

## Communiqué de presse

Vendredi 25 octobre 2019

### Le Sncd dévoile la deuxième phase du triptyque Data Quality Email avec le livre blanc « Data Quality : enjeu majeur pour le marché de l'email marketing »



À l'occasion du salon E-Marketing Paris au mois d'avril 2019, le Sncd avait présenté la première partie de son triptyque Data Quality Email. Aujourd'hui, l'organisation représentative de la Data Marketing Industrie dévoile la 2<sup>e</sup> phase avec le livre blanc « Data Quality : enjeu majeur pour le marché de l'emailing ».

La collecte massive d'email a marqué le marché français ces quinze dernières années et s'est malheureusement soldée par une chute vertigineuse de la rentabilité de ce canal si fructueux. À quoi cela est-il dû ?

Pour répondre à cette problématique, les Commissions E-Marketing, Data & Média et Data & Technologies du Sncd ont lancé le triptyque Data Quality Email. Ce dernier a un objectif principal qui s'inscrit dans le positionnement du Sncd sur la data : mieux accompagner les clients dans la problématique de la qualité des données (acquisition, traitement et exploitation).

La première phase de ce triptyque a proposé un état des lieux du marché et intégrait deux infographies sur le cycle de vie des données marketing ainsi qu'un autodiagnostic de sensibilisation aux enjeux de la Data Quality. Le livre blanc « Data Quality : enjeu majeur pour le marché de l'emailing » promeut quant à lui une approche plus pédagogique. Dans ce cadre, Nathalie Quinette (Predictys), Joanna Hede (Live Data Solutions) et Artus de Saint Seine (Isoskele) ont compilé les témoignages d'experts de l'email ayant mis en place des process et des opérations qui valorisent leurs bases d'emails.

## ***Un déficit récurrent chez les professionnels***

Comme ont pu le mettre en exergue les infographies Data Quality, 89 %<sup>1</sup> des entreprises interrogées pensent que leurs bases de données comportent des erreurs. Ces problèmes de qualité des données résultent la plupart du temps d'une collecte et d'une exploitation des emails déficientes.

Ces difficultés qui concernent en interne les équipes « acquisition et fidélisation », l'IT ou encore les directions marketing touchent également dans une plus large mesure l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur (annonceurs, prestataires technologiques et agences).

Caroline Brechon, Directrice Customer Experience & Data chez Home Shopping Service (M6 Boutique) assure à ce propos que « c'est souvent le cas quand l'organisation est silotée. C'est-à-dire quand le service marketing en charge de l'acquisition communique peu avec l'équipe responsable de la fidélisation... et encore moins avec l'IT qui gère la base. La réactivité et de ce fait la rentabilité de la base chutent rapidement ».

## ***Une problématique qui fait réagir les experts***

Seulement 6 %<sup>2</sup> des sociétés interrogées dans le cadre ce triptyque Data Quality affirment n'être confrontées à aucune difficulté en termes de gestion de données. Ce chiffre alarmant démontre qu'il est impératif que les professionnels de la donnée s'emparent de ce sujet et opèrent des changements radicaux.

Certains l'ont d'ailleurs compris. Nathalie Quinette, Présidente de Predictys déclare : « la plupart de nos interlocuteurs annonceurs, prestataires ou agences, ont mis en place des processus pour filtrer en amont les nouveaux emails collectés ». La chaîne de valeur de la data est consciente de ce phénomène et agit en conséquence.

Ces actions sont d'ailleurs positives en tout point. Elles participent à une meilleure gestion quantitative et qualitative des données email et améliorent la performance globale des campagnes d'emails.

Retrouvez le livre blanc sur le [site](#) du Sncd  
Et faites votre autodiagnostic Data Quality en cliquant [ici](#).

---

<sup>1</sup> Cycle de vie des données marketing – Data Quality Email by Sncd. Retrouvez l'infographie sur <https://www.sncd.org/nos-publications/data-quality-email/>

<sup>2</sup> Idem



### À propos du Sncd

Le Sncd est l'organisation professionnelle représentative de la Data Marketing Industrie. Il s'appuie sur ses 200 sociétés membres et les accompagne dans l'innovation industrielle et technologique qui découle de la forte croissance des données disponibles et des droits et usages associés. Les entreprises membres s'engagent à proposer leurs services dans le respect de la déontologie et des bonnes pratiques de la profession.

### Contact presse

Sncd – Guillaume LOZE - Tél. : 01 55 43 06 13 - Email : [gloze@snccd.org](mailto:gloze@snccd.org)  
Pour ne plus recevoir les Communiqués de Presse du Sncd, contactez [info@snccd.org](mailto:info@snccd.org)