



# Mobile Metrics

Mobile Metrics vous donne accès aux données concernant les **Mobile App Starts**, **Installs** et **Achats in-app** via votre campagne en **contrôlant** et **mesurant** les touchpoints cross-device et en rémunérant les éditeurs en conséquence.



# Tracking Apps & Mobile Metrics

Mobile Metrics de TradeTracker, vous permet d'ajouter une application mobile de Google Play ou App Store, de la connecter ensuite à votre campagne et de la promouvoir via différents supports promotionnels. Une fois en place, vous allez pouvoir tracker les App Installs, les App Starts et les Achats in-app. Il sera donc possible de contrôler et de mesurer les touchpoints cross-device et de rémunérer les éditeurs en conséquence. Une des conditions requises est d'ajouter le SDK de TradeTracker aux applications en suivant les codes d'implémentations de notre portail.

## Comment cela fonctionne-t-il ?

Augmentez les téléchargements d'applications, l'acquisition d'utilisateurs et l'engagement auprès des utilisateurs existants par le biais des appareils mobiles. Élargissez votre public et ajoutez de nouveaux canaux à vos programmes de marketing à la performance pour récompenser l'expérience omnicanale.

## Trois actions possibles

Nous sommes arrivés à un point où il est presque impossible d'envisager une vie sans applications. Nous comptons sur elles pour rechercher des informations, commander de la nourriture ou des livres, réserver son prochain voyage. Que vous souhaitiez télécharger de nouvelles applications et acquérir de nouveaux utilisateurs ou que vous souhaitiez renforcer l'engagement des utilisateurs existants par le biais d'appareils mobiles, tirez parti du réseau TradeTracker pour stimuler les deux. Suivez les parcours clients sur les appareils au fur et à mesure que les utilisateurs interagissent avec une variété de points de contact jusqu'à l'acte d'achat. Récompensez les éditeurs pour leur motivation à obtenir les meilleurs résultats.

### App Installs

Installation de l'application mobile après son téléchargement sur Google Play ou iOS App Store.

### App Starts

A chaque fois que l'application mobile est ouverte sur le téléphone portable après le téléchargement et l'installation de l'application.

### Achats in-app

Voici quelques exemples d'achats intégrés : réservation d'un hôtel, commande de vêtements ou achat d'une mise à niveau d'un jeu dont vous avez fait l'acquisition depuis un certain temps.

## Qu'est-ce que Mobile Metrics peut vous apporter?

### Indicateurs

Suivez vos statistiques les plus importantes pour connaître les nouveaux téléchargements et les utilisateurs qui lancent l'application pour la première fois afin de voir le nombre de transactions augmenter sur l'application.

### Attribution Cross Device

Cela permet de récompenser les différents médias et les points de contact en gardant une trace des applications et des autres médias détenus.

### Tracking des Événements

Il est essentiel de bien comprendre l'interaction de l'application. C'est pourquoi le SDK permet aux propriétaires d'applications de définir des événements internes à l'application, de créer des rapports sur mesure et de mieux déterminer la valeur du cycle de vie d'un client.

### Lien profond

Un lien profond permet d'être redirigé directement sur la bonne destination, quels que soient le canal, la source ou le type de média. Vous serez en mesure d'amener vos visiteurs exactement là où vous souhaitez qu'ils aillent.

## Mise en place

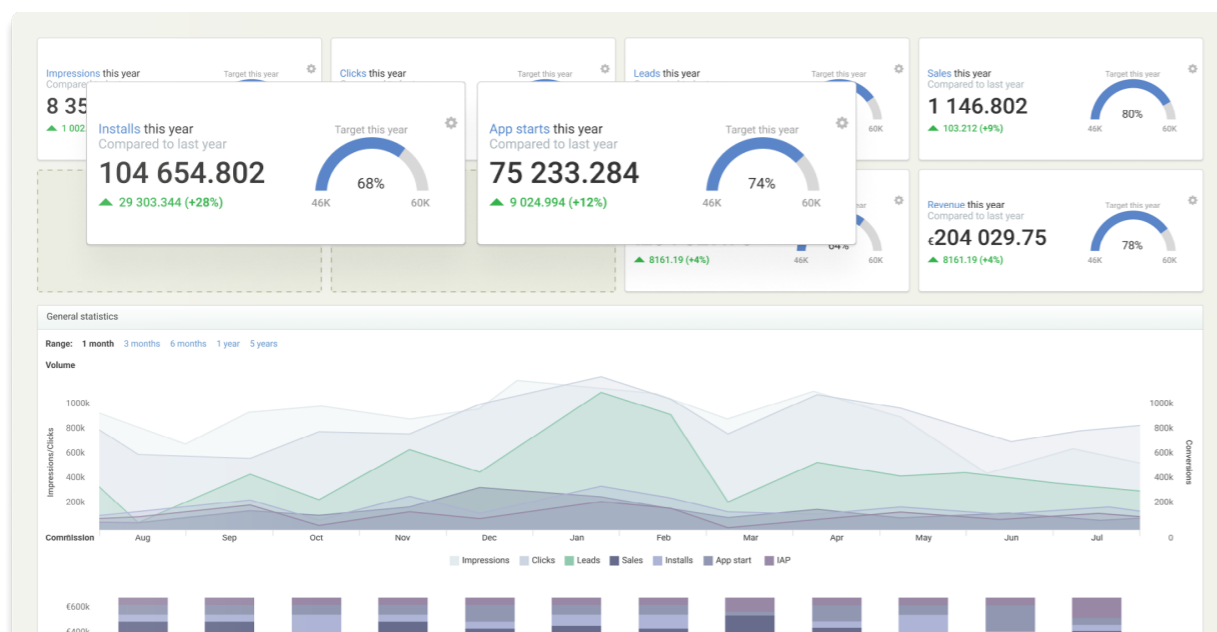
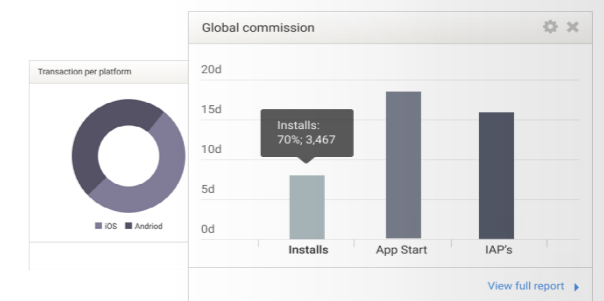
Augmenter l'importance relative des éditeurs appartenant à des catégories spécifiques en pondérant leur position dans le modèle d'attribution. Travaillez avec votre gestionnaire de compte et définissez les actions que vous souhaitez attribuer afin qu'elles correspondent parfaitement à vos objectifs.

## Ciblez vos éditeurs

Lorsque votre campagne mobile est définie et prête à être lancée, assurez-vous que vos éditeurs en sont informés. Vous disposez d'un véritable avantage concurrentiel ! Les éditeurs que vous jugez importants verront leur retour sur investissement augmenter rapidement - alors assurez-vous qu'ils donnent tout pour obtenir les meilleurs résultats.

## Contrôlez et optimisez

TradeTracker vous permet d'améliorer votre modèle d'attribution grâce à de nouveaux éléments intéressants, comme la possibilité d'ajouter des composants CPC ou CPM pour les éditeurs sélectionnés - vous pouvez ainsi vraiment maximiser les performances de votre campagne.



## Marketplaces prises en charge



## Contactez-nous

Euratechnologies, 165  
Avenue de Bretagne, 59000 Lille  
France  
+ 33 3 66 72 23 96  
info.fr@tradetracker.com

