion.....	13
Création et consultation d'analyses.....	14
La barre d'action.....	15
Le partage des rapports.....	16
Les Rapports.....	17
Le Dashboard.....	17
Personnaliser le Dashboard.....	17
Evolution.....	18
Contexte.....	19
Trafic.....	19
Présence.....	20

Contribution.....	21
Attribution.....	22
Marketing Channels	23
Evolution.....	24
Support	25
Le Didacticiel	25
Contacter le Support Technique.....	25

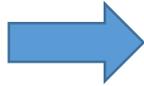
Les principaux boutons de l'interface Mazeberry



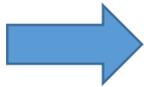
CADENAS : déverrouiller/verrouiller un compte avant toute modification



VALIDATION : confirmer et sauvegarder les modifications.



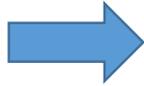
MODIFICATION : modifier un élément



AJOUT : ajouter un élément



CORBILLE : supprimer un élément



PARTAGE : partager une analyse ou un rapport avec un collaborateur ou un consultant



PARAMETRES : modifier les paramètres de l'élément



DIDACTICIEL : lancer le didacticiel

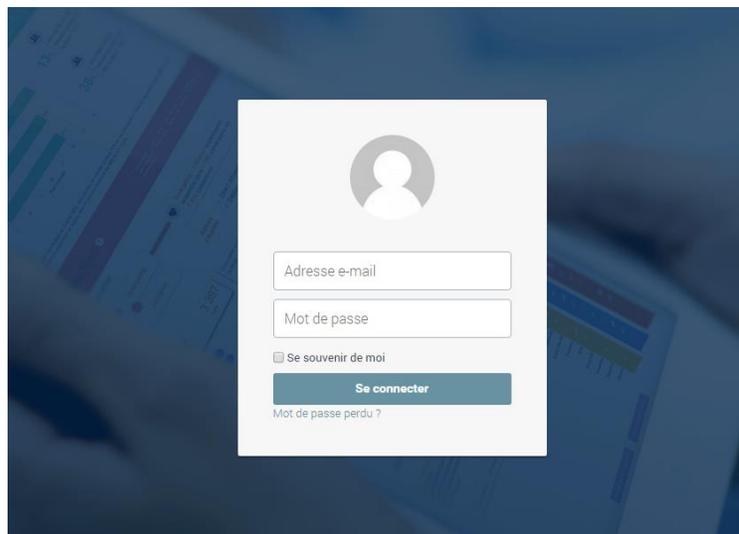
Section 1: Connexion à l'application

Cette partie permet de:

- ✓ Se connecter à la solution Mazeberry
- ✓ Redéfinir le mot de passe en cas d'oubli

Connexion

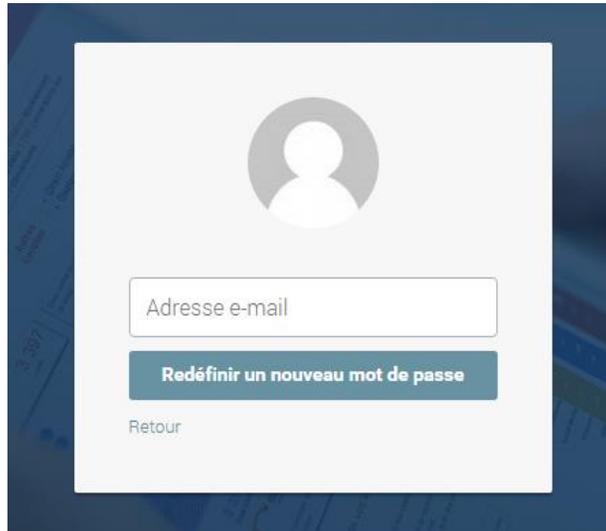
Rendez-vous à l'adresse suivante : <https://app.mazeberry.com>



❗ Pour vous connecter à l'interface, entrez votre adresse e-mail ainsi que le mot de passe que vous avez reçu par e-mail, puis cliquez sur « Se connecter ».

❓ Cochez la case « se souvenir de moi » pour ne plus avoir à taper l'adresse mail et le mot de passe à chaque connexion.

Mot de passe perdu



❗ En cas d'oubli du mot de passe, cliquez sur « mot de passe perdu ? », une fenêtre vous invitera alors à saisir votre adresse email afin de redéfinir un nouveau mot de passe.

Vous recevrez par la suite un email vous expliquant la démarche à suivre pour réinitialiser le mot de passe.

Section 2:

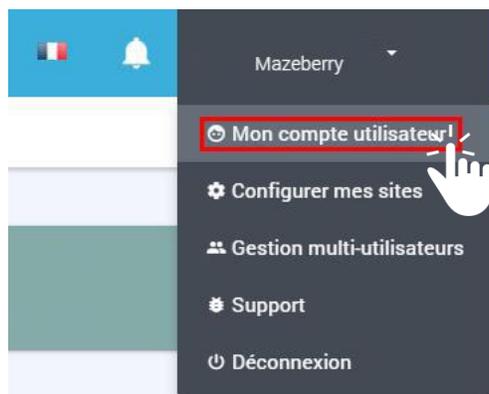
Mon compte utilisateur



Cette partie permet de:

- ✓ Changer le mot de passe
- ✓ Définir la langue de l'interface
- ✓ Choisir la devise utilisée pour l'affichage

Mon compte utilisateur



- ! Cette partie de Mazeberry permet de configurer les paramètres propres au compte, à savoir :
- Le nom
 - Le mot de passe du compte
 - La langue d'affichage de l'interface
 - La couleur de la barre de navigation
 - La devise utilisée pour l'affichage et le taux de change en vigueur

Pour modifier ces informations, il suffit de cliquer sur l'icône du cadenas  située en bas à droite, une fenêtre vous demandera alors de taper votre mot de passe pour autoriser les modifications.

N'oubliez pas d'enregistrer les modifications en cliquant sur le  situé en bas à droite

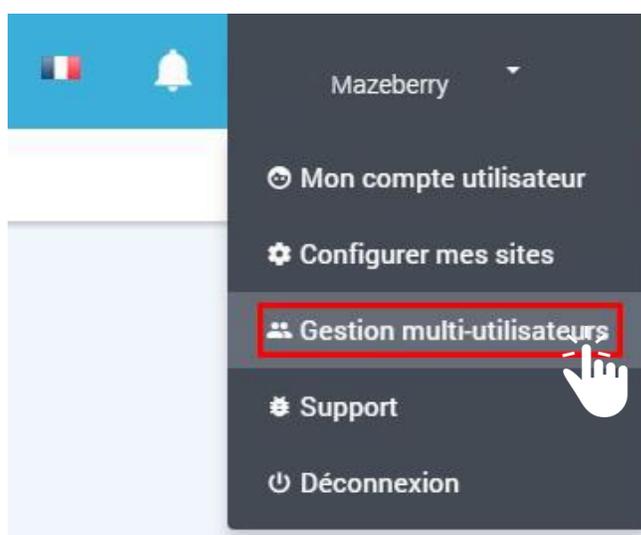
Section 3: Gestion multi-utilisateurs



Cette partie permet de:

- ✓ Connaître l'ensemble des utilisateurs ayant accès au(x) profil(s) site(s) du compte
- ✓ Ajouter des comptes utilisateurs pour les collaborateurs
- ✓ Ajouter des consultants qui auront un accès restreint

Gestion Multi-utilisateurs



! Cette partie présente la liste de tous les utilisateurs ayant accès au(x) profil(s) site(s) du compte.

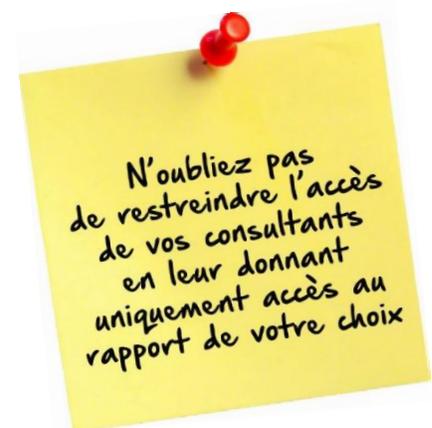
Il existe 3 typologies d'utilisateurs :

- Administrateur
- Collaborateur
- Consultant



Récapitulatif des différents accès utilisateurs

	Administrateur	Collaborateur	Consultants
Nombre maximal de profils	Illimité	Illimité	Illimité
Gestion multi-utilisateurs	OUI	NON	NON
Gestion des accès consultants	OUI	OUI	NON
Création, consultation et modifications des rapports	OUI	OUI	NON
Lecture des analyses	OUI	OUI	OUI



Section 4:

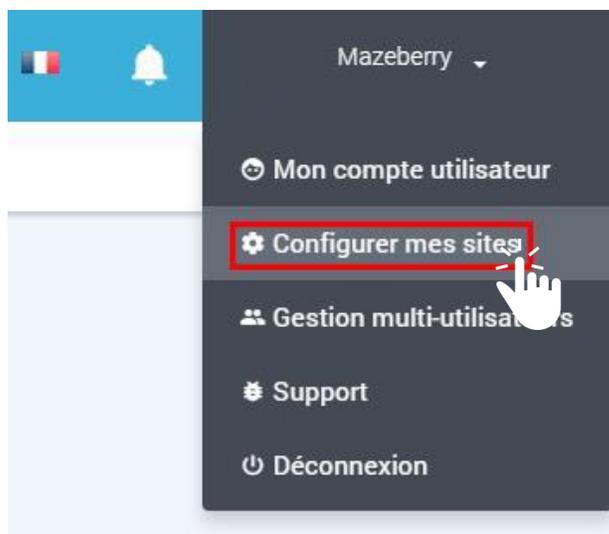
Configurer mes sites



Cette partie permet de:

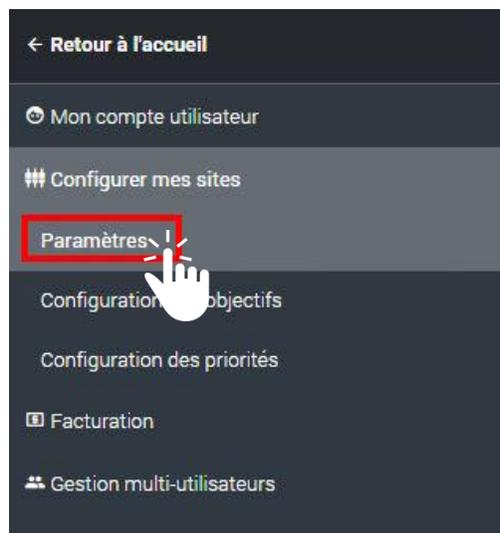
- ✓ Modifier le logo et la bannière de l'interface
- ✓ Configurer le taux de marge et le taux de TVA
- ✓ Choisir l'affichage en HT ou en TTC des montants
- ✓ Définir le modèle d'attribution par défaut
- ✓ Choisir le suffixe des leviers selon leur priorité
- ✓ Configurer vos objectifs globaux pour les analyses
- ✓ Définir vos objectifs par leviers
- ✓ Configurer les règles de priorité des leviers

Configurer mes sites



! Cette section permet de configurer l'ensemble des paramètres propres au site, après avoir cliqué sur « Configurer mes sites » une fenêtre vous invitera à sélectionner le site dont vous souhaitez modifier les paramètres.

Paramètres



! Cette partie permet de configurer les paramètres de votre site, à savoir :

- Le taux de marge utilisé pour calculer le ROI/ROAS
- Le taux de TVA
- Le modèle d'attribution par défaut, le modèle recommandé étant le modèle Mazeberry
- La devise de la solution analytics (Google Analytics, Eulerian, AT internet...)
- L'affichage des données en HT ou TTC dans les rapports
- Le format d'affichage du ROI/ROAS
- Les suffixes utilisés pour différencier les priorités des leviers

Pour modifier ces paramètres, il cliquez sur le bouton modifier  situé en bas à droite.

? Dans cette partie vous trouverez également les boutons  [Modifier l'icone du site](#)  [Modifier la bannière du site](#)
Ces boutons permettent de modifier le logo et la bannière présents sur toute l'interface Mazeberry et sur l'ensemble des analyses.



Configuration des objectifs

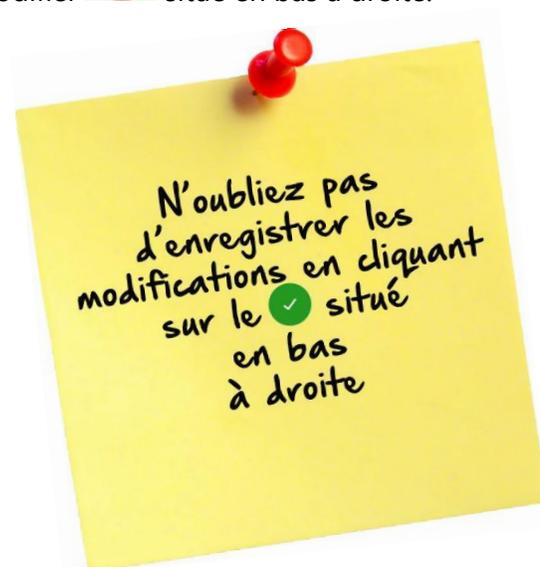


! Cette section permet de définir:

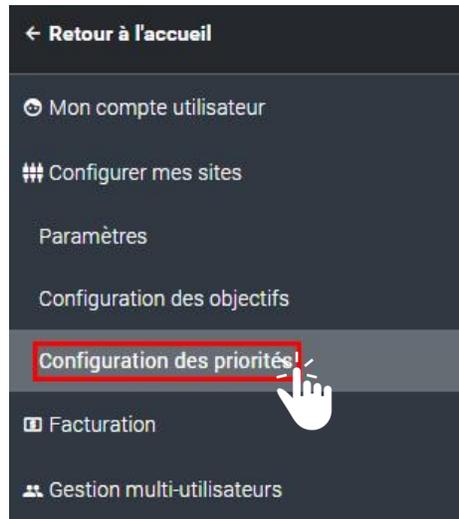
- Les objectifs globaux pour les analyses (CA, coût par visite utile, ROI, CPA, ROAS, taux de conversion)
- Les objectifs spécifiques par leviers (CA, CPA, taux de visites utiles...)

? Les objectifs globaux et spécifiques seront utilisés pour tous les rapports, ils permettent de savoir très rapidement si les objectifs sont atteints ou non à l'aide des barres de progression.

Pour modifier ces paramètres, cliquez sur le bouton modifier  situé en bas à droite.



Configuration des priorités



! Cette partie permet de définir les règles des priorités pour chaque levier.

? Pour rappel, les règles de priorités permettent d'ajuster l'attribution marketing en fonction de la nature des différents canaux marketing. Ces règles permettent de ne pas sous-estimer les canaux d'acquisition payants et, à contrario, de ne pas surévaluer les canaux d'acquisition reposant sur la notoriété.

Mazeberry recommande les règles suivantes par défaut :

- ❖ Attribuer une **priorité intermédiaire** aux sources de trafic reposant sur la notoriété
- ❖ Attribuer une **priorité faible** aux erreurs de tracking et autres sources de trafic n'étant ni liées à votre notoriété, ni liées à votre stratégie d'acquisition.
- ❖ Maintenir tous les autres sources de trafic en **priorité forte**

Pour modifier ces paramètres, cliquez sur le bouton modifier  situé en bas à droite.



N'oubliez pas d'enregistrer les modifications en cliquant sur le  situé en bas à droite

Section 5:

Accès aux analyses

Cette partie permet de:

- ✓ Choisir le site dont vous souhaitez voir l'analyse
- ✓ Sélectionner l'objectif de conversion
- ✓ Créer une analyse sur une période définie
- ✓ Consulter l'analyse mensuelle de votre choix

Choix du site



! Cette page est la première qui s'affiche lors de vos connexions, elle permet de choisir le site dont vous souhaitez consulter les analyses.
Cliquez simplement sur le nom ou le logo du site.

Choix de l'objectif de conversion



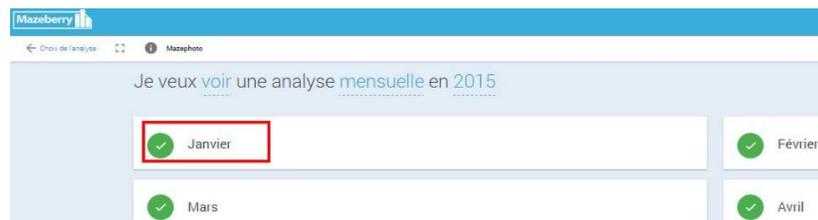
! Cette page permet de choisir l'objectif de conversion à analyser.
En fonction des objectifs définis contractuellement (ex : ventes e-commerce, lead, demande de devis...), sélectionnez celui à consulter en cliquant sur le nom ou le logo de l'objectif souhaité.

Création et consultation d'analyses



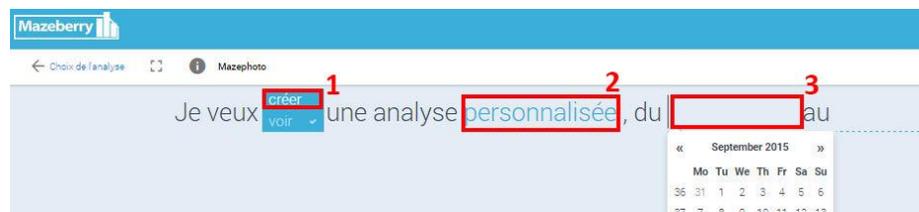
! Cette page permet de créer des analyses sur une période personnalisée et de consulter les analyses déjà créées.

👁 Pour consulter une analyse:



Cliquez simplement sur le mois d'analyse souhaité.

+ Pour créer une analyse:



- 1) Cliquez sur le bouton **voir** puis choisissez l'option « **créer** ».
- 2) Définissez ensuite le **type d'analyse** : mensuelle ou personnalisée
- 3) Sélectionnez la **période d'analyse**

→ Après avoir sélectionné la période, validez la création de l'analyse en cliquant sur le bouton  situé en bas à droite, la création sera alors lancée.

→ Une fois l'analyse créée, une notification sera envoyée par mail vous informant que l'analyse est disponible. Pendant la création des analyses, l'interface reste totalement disponible.

Section 6 :

Les analyses

Cette partie permet de:

- ✓ Découvrir les fonctions de la barre d'action
- ✓ Partager des analyses
- ✓ Organiser le Dashboard avec les widgets
- ✓ Savoir parcourir le menu des analyses
- ✓ Gérer la partie « Evolution »

La barre d'action



! La **barre d'action** est présente sur toutes les pages de vos analyses.

Elle regroupe les principales fonctionnalités :

A : Mode plein écran

B : Lancer le didacticiel

C : Paramètres d'affichages (Post-clic ou Post-clic post-imp / HT ou TTC)

D : Modèle d'attribution choisi

E : Centre de contrôle (Niveau de segmentation, utilisation des priorités, PC/PCPI et HT/TTC)

F : Paramètres de l'analyse (Modèle d'attribution, devise, objectifs)

G : Bouton de partage

E Le Centre de contrôle



⇒ Le niveau de segmentation des leviers (Simple ou détaillé)

⇒ Consulter l'analyse avec ou sans retraitement des priorités

⇒ Passer en lecture Post-clic ou Post-clic Post-impression

⇒ Affichage des en TTC ou HT

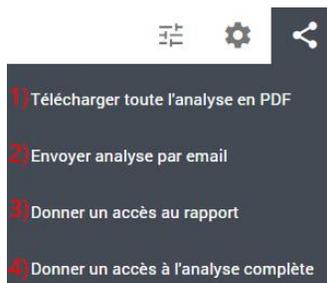
F : Les paramètres de l'analyse



- 1) Modèle d'attribution
- 2) Taux de TVA
- 3) Devise utilisée
- 4) Taux de marge utilisé
- 5) Objectifs par levier et globaux
- 6) Entrer les Dépenses publicitaires
- 7) Modifier le nombre de visites ou d'impressions

Le partage des rapports

Pour **partager des rapports** avec des collaborateurs ou des consultants, cliquez à tout moment sur le bouton de partage (G).



- 1) Permet de télécharger une version en PDF du rapport
- 2) Envoyer une copie de l'analyse par email
- 3) Donner accès uniquement au rapport à un consultant
- 4) Donner accès à l'intégralité de l'analyse à un consultant

Les Rapports

La partie **Rapports** présente une approche multicanal des différents leviers.

Cette partie permet de réaliser une étude approfondie du Mix Marketing.

Le Dashboard



! Le **Dashboard** est la première page qui s'affiche en entrant dans une analyse. Il est totalement personnalisable et vous permet d'avoir une vue synthétique de vos principaux KPI et graphiques à l'aide de widgets et d'un système de glisser/déposer.

Personnaliser le Dashboard

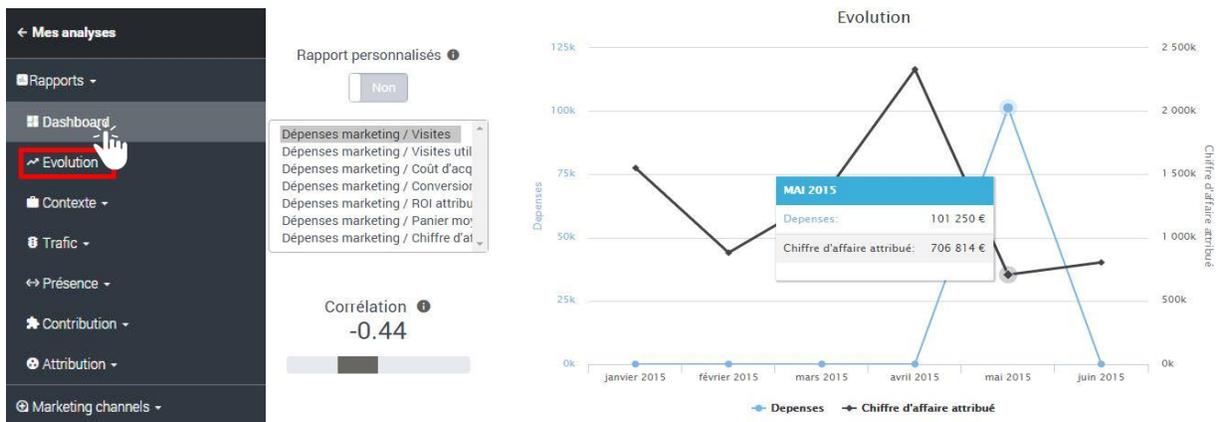


Pour personnaliser le Dashboard :

- : Ajouter un nouveau widget
- : Modifier un widget existant
- : Renommer un widget en cliquant sur
- : Zoomer sur un widget en particulier
- : Supprimer un widget
- : Agrandir ou réduire un widget
- Déplacer un widget par simple glisser/déposer

Evolution

! La partie **évolution** permet de suivre l'évolution des résultats sur une période définie et de voir l'impact des décisions prises grâce à Mazeberry.



- ❖ Vous pouvez faire un focus sur un levier en particulier à l'aide du menu déroulant situé en haut à droite de la page.
- ❖ Pour **définir la période à comparer**, cliquez à tout moment sur le bouton de la colonne de variation, cette fenêtre s'ouvrira alors pour vous inviter à entrer la période à comparer :

Periode à comparer ✕

Mois - x
 Année - x

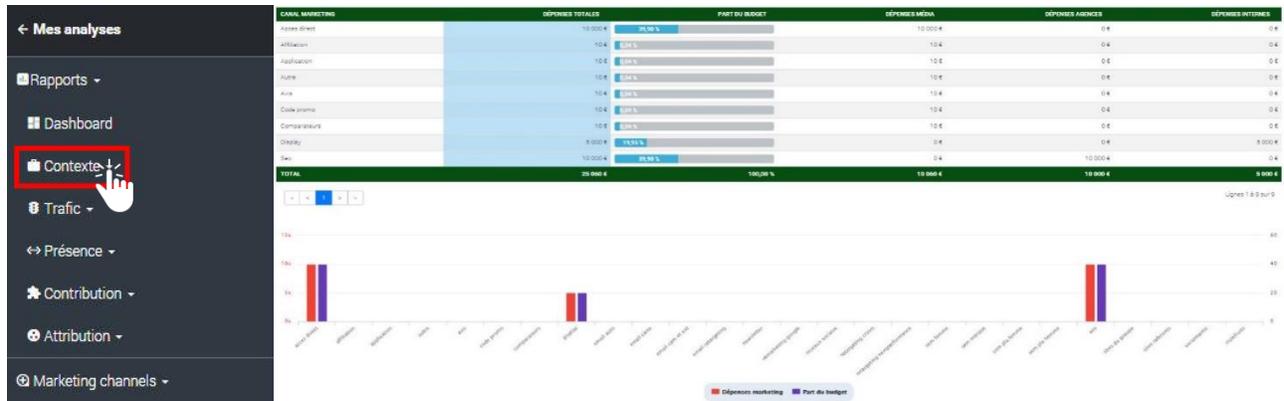
Periode de à

Par rapport à à

↗ Pour suivre l'évolution de la corrélation entre 2 KPI personnalisés, activez les rapports personnalisés en cliquant sur , puis en choisissant les KPI de votre choix.

Contexte

! La partie **contexte** offre un rapide récapitulatif des objectifs et du budget consacré aux dépenses marketing.



Elle se compose de 2 parties :

- 1) Objectifs marketing
- 2) Détails du budget

- 1) Un tableau récapitulant les principaux objectifs à atteindre par canal
- 2) Un tableau et un graphique reprenant l'ensemble des dépenses marketing (dépenses média + frais d'agence + dépenses internes) et la part du budget allouée.

Trafic

! La partie **Trafic** permet de faire un bilan de l'activité du site sur la période analysée, à savoir les impressions, clics, et visites générés sur le site.



Elle se compose de 6 grandes parties :



- 1) Nombre d'impressions générées par chaque canal marketing
- 2) Parmi les impressions, combien ont participé directement ou indirectement à une conversion
- 3) Nombre de clics générés par chacun des canaux marketing
- 4) Combien de visites sont générées par chacun des canaux marketing
- 5) Indique quelles sont les visites qui ont participé aux chemins de conversion et quel est le taux de visites utiles
- 6) Donne le nombre de canaux, le nombre de visites et le nombre de jours nécessaires à la conversion : un aperçu du parcours type du client

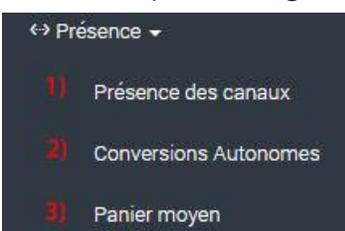
! Veuillez noter que les sections « Impressions » et « Impressions Utiles » sont uniquement disponibles pour les clients ayant souscrit à l'option « Post-clic - Post Impressions » signalée par

Présence

! La partie **présence** permet d'estimer l'impact quantitatif d'une source de trafic et sa part d'autonomie.

CANAL MARKETING	PRÉSENCE (CONVERSIONS)	TAUX DE PRÉSENCE	DÉPENSES MARKETING	COÛT PAR PRÉSENCE	PRÉSENCE (CHIFFRE D'AFFAIRES)	PART DU CHIFFRE D'AFFAIRES
Sea marque	4 661	37 %	15 870 €	3,40 €	271 248 €	26,82 %
Seo	4 920	34 %	3 600 €	0,83 €	248 921 €	24,82 %
Emailing fidélisation	3 680	28 %	2 500 €	0,70 €	190 705 €	18,66 %
Affiliation	1 929	15 %	25 600 €	13,27 €	111 257 €	11,01 %
Product listing ads	1 312	10 %	6 680 €	5,09 €	12 742 €	1,26 %
Acces direct	1 282	10 %	0 €	0,00 €	71 428 €	7,07 %
Retargeting	611	5 %	5 800 €	9,49 €	30 965 €	3,06 %
Sea hors marque	479	4 %	17 650 €	36,85 €	25 242 €	2,50 %
Sites referents	349	3 %	0 €	0,00 €	21 289 €	2,11 %
Compareurs	225	2 %	9 850 €	43,78 €	11 041 €	1,09 %
Reseaux sociaux	121	1 %	0 €	0,00 €	5 900 €	0,58 %
Emailing acquisition	94	1 %	3 600 €	37,23 €	5 731 €	0,57 %
Display	94	1 %	10 200 €	108,51 €	4 457 €	0,44 %

Elle se compose de 3 grandes parties :



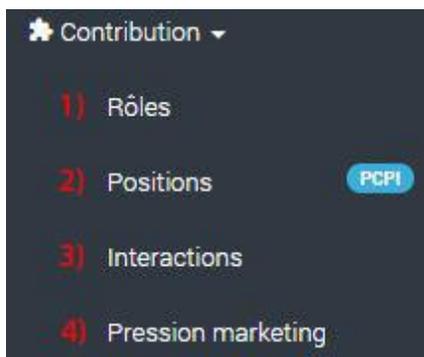
- 1) Nombre de conversions où le canal marketing est intervenu
- 2) Nombre de conversions où le canal marketing est intervenu seul
- 3) Détermine le panier moyen d'une conversion lorsque le canal marketing y est présent

Contribution

❗ La partie **contribution** permet d'évaluer la contribution de chaque canal marketing au CA en déterminant le rôle de chaque levier, la position dans le chemin de conversion et les interactions avec les autres leviers.

← Mes analyses	CANAL MARKETING	INITIATEUR	PASSEUR	BUTEUR	POLYVALENT	AUTONOME
Rapports -	Acces direct	0%	0%	0%	0%	100%
Dashboard	Affiliation	6%	16%	49%	4%	26%
Contexte -	Comparateurs	29%	14%	10%	3%	43%
Trafic -	Display	30%	35%	12%	1%	22%
Présence -	Emailing acquisition	30%	24%	10%	0%	36%
Contribution -	Emailing fidelisation	14%	10%	31%	6%	40%
Attribution -	Product listing ads	9%	6%	3%	1%	81%
Marketing channels -	Reseaux sociaux	18%	24%	26%	2%	34%
	Retargeting	23%	30%	28%	1%	17%
	Sea hors marque	29%	25%	18%	1%	27%
	Sea marque	25%	12%	16%	5%	42%
	Seo	32%	14%	10%	4%	41%
	Sites referents	14%	36%	32%	1%	17%

Cette section se compose de 4 grandes parties :



- 1) **Rôles** : Permet d'identifier la place de chaque canal au sein d'un parcours de conversion, et de vérifier que le canal marketing joue bien le rôle qui lui a été conféré
- 2) **Positions** Evalue la position de chaque levier dans le parcours de conversion (disponible en post-clic/post-imp **PCPI**)
- 3) **Interactions** : permet de visualiser les interactions existantes entre les leviers et de mettre en avant les couples de leviers qui ont tendance à intervenir ensemble ou à se cannibaliser dans les conversions
- 4) **Pression Marketing** détermine quels canaux ont tendance à se répéter au sein des parcours de conversion et le coût réel de chaque levier pour une conversion, afin d'évaluer l'efficacité des visites par canal marketing.

Les Typologies de Rôles:

Initiateur
 Passeur
 Buteur

Autonome
 Polyvalent

Attribution

! Le rapport d'**attribution** offre un focus plus financier en présentant les conversions attribuées, le chiffre d'affaire attribué ainsi que les objectifs de rentabilité.

← Mes analyses	CANAL MARKETING	CONVERSIONS ATTRIBUÉES	PART DES CONVERSIONS ATTRIBUÉES	COÛT D'ACQUISITION ATTRIBUÉ
Rapports ▾	Sea marque	3 169	24,90 %	5,01 €
Dashboard	Seo	2 839	22,90 %	1,27 €
Contexte ▾	Emailing fidelisation	2 382	18,48 %	1,06 €
Trafic ▾	Acces direct	1 251	9,83 %	0,00 €
Présence ▾	Affiliation	1 128	8,87 %	22,69 €
Contribution ▾	Product listing ads	1 000	7,84 %	6,88 €
Attribution	Retargeting	278	2,18 %	20,88 €
Marketing Channels ▾	Sea hors marque	249	1,96 %	70,89 €
	Compareurs	146	1,15 %	57,25 €
	Sites referents	145	1,14 %	0,00 €
	Reseaux sociaux	71	0,55 %	0,00 €
	Emailing acquisition	54	0,43 %	54,69 €
	Display	44	0,34 %	232,32 €
	TOTAL	12 727	100 %	7,96 €

! Ce rapport est le seul qui est totalement dépendant du modèle d'attribution.

Cette section se compose de 4 grandes parties :

Attribution ▾	
1)	Conversions attribuées
2)	Chiffre d'affaires attribué
3)	Objectifs rentabilité
4)	Comparaison

- 1) Selon le modèle d'attribution choisi, détermine le nombre de conversions attribuées à chaque canal
- 2) Le chiffre d'affaire attribué à chaque canal et la rentabilité des leviers
- 3) Permet de déterminer si les leviers ont atteint les objectifs fixés
- 4) Comparaison entre les modèles d'attribution

⊕ Marketing Channels

Les **Marketing Channels** présentent une approche mono-levier.

Cette partie permet de faire un focus sur un levier en particulier, pour mieux comprendre son rôle, sa position et ses interactions, tout en analysant ses performances.

Cette analyse approfondie par levier peut être partagée avec des prestataires externes (en utilisant le bouton de partage).

Marketing Channels

! La partie **Marketing Channels** permet d'évaluer l'efficacité de chaque levier de façon totalement indépendante.



Les marketing channels présentent pour chaque levier :

- La part du budget consacrée à ce levier
- Des données sur le trafic généré par ce canal
- Le tunnel de conversion du levier
- La présence de ce levier au sein du mix marketing
- La typologie du levier (rôle et degré d'autonomie)
- Les interactions avec les autres leviers
- Les résultats d'attribution et les KPI de rentabilité
- Les objectifs fixés pour chaque levier et leur progression

Evolution

! Cette section offre une vue synthétique de l'évolution des résultats par KPI pour une période souhaitée.



- ❖ Vous pouvez faire un focus sur un levier en particulier à l'aide du menu déroulant situé en haut à droite de la page.
- ❖ Pour **définir la période à comparer**, cliquez à tout moment sur le bouton de la colonne de variation, cette fenêtre s'ouvrira alors pour vous inviter à entrer la période à comparer :

The dialog box 'Période à comparer' allows users to define comparison periods. It includes dropdowns for 'Mois - x' (set to 'd') and 'Année - x' (set to '1'). Below, there are input fields for 'Période de' and 'Par rapport à', each with a start and end date field. A 'Comparer' button is located at the bottom right.

- ! Le graphique de cette partie présente l'évolution des 10 canaux les plus importants. Le menu déroulant sous le graphique permet de définir le KPI de référence sur le graphique.

Section 7: Support

Cette partie vous permet de:

- ✓ Utiliser le didacticiel
- ✓ Contacter le support technique

Support

Le Didacticiel



☐ Pour découvrir l'interface et se familiariser avec les principaux outils, vous pouvez lancer le didacticiel à tout moment en appuyant sur le bouton .

Pour naviguer dans le didacticiel, utilisez les boutons



Contacter le Support Technique

Pour accéder à nos documents d'information, nous vous invitons à consulter le site <http://support.mazeberry.com>

Pour toute autre demande, contactez l'équipe support directement par email à l'adresse suivante :  support@mazeberry.com