

Accord autour du marketing entre IBM et Facebook

Facebook et IBM Commerce se rapprochent dans le but de fournir aux entreprises des solutions marketing leur permettant de mener des campagnes mieux ciblées, avec comme objectif de toucher « la bonne personne, avec le bon message, au bon moment ». Une problématique classique du monde la publicité.

Nous retrouverons d'un côté la solution **Custom Audiences de Facebook**, qui permet de cibler des clients, dont les données seront affinées par l'offre **Journey Analytics d'IBM**, qui va se charger de faire un tri encore plus précis parmi les 1,44 milliard d'utilisateurs du réseau social.

IBM Journey Designer sera ensuite employé afin de délivrer des messages sur mesure sur le site Facebook. Les réactions des clients **seront remontées au sein de Journey Analytics** pour analyse. Un workflow complet est donc proposé ici aux enseignes souhaitant cibler les utilisateurs du réseau social Facebook, avec à la clé des campagnes qui se veulent plus efficaces.

Facebook rejoint le Commerce ThinkLab

Dans le même temps, Facebook rejoint **l'IBM Commerce ThinkLab**, unité de recherche et de collaboration qui permettra aux entreprises de travailler avec les marques, avec pour objectif la mise au point de solutions permettant de mieux personnaliser l'expérience client.

Facebook est la première société à rejoindre cette nouvelle entité. Un candidat et partenaire de choix pour Big Blue dans le secteur du marketing digital.

À lire aussi :

[Résultats : Facebook dépense toujours plus en R&D](#)

[Résultats IBM : bénéfices en hausse, chiffre d'affaires en baisse](#)

[Le spécialiste du marketing mobile ZipDial rejoint Twitter](#)

Crédit photo : © Jirsak - Shutterstock