

# **ANTISÈCHE: MODÈLE D'ATTRIBUTION DE BASE**

## QUOI SUIVRE ET CONNAITRE À CHAQUE ÉTAPE DU FUNNEL

C'est le modèle d'attribution le plus simple (et efficace) qu'on met en place avec Bulldozer. Il contient :

- L'étape du funnel (sans oublier la partie "expand")
- Les infos qu'on souhaite obtenir à cette étape
- Ce qu'il faut tracker pour obtenir l'info
- La difficulté à obtenir l'info

Évidemment, tout ça peut être enrichi avec d'autres datas (le sujet de l'attribution étant un puits sans fond...), mais si on est pragmatique : le 20-80 est ici.

Faites simple. C'est ce qui fonctionne le mieux.

**Jordan Chenevier-Truchet**  
@jordanchenevier



# ANTISÈCHE : MODÈLE D'ATTRIBUTION DE BASE

Quoi suivre et connaître à chaque étape du funnel ?

FUNNEL	CE QU'IL FAUT SAVOIR	CE QU'IL FAUT TRACKER	DIFFICULTÉ
<b>AWARE</b>	Comment les visiteurs arrivent sur votre site internet	<b>Source Web :</b> Suivi grâce aux UTM sur les URLs ou à l'aide de reports (ex: Hubspot)	▲▲▲▲▲
<b>LEAD</b>	Comment cette adresse e-mail s'est retrouvée dans votre CRM	<b>Lead source:</b> Inbound or outbound avant formulaire ("first touch")	▲▲▲▲▲
<b>SQL</b>	Quels éléments ont permis de qualifier le lead.	<b>Qualifying Event:</b> Capturer la source du "dernier contact"	▲▲▲▲▲
<b>OPPORT</b>	Quels "SQLs" étaient bons/mauvais et pourquoi.	Suivre le taux de conversion <b>par sources &amp; qualifying events</b>	▲▲▲▲▲
<b>CLOSED</b>	Quelles activités ont été plus efficaces pour générer des opportunités	Suivre le taux de conversion <b>par sources &amp; qualifying events</b>	▲▲▲▲▲
<b>ACTIVE / EXPANDED</b>	Comprendre l'impact du marketing sur le revenu.	<b>Analyser les revenus</b> par sources, qualifying events & campagne marketing	▲▲▲▲▲
<b>ACTIVE / EXPANDED</b>	Quelles activités contribuent à l'expansion	<b>Suivre l'engagement client :</b> Données produit + marketing, sales et client.	▲▲▲▲▲

Jordan Chenevier-Truchet

@jordanchenevier  
Jordan Chenevier-Truchet  
@jordanchenevier

