

Cochez la case qui correspond le mieux à votre situation pour chaque affirmation:

- A** : C'est un sujet prioritaire et j'ai mis en place des mesures correctives et préventives  
**B** : Je m'en suis préoccupé, sans avoir mis en place des actions correctives ou préventives  
**C** : Je ne m'en suis jamais préoccupé(e)



## ACQUISITION

(process, collecte, optin)

A B C

1. Le parcours de collecte est transparent pour l'internaute. Il/elle sait auprès de qui il/elle s'inscrit et à quelle fréquence il/elle va recevoir des communications
2. Au moment de la collecte j'informe l'internaute sur l'utilisation de ses données et lui laisse la possibilité de choisir ses préférences
3. Une case d'optin email est présente et non pré-cochée
4. Une double validation est demandée par email
5. J'ai mis en place un welcome process afin de faciliter l'entrée en base d'un contact et de prolonger sa durée de vie
6. Je garde la trace (url, date, heure) de la collecte



## TRAITEMENT & QUALIFICATION AVANT INTÉGRATION

(filtres, règles, normalisation...)

A B C

1. Lorsque je collecte un email en magasin, j'ai conscience des risques élevés d'erreur de saisie et des conséquences sur mes emails ultérieurs
2. Afin d'assurer un embasement de qualité, mon formulaire de collecte en ligne intègre une solution de vérification et de normalisation des données en temps réel
3. J'exclus toutes les adresses que je juge à risque (domaine temporaire, spamtrap, NPAI déjà connus...)
4. Dans mon dessin d'enregistrement je tiens compte des préférences utilisateurs collectées
5. Je normalise les appellations des champs de ma base si différentes sources/formulaires ont été utilisés
6. Je dédoublonne et/ ou enrichis les profils qui ont été collectés plusieurs fois



## TRAITEMENT & QUALIFICATION POST INTEGRATION

(cycle de vie d'une adresse email, gestion HB / désabonnements / plaintes, mise à jour, sécurité, GDPR)

A B C

- 1. Je synchronise les retours hard bounce, désabonnements et plaintes de mon routeur email vers ma base CRM afin d'avoir une base saine
- 2. Les contacts collectés sont exploités immédiatement
- 3. Je surveille les performances par source de collecte pour identifier les sources de mauvaise qualité
- 4. Je dédoubleonne ma base régulièrement
- 5. J'enrichis la base avec des données déclaratives et comportementales afin de mieux pouvoir cibler ensuite
- 6. Je surveille et exploite les grandes proportions de ma base, au niveau marketing (CSP, Age, genre, info de contact), et au niveau routage (FAI)



## EXPLOITATION & SEGMENTATION

(réputation IP / domaine, exploitation, monétisation)

A B C

- 1. Je surveille la réputation de mes Ips et de mes domaines. Je m'intéresse aux best practices de la délivrabilité email
- 2. Je suis conscient(e) des avantages / inconvénients d'un groupe d'IPs mutualisé
- 3. Je personnalise les contenus de mes campagnes email selon les appétences déclaratives et comportementales des contacts
- 4. J'exclus de ma base les contacts non-ouvreurs d'une période X (selon secteur) afin de préserver la délivrabilité
- 5. Je surveille la pression marketing exercée sur ma base de données en interne et/ou via des programmes de monétisation
- 6. Je connais mes statistiques de routage et suis capable de les comparer aux performances du marché

## Résultat Diagnostic

### J'ai une majorité de A

Bravo! Vous êtes bien sensibilisé aux enjeux de la data quality. N'attendez pas pour finaliser vos travaux.

### J'ai une majorité de B

Il est temps de passer à l'action! Impliquez vos équipes et prestataires dans cette démarche.

### J'ai une majorité de C

Il est temps de mettre la Data Quality sur votre road map et sensibiliser vos équipes.

Un projet Sncd  
en partenariat avec

