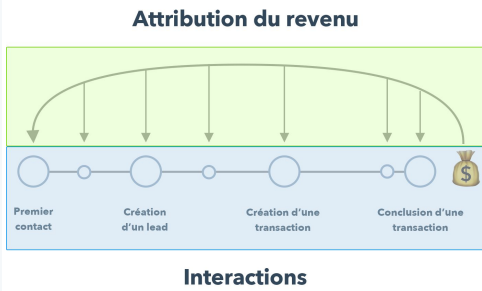




Rapport d'attribution du revenu

Qu'est-ce que l'attribution du revenu aux interactions ?



L'attribution du revenu aux interactions participe à la reconnaissance du travail des marketeurs en matière de génération de revenus pour les transactions conclues issues de toutes les interactions qu'une personne a avec une marque avant qu'elle ne se convertisse en client. HubSpot parle ici de rapport d'attribution du revenu aux interactions car plusieurs interactions sont examinées en même temps. Le chiffre d'affaires est appliqué à plusieurs interactions grâce à l'utilisation de modèles d'attribution.

Création d'un rapport d'attribution dans HubSpot

Vous pouvez créer un rapport d'attribution à l'aide du [générateur de rapports personnalisés](#). Avant de commencer, prêtez tout particulièrement attention aux six points suivants :

- 1 Type de graphique**
Sélectionnez le type de visualisation du rapport.
- 2 Date de fermeture de la transaction**
Sélectionnez la période à analyser. Pour pouvoir utiliser le rapport d'attribution, des contacts doivent être associés aux transactions conclues dans HubSpot.
- 3 Pipeline de transactions**
Vous pouvez examiner l'ensemble de vos pipelines de transactions ou uniquement l'un d'entre eux.
- 4 Type de transaction**
Vous pouvez examiner tous vos types de transactions ou uniquement l'un d'entre eux. Par exemple, vous pouvez analyser uniquement les transactions de type Nouveaux clients.
- 5 Dimension**
Sélectionnez les éléments, les sources ou les interactions qui feront l'objet du rapport. Vous pouvez comparer deux dimensions.
- 6 Modèle d'attribution**
Choisissez un modèle pour déterminer la manière dont le chiffre d'affaires est appliqué aux dimensions sélectionnées. HubSpot propose six modèles d'attribution différents. Vous pouvez en sélectionner plusieurs à la fois.

Modèles d'attribution

Première interaction

Permet de comprendre la source d'origine ou la première interaction des clients payants.

100 % du crédit est attribué à la première interaction.

Dernière interaction

Permet de comprendre la dernière interaction des clients payants avant la conclusion d'une transaction.

100 % du crédit est attribué à la dernière interaction.

Parcours complet

Permet de comprendre l'intégralité du parcours client, et d'aligner les équipes marketing et commerciale.

90 % du crédit est réparti équitablement entre la première interaction, l'interaction menant à la création d'un lead, l'interaction entraînant la création d'une transaction et l'interaction aboutissant à la fermeture de la transaction. Les 10 % de crédit restants sont attribués aux autres interactions.

Linéaire

Permet de comprendre l'intégralité du parcours client.

Le crédit est réparti équitablement entre toutes les interactions de vos clients avec votre marque.

Modèle en U

Permet de comprendre l'efficacité de votre stratégie de génération de leads et des autres efforts déployés au sommet de l'entonnoir.

40 % du crédit est attribué à la première interaction, 40 % à l'interaction conduisant à la création d'un lead et les 20 % restants sont répartis équitablement entre toutes les autres interactions.

Modèle en W

Permet de comprendre l'efficacité de votre équipe marketing en matière de transmission de leads à l'équipe commerciale.

90 % du crédit est attribué à parts égales à la première interaction, à l'interaction conduisant à la création d'un lead et à l'interaction aboutissant à la création d'une transaction. Les 10 % restants sont répartis équitablement entre toutes les autres interactions.

FAQ

[Lien vers l'article de la base de connaissances sur l'attribution du chiffre d'affaires](#)

Q : Où trouver les rapports d'attribution dans HubSpot ?

R : Pour créer un rapport personnalisé, vous devez accéder au générateur de rapports personnalisés. Tous les rapports peuvent être détaillés, exportés et ajoutés à un tableau de bord. Les rapports d'attribution sont également visibles sur la fiche d'informations des transactions fermées gagnées, et sur les pages de performance des e-mails marketing, des pages de destination, des pages web et des articles de blog.

Q : Quelle est la différence entre ce rapport d'attribution et les rapports d'attribution traditionnels de HubSpot ?

R : Les précédents rapports d'attribution de HubSpot portaient sur les contacts et se focalisaient sur les interactions qui en généraient pour votre entreprise. Le rapport d'attribution du revenu aux interactions permet d'associer chaque interaction marketing au chiffre d'affaires, et pas uniquement à la création de contacts.