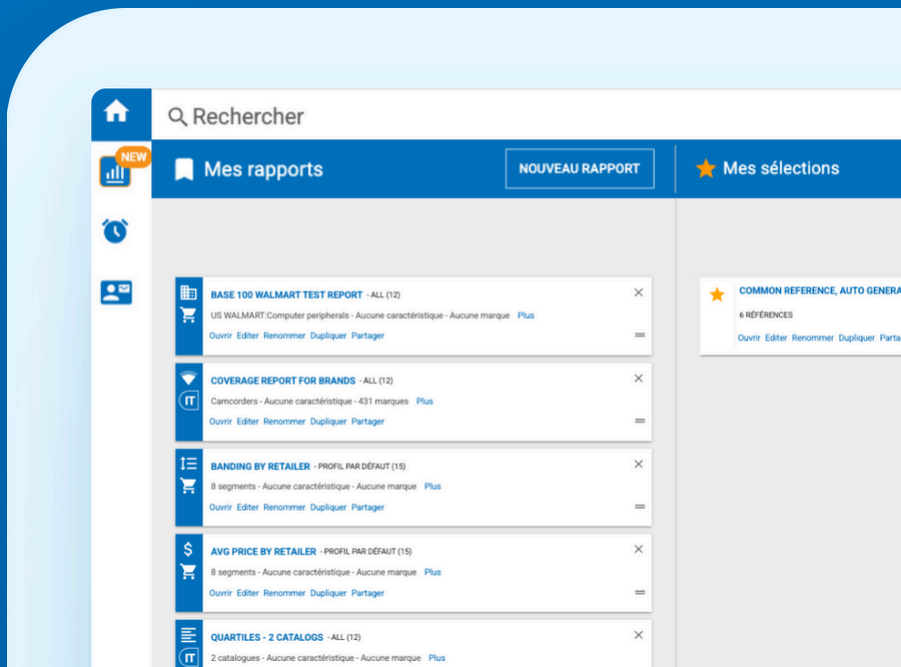
GUIDE

Market Intelligence - Guide d'intégration



www.wiser.com

Introduction

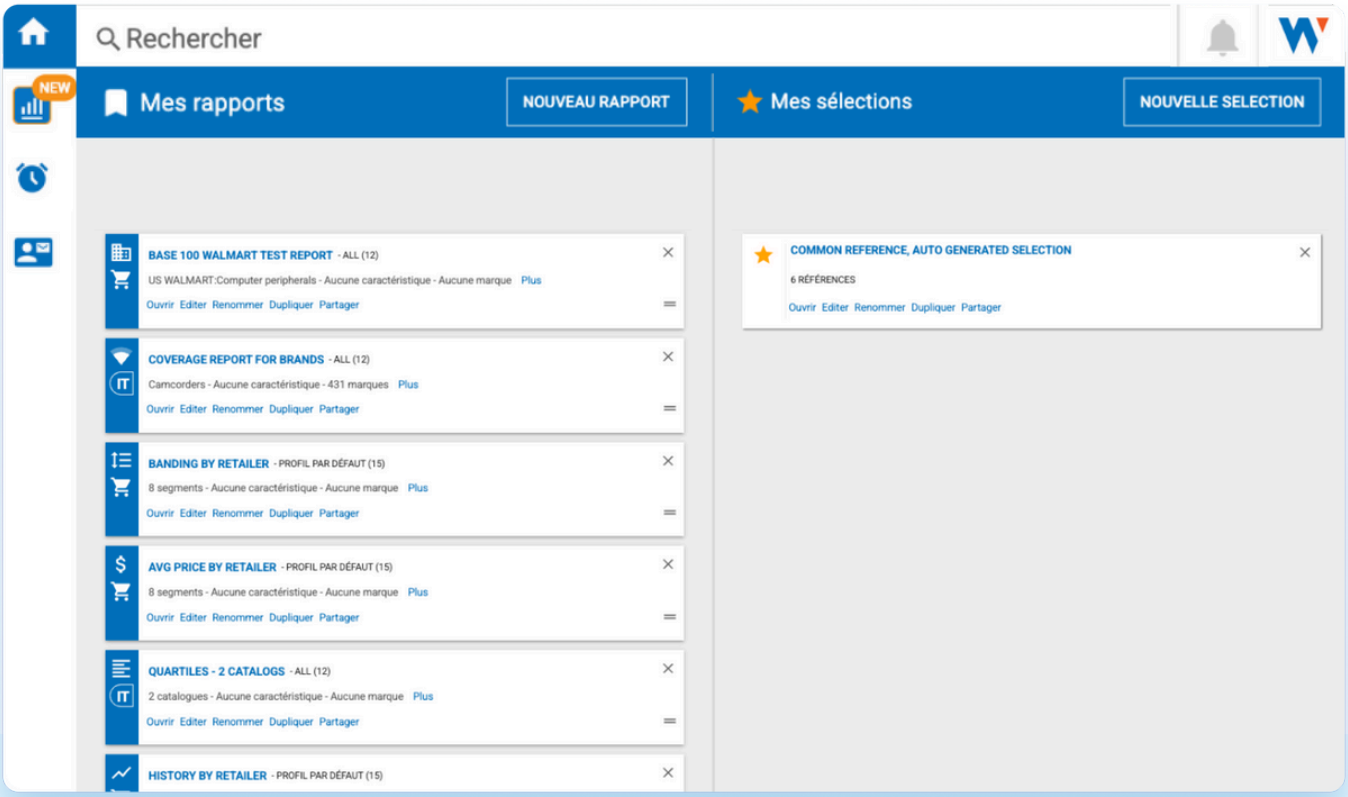
Bienvenue sur la plateforme Market Intelligence de Wiser.

Market Intelligence offre à votre équipe une vision claire des prix, de l'assortiment, de la disponibilité, de la livraison, des promotions et des avis clients chez les enseignes et les concurrents clés incluent dans votre périmètre.

Utilisez-la pour valider rapidement vos décisions, suivre vos références clés et repérer les changements qui méritent d'être pris en compte.

Ce que vous apprendrez

- Comment votre configuration influence ce que vous voyez.
- Comment naviguer l'écran d'accueil avec confiance.
- Comment créer votre premier rapport en quatre étapes.
- Où WiseCard s'avère utile pour des vérifications rapides de produit.



Glossaire

Voici un glossaire des termes que vous rencontrerez à travers Market Intelligence.
Consultez-le lors de la création de vos rapports et de l'analyse des résultats. Si quelque chose vous semble inhabituel, consultez d'abord cette page ou demandez à votre Customer Success Manager.

- **Référence**
  Un produit particulier doté de caractéristiques uniques pouvant faire l'objet de plusieurs offres, soit individuellement, soit en lot.

- **Offre**
  Un exemple de produit en vente sur le site web d'un retailer.

- **Prix**
  Prix actuel affiché sur la page produit.

- **Frais de livraison**
  Prix de livraison (lorsque cette option est sélectionnée).

- **Prix total**
  Prix + frais de livraison lorsque celle-ci est incluse.

- **Disponibilité**
  En stock ou non disponible selon ce qui est indiqué sur la page au moment du crawl.

- **Site**
  Le site du retailer.

- **Marketplace**
  Vendeur tiers sur le site web d'un retailer (lorsque cette option est activée sur la plateforme).

- **Lot**
  Une offre qui comprend plusieurs produits.

- **Exclusivité**
  Toutes les références, vendues chez un seul retailer ou chez des retailers spécifiques.

Pour des explications détaillées sur chaque rapport, consultez les sections correspondantes.
Market Intelligence - Manuel de reporting.

Votre programme

Avant de vous connecter, définissez avec votre CSM les éléments que vous souhaitez suivre. Votre configuration détermine ce que vous voyez sur la plateforme et la collecte des données.

Ce que nous configurons ensemble

- Points de vente et sites à surveiller.
- Marques et références concernées.
- Concurrents à inclure pour l'analyse comparative.
- Catégories et régions à privilégier.

Pourquoi cela est utile
Définissez ensemble le périmètre afin que la plateforme reflète votre activité. Vous souhaitez ajouter des sites, des marques ou des concurrents ultérieurement ? Votre Customer Success Manager coordonnera la mise en œuvre.

Comment la donnée est collectée

Nous collectons vos données en crawlant les sites web des enseignes que vous avez sélectionnés. Vous obtenez ainsi une vue cohérente et prête à l'emploi des prix, de la disponibilité, des délais de livraison, des promotions, des évaluations, des avis et des principales caractéristiques des produits.

Deux méthodes de collecte

Catalogue

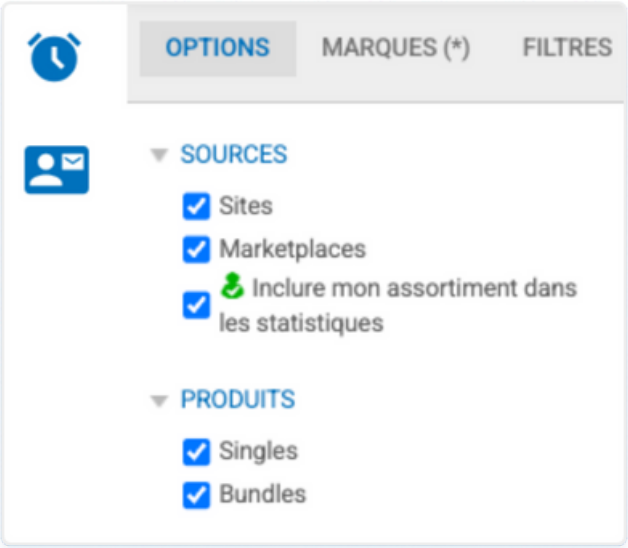
Nous importons votre catalogue (SKU, EAN et attributs) et le matchons aux listings produits.

Catégorie

Nous extrayons des pages de catégories complètes pour révéler un marché plus vaste, au-delà de vos propres produits.

Affichage de vos données

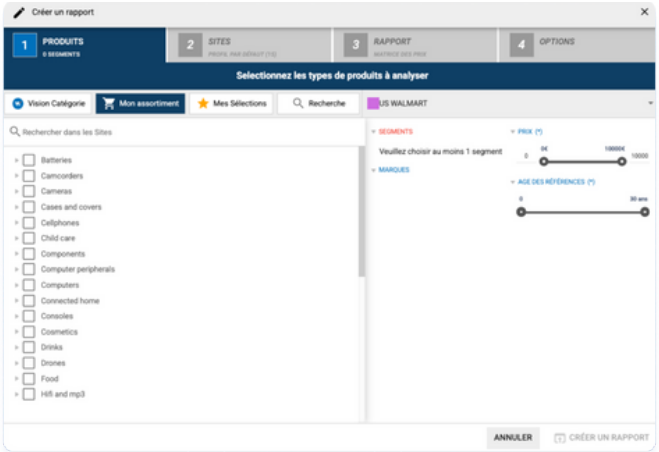
- Vos profils définissent les enseignes, les régions et les types de sites inclus.
- Les vendeurs et les marketplaces sont inclus lorsque votre programme comprend des marketplaces.
- Lorsque les données Marketplace sont cochées, le système affiche l'offre la moins chère, qu'elle soit vendue directement par un retail ou par le vendeur marketplace.
- Vos concurrents sont inclus en fonction du périmètre convenu.



Votre programme

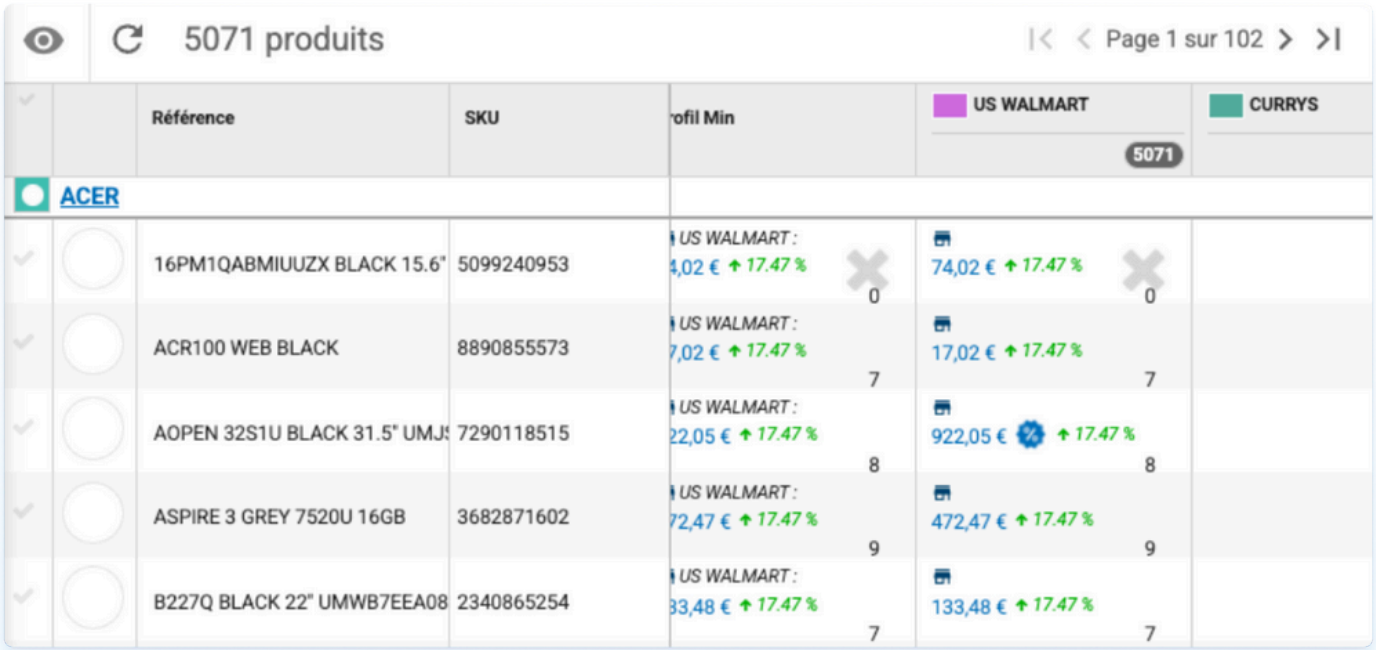
Contrôles et vérifications des données

- Les identifiants que vous fournissez permettent de faire correspondre les articles du catalogue aux offres en ligne.
- Les données extraites sont vérifiées afin de refléter ce qui apparaît sur le site au moment de la collecte.
- Si quelque chose vous semble anormal, partagez des exemples avec votre CSM ; l'équipe corrigera l'erreur si nécessaire.



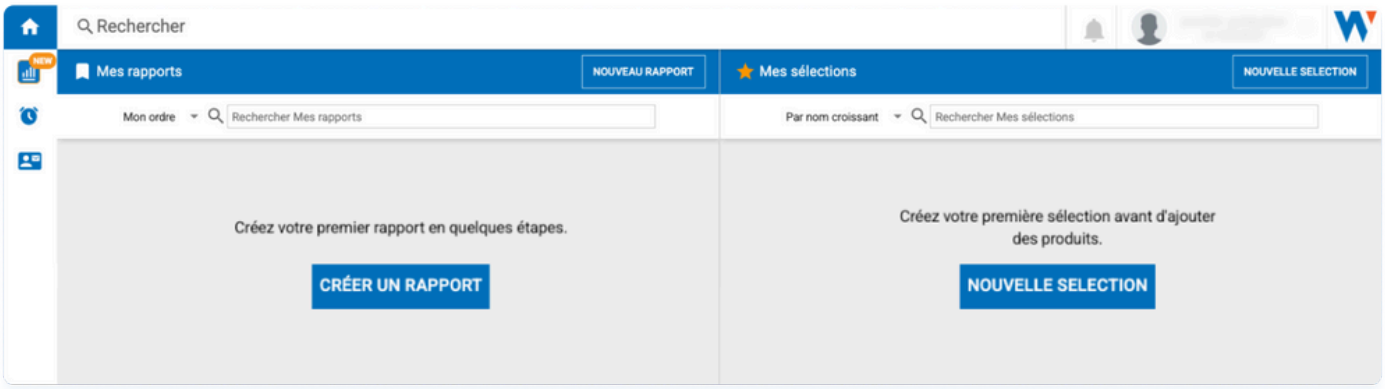
Cadence de rafraîchissement

- Les mises à jour des données dépendent du contrat.
- Votre CSM peut confirmer les délais pour votre compte.
- Les rapports enregistrés reflètent les nouvelles données dès leur collecte.



Votre première connexion

Une fois vos identifiants activés, connectez-vous à la plateforme. Vous arriverez sur l'écran d'accueil.

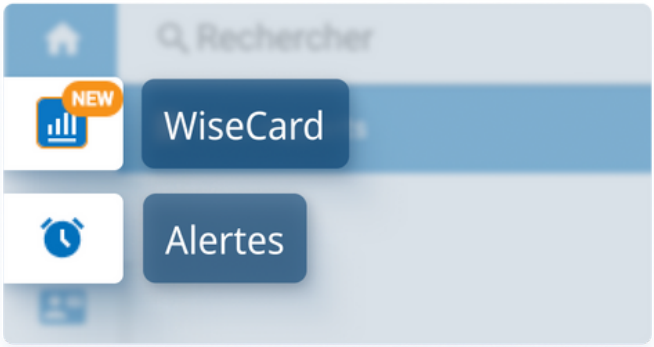


S'orienter

Voice où se trouvent les éléments les plus utiles pour vous aider à utiliser MI en toute confiance.

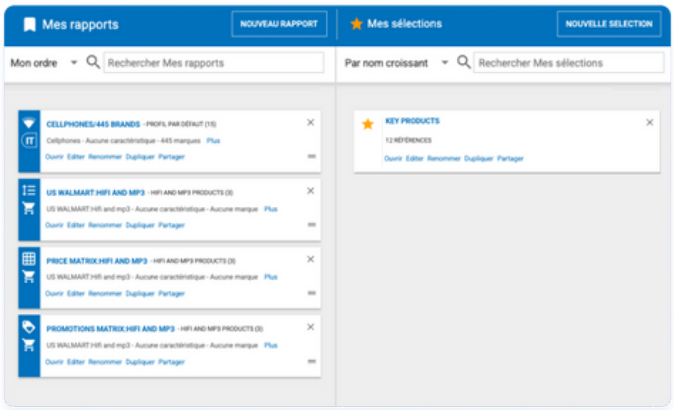
Menu de navigation à gauche

- **WiseCard :**
  Recherche rapide de références avec prix, disponibilité, livraison et avis.
- **Alertes :**
  Créez des alertes e-mail pour les prix, la disponibilité, les avis et plus encore.



Actions principales

- Les barres de recherche vous permettent de trouver rapidement vos rapports et vos sélections.
- Les menus de tri vous permettent de modifier l'ordre des éléments enregistrés.
- Les boutons « Nouveau rapport » et « Nouvelle sélection » sont toujours visibles lorsqu'ils sont pertinents.



La page d'accueil

La page d'accueil est divisé en deux panneaux: le panneau de gauche contient votre travail enregistré, tandis que celui de droite affiche les listes que vous utilisez pour créer vos rapports.

Panneau de gauche - Mes rapports

- Consultez les rapports enregistrés et partagés.
- Cliquez sur « Nouveau rapport » pour créer un rapport.
- Utilisez la fonction de recherche et de tri pour retrouver votre travail.

Panneau de droite - Mes sélections

- Vos sélections sont enregistrées comme groupe de SKU pour une génération de rapports rapide.
- Les premières sélections sont effectuées lors de l'onboarding.
- Vous pouvez ajouter et modifier à tout moment grâce à la fonction Nouvelle sélection.

Conseil
Il est normal que ce champ soit vide lors de votre première connection. Votre premier rapport apparaîtra dans « Mes rapports » une fois enregistré. Si vous ne voyez pas Vos Sélections, contacter votre CSM pour les configurer lors de votre onboarding.

Mes sélections: bonnes pratiques

Commencez par une liste courte, ex: produits phares → Indiquez clairement la marque, l'objectif et la date → Utilisez une seule sélection par objectif pour que les résultats restent ciblés → Revisitez vos sélections avec votre CSM chaque trimestre

Aperçu des rapports

Voici un guide rapide des différents types de rapports disponibles. Pour des exemples et des conseils plus détaillés, consultez le **Manuel des rapports de Market Intelligence**.

Types de rapports

Matrice des prix

Affichage des prix par retailer et par référence.

Couverture

Assortiment par marque ou retailer.

Prix moyen

Prix moyens par retailer ou par marque.

Base 100

Indice de prix relatif pour votre sélection.

Tranches de prix

Répartition des prix par paliers.

Quartiles

Positionnement prix par quartile.

Historiques

Jusqu'à 18 mois de données disponibles

Promotions

Qui a mis en place quelles promotions et quand ?

Avis

Notes et avis par référence et par retailer.

Aperçu des rapports

Un bon point de départ

Réfléchissez à 1 ou 2 questions clés auxquelles vous souhaitez répondre. Choisissez le rapport qui correspond, créez-le, puis enregistrez la vue qui vous convient. Exemples de questions :

Qui vend quoi ?	Couverture
Que pensent les consommateurs ?	Avis
Comment les prix sont-ils répartis ?	Quartiles
Qu'est-ce qui a changé et quand ?	Historiques
Qui fait des promotions et dans quelle mesure ?	Promotions
Comment nos prix se comparent-ils à ceux des autres ?	Matrice des prix / Prix moyen
Quelle est notre position relative en termes de prix ?	Base 100
Où se situent les écarts de prix par segment ?	Tranches de prix

Créez votre premier rapport

Vos rapports sont créés en quatre étapes.

Étape 1 : Produits

Choisissez ce que vous allez analyser.

Vue par catégorie*
Vue de l'ensemble du marché pour une catégorie donnée, incluant les produits concurrents.

- À utiliser pour analyser le marché ou suivre la concurrence.
- Trouvez des opportunités d'assortiment en identifiant les produits proposés par vos concurrents ou pour voir comment ils performent dans la même catégorie.

Mon assortiment
Vue de votre catalogue correspondant aux produits sur les sites retailers.

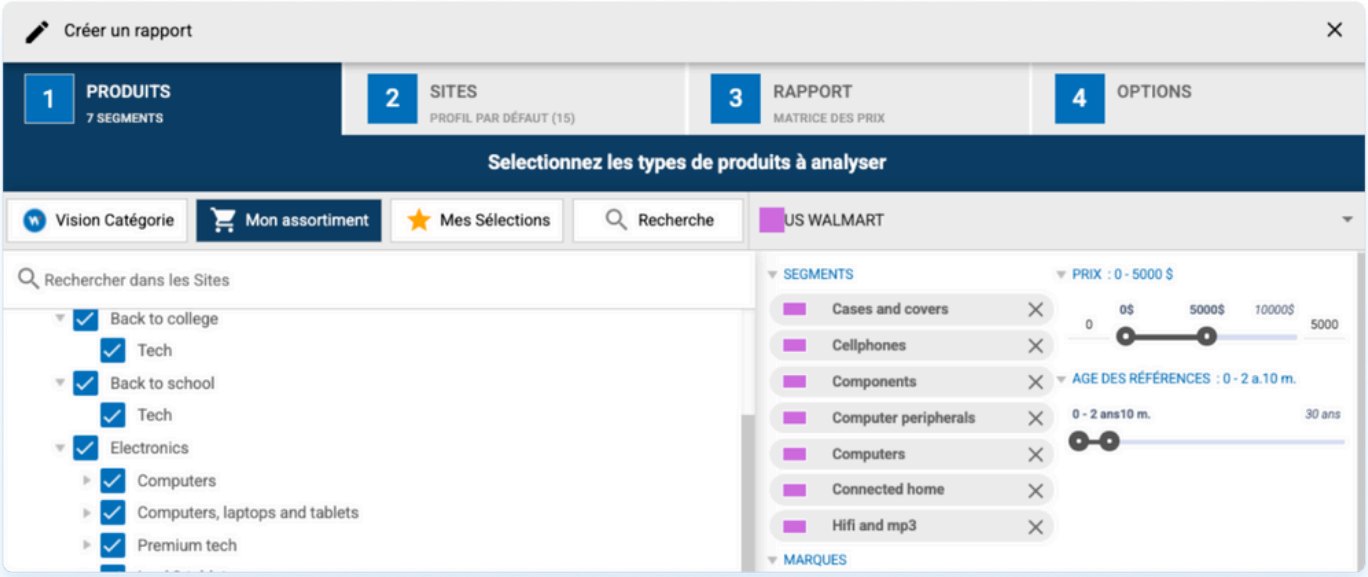
- Utiliser pour une vue d'ensemble de vos propres références chez différents retailers.

Mes sélections
Une liste de références telles que vos articles phares ou vos produits en promotion.

- Suivez vos produits lors des gros événements retail ou d'importantes périodes de ventes.

Utilisez les filtres à droite pour affiner votre recherche par catégorie, marque, segment, gamme de prix ou âge du produit.

**Disponibilité : L'affichage par catégorie peut ne pas être activé pour tous les programmes. Votre CSM peut vous confirmer ce qui est inclus dans votre périmètre.*

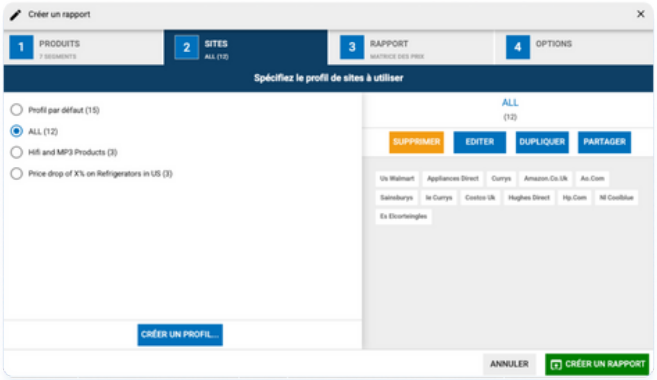


Créez votre premier rapport

Étape 2 : Sites

Sélectionnez les retailers à inclure. Les sites listés ici ont été prédéfinis avec votre Account Executive ou votre CSM lors de la signature du contrat et correspondent aux retailers que vous avez choisi de suivre.

Pour ce rapport, il vous suffit de choisir les sites à inclure.



Pourquoi c'est important : le choix du site influe sur les éléments comptabilisés dans les statistiques du profil et peut modifier les totaux.

Si quelque chose vous semble anormal : contactez votre CSM lors de votre onboarding ou votre formation. Il pourra confirmer le périmètre ou ajuster la configuration si besoin.

Qu'est-ce qu'un profil ?

Un profil correspond à l'ensemble de sites sauvegardés. Chaque utilisateur crée ses propres profils.

1. **Commencez par TOUS :**
   Chaque utilisateur possède un profil nommé *Profil par défault*. Assurez-vous que le *Profil par défault* inclut tous les sites de votre programme.

2. **Créez des profils pour votre travail :**
   Ajoutez de nouveaux profils pour les analyses que vous effectuez fréquemment. Exemples : Royaume-Uni (principal), Top 5, Marché uniquement.

3. **Où les profils sont utilisés :**
   Vous pouvez utiliser vos profils à la fois dans les rapports et les alertes afin de conserver le même périmètre de détaillant.

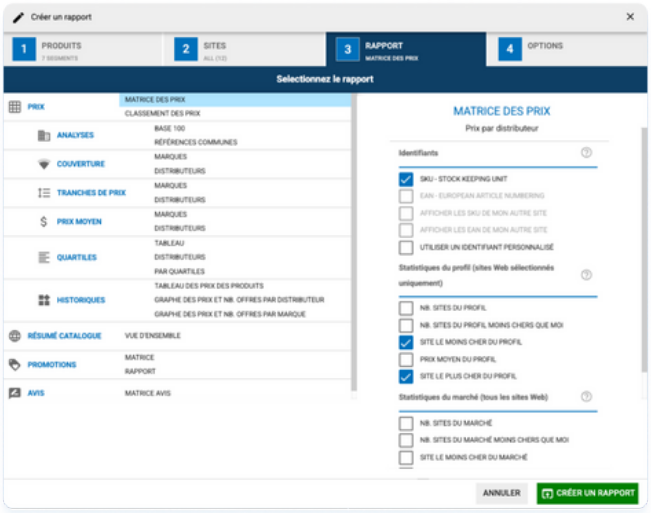
4. **Tenez les profils à jour :**
   Si un nouveau site est ajouté à votre programme après la création de votre profil, modifiez ce dernier pour l'inclure.

Créez votre premier rapport

Étape 3 : Rapport

Choisissez le format de rapport qui correspond à votre question. Exemples :

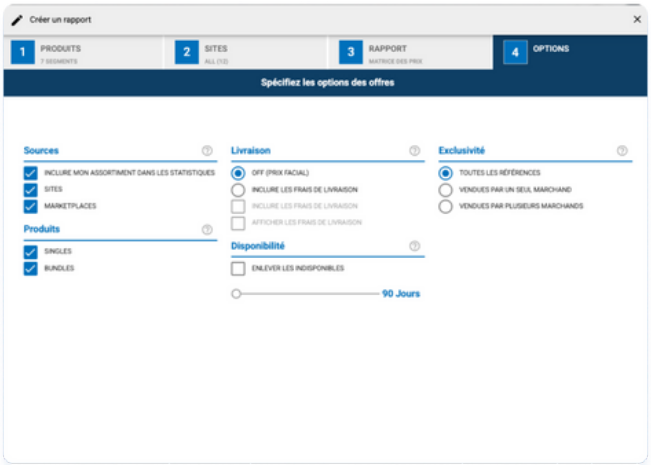
- **Matrice des prix :** Vue des prix par retailer, par produit.
- **Couverture :** Qui vend quoi, par marque ou par retailer.
- **Base 100 :** Indice prix pour des vérifications de positionnement rapides.
- **Les options (côté droit) :** Choisissez les identifiants et les statistiques (comme le site le moins cher) qui apparaissent dans votre rapport et exportez-le.



Étape 4 : Options

Ajustez ce qui est inclus.

- **Sources:** incluent votre assortiment, les sites sélectionnés et les marketplaces.
- **Produits:** comprennent des produits individuels et/ou des lots.
- **Livraison:** inclus, le cas échéant.
- **Disponibilité:** excluent les indisponibles et définissent un seuil journalier.
- **Exclusivité :** toutes les références, vendues par un seul ou plusieurs retailers.



Note sur la gestion des frais de livraison:

- Si vous incluez les frais de livraison, le prix total est le prix du produit + frais de livraison.
- Les offres sans prix de livraison sont exclues du résultat.
- Les frais de livraison ajoutent des colonnes supplémentaires à votre rapport.

Créez votre premier rapport

Données “marché” vs. données “profil”

Marché

- Compte tous les sites disponibles dans votre périmètre.
- Choisissez Marché pour une vision plus large.

Profil

- Ce rapport ne prend en compte que les sites que vous avez sélectionnés.
- Choisissez Profil pour un rapport avec une liste restreinte de retailers.

Cliquez sur « Créer un rapport » pour générer le tableau ou le graphique. Enregistrez-le sous un nom clair afin que votre équipe puisse le retrouver facilement.

Enregistrer, renommer, exporter, partager, dupliquer

Gardez vos rapports clés à portée de main

Enregistrer et renommer

- Enregistrer pour sauvegarder votre rapport
- Donnez-lui un nom clair et facile à rechercher, comme *« Couverture marque X, Aout-25, Sites FR »*.

Exporter

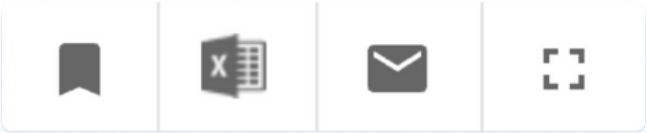
- Utilisez les options Télécharger ou Exporter pour extraire le tableau en format Excel
- Les fichiers reflètent vos filtres et options affichés à l'écran.

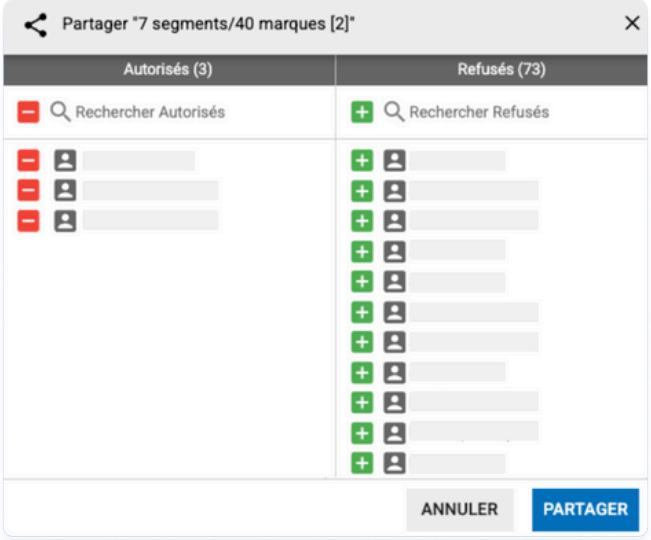
Partager

- Une fois le rapport enregistré, vous pourrez le partager avec votre équipe.
- Sélectionnez les utilisateurs avec lesquels vous souhaitez partager le rapport.

Dupliquer

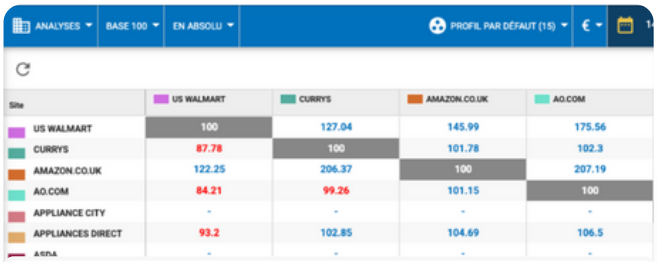
- Ouvrez un rapport enregistré et ajustez la plage de dates, les sites ou les filtres.
- Enregistrez le document comme nouveau rapport pour conserver les deux versions.





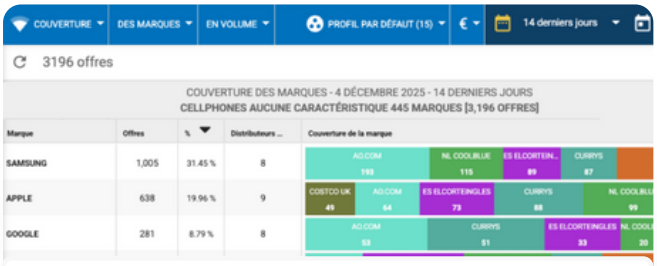
Suggestions de rapports - Marques

Des actions rapides et concrètes que vous pouvez exécuter dès aujourd'hui.



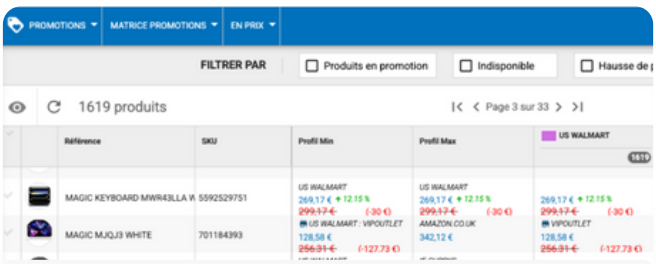
Positionnez votre prix

- **Produits :** Vue par catégorie
- **Sites :** Sélectionnez vos retailers clés
- **Rapport :** Matrice des prix ou Base 100
- **Objectif :** Découvrez votre prix relatif au marché



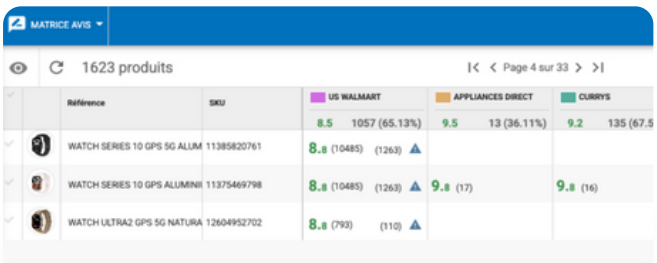
Identifiez des opportunités

- **Produits :** Mon assortiment
- **Sites :** Sélectionner les retailers clés
- **Rapport :** Couverture > Marques
- **Objectif :** Repérez les références manquantes par retailers



Suivez une campagne promo

- **Produits :** Mes sélections
- **Sites :** Les retailers avec des promos
- **Rapport :** Promotions
- **Options :** Inclure les lots si pertinent.
- **Objectif :** Vérifiez qui est en promo, à quel niveau et quand

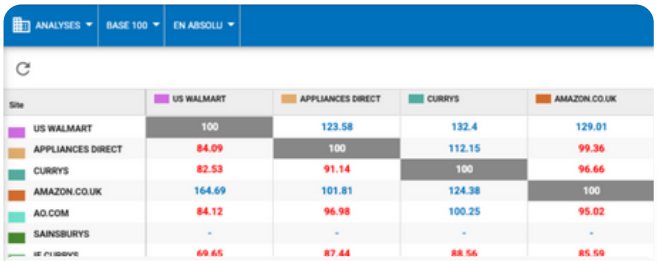


Vérifiez l'état du produit

- **Produits :** Mon assortiment ou Mes sélections
- **Rapport :** Avis
- **Objectif :** Identifiez vos mauvaises notes ou un faible nombre d'avis pour limiter les risques

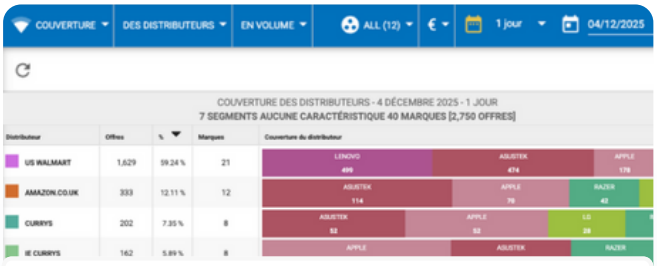
Suggestions de rapports - Retailers

Des actions rapides et concrètes que vous pouvez exécuter dès aujourd'hui.



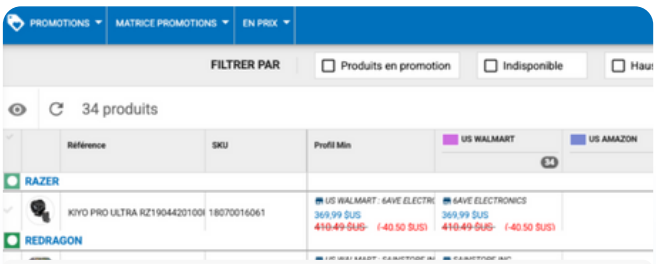
Positionnez votre prix

- **Produits :** vue par catégorie
- **Sites :** sélectionnez vos concurrents
- **Rapport :** Base 100.
- **Objectif :** Comparez votre prix moyen à celui de vos concurrents.



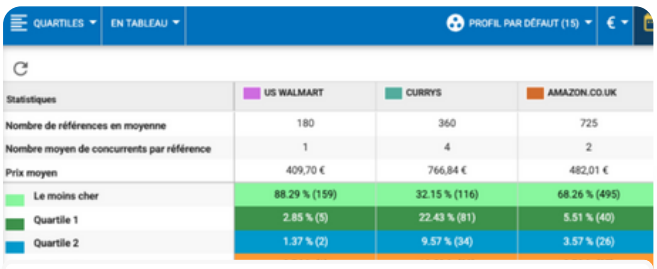
Identifiez des opportunités

- **Produits :** mon assortiment.
- **Sites :** Sélectionnez vos concurrents
- **Rapport :** Couverture > Distributeurs
- **Objectif :** Identifiez les références manquantes par retailer.



Suivez les promotions

- **Produits :** mes Sélections
- **Sites :** Les retailers avec des promos
- **Rapport :** Promotions.
- **Options :** Inclure les lots si pertinent.
- **Objectif :** Identifiez qui propose quelles remises.



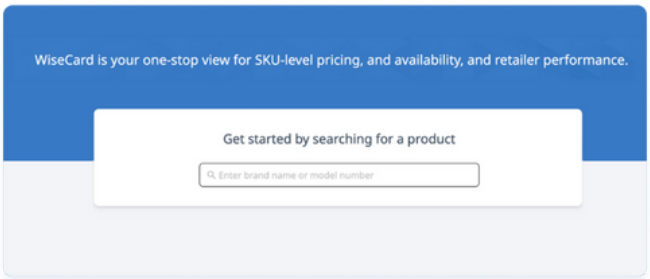
Agir sur le prix

- **Produits :** Mon assortiment ou Mes sélections.
- **Rapport :** Quartiles.
- **Pourquoi :** Repérez les notes basses ou de faibles volumes d'avis afin d'anticiper les risques de conversion.

WiseCard

WiseCard vous offre un aperçu rapide au niveau du produit sans besoin de rapport.

Ouvrez WiseCard, recherchez un produit et consultez le prix, la disponibilité, la livraison et les avis chez les retailer sélectionnés.



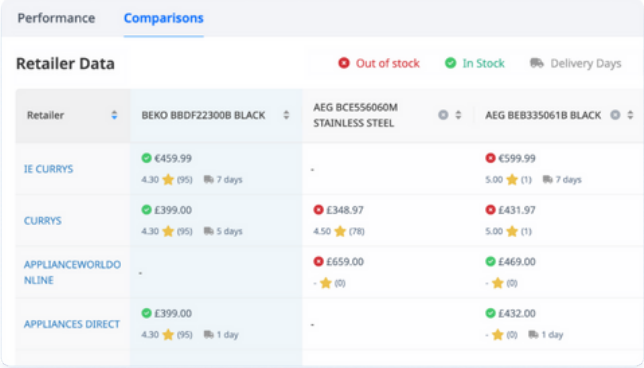
Pourquoi c'est important
Parfois, on a juste besoin d'une réponse rapide sur un produit. WiseCard vous l'apporte en quelques secondes.

Onglet Performances

- Retailers et marketplace proposant ce SKU.
- Prix actuel, disponibilité, délai de livraison et informations de base sur les avis.
- Graphiques d'évolution des prix pour un maximum de cinq retailers.
- Liens vers les pages produits.

Tableau comparatif

- Comparez jusqu'à 5 références côte à côte.
- Enregistrez votre vue personnalisée.



Quand utiliser WiseCard vs. kes rapports de Market Intelligence

WiseCard permet d'obtenir rapidement des réponses sur un seul produit. Utilisez les rapports pour l'analyse **par catégorie, par portefeuille et par multi-retailers**.

- Vérifiez quel retailer a baissé son prix en premier.
- Vérifiez les différences de délais de livraison ou de disponibilité.
- Comparez les variantes de votre propre produit.
- Surveillez un SKU prioritaire pendant un événement.

Alertes

Les alertes vous tiennent informé sans avoir à générer de nouveaux rapports. Utilisez-les pour recevoir des e-mails lors de changements importants.

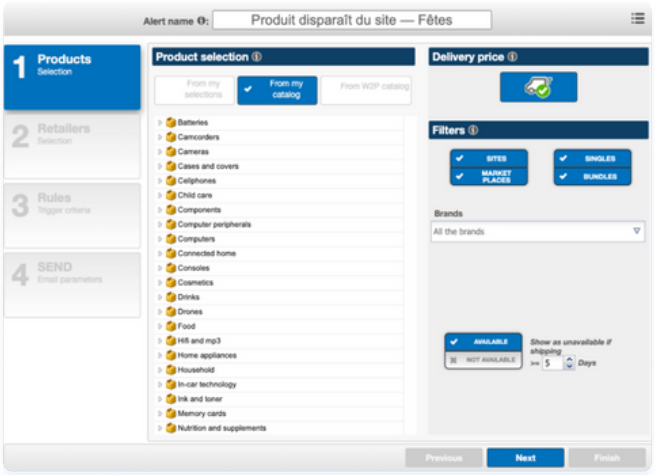
Comment fonctionnent les alertes

Choisissez vos produits → Choisissez vos retailers → Choisissez vos règles → Décidez quand les recevoir

Étape 1 : Choisissez vos produits

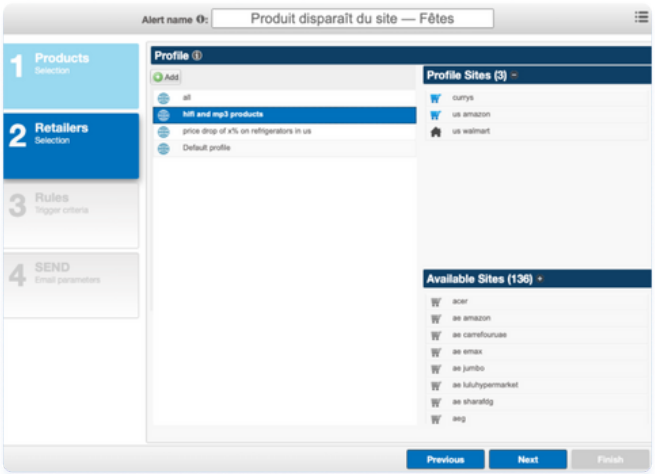
Choisissez une catégorie :

- Depuis **Mes sélections, Mon catalogue** ou **WP2**
- **Mes sélections** = les listes enregistrées que vous voyez dans MI
- **Mon catalogue** = votre propre assortiment suivi dans MI
- **W2P =** la base de données propriétaire de Wiser, équivalente à la vision catégorie.
- Filtrez par sites, marketplaces, produits individuels, lots, marques et disponibilité.
- Option de frais de livraison : si cette option est sélectionnée, seuls les produits avec frais de livraison sont inclus ; les offres sans frais sont exclues.



Étape 2 : Choisissez vos retailers

- Tous les profils créés dans Market Intelligence apparaissent automatiquement ici. Sélectionnez-en un existant ou créez-en un si nécessaire.

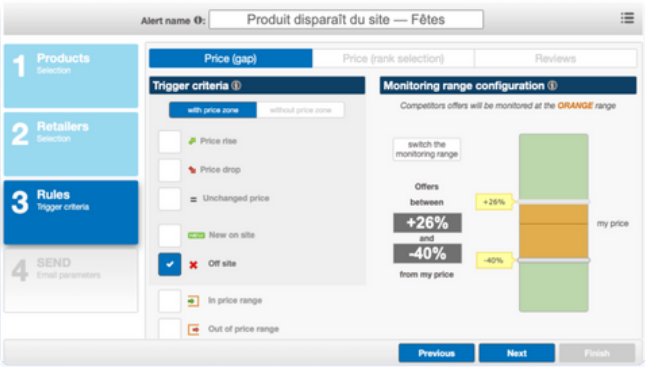


Alertes

Étape 3 : Établir la règle

Choisissez les critères de déclenchement. Les options incluent :

- Hausse ou baisse de prix d'une valeur ou d'un pourcentage fixe.
- Nouveaux sur site ou hors site.
- Dans la fourchette de prix ou pas
- Déclencheurs basés sur les avis

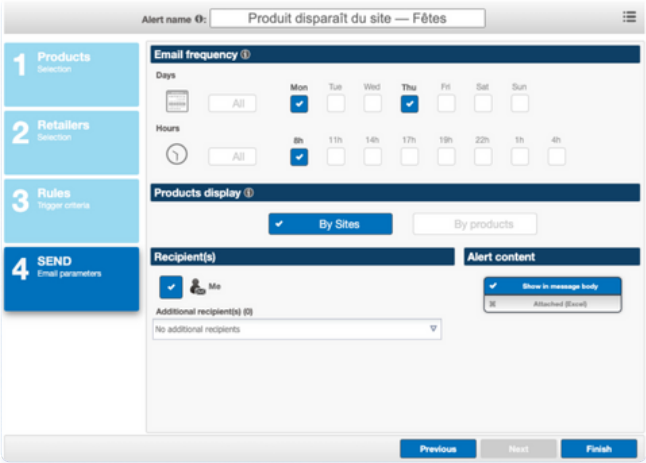


> Les zones de prix définissent la fourchette de prix que vous souhaitez suivre. Elles sont configurées par votre programme et ne peuvent être utilisées que dans les alertes. Utilisez-les pour être notifié lorsqu'un prix sort de la fourchette définie pour votre zone.

Étape 4 : Décider quand et à qui envoyer un email

Définissez qui reçoit l'alerte et à quelle fréquence.

- Choisissez les jours et les heures de réception des e-mails.
- Afficher les résultats par site ou par produit.
- Ajouter des destinataires.
- Inclure les résultats dans le corps du mail et joindre un fichier Excel si nécessaire.
- L'envoi dépend des horaires de crawl : elles sont envoyées quand de nouvelles données sont disponibles, pas à l'heure sélectionnée.



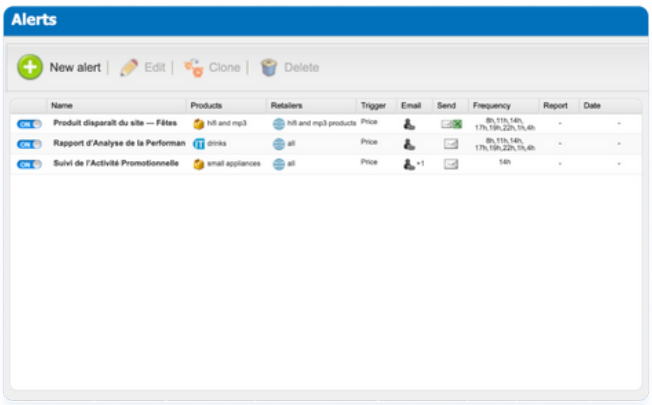
> **Conseil :** utilisez une convention claire comme « Promo Watch Q3 FR Retailers Clés ».

Alertes

Liste d'alertes

Une fois enregistrées, vos alertes apparaissent dans la vue liste.

- Lorsqu'une alerte est déclenchée, les résultats s'affichent dans le panneau situé en bas.
- Les résultats sont conservés pendant une courte période (quelques jours). Votre CSM pourra vous confirmer la durée de conservation exacte pour votre compte.

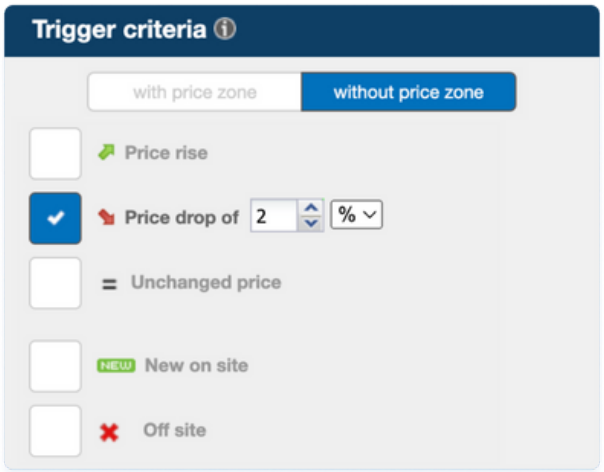


Déclencheurs d'alerte

Des configurations simples et fiables que vous pouvez utiliser dès aujourd'hui.

BAISSE DE PRIX DE X % SUR UNE SÉLECTION DE PRODUITS

- **Produits :** issus de mon catalogue ou de ma sélection.
- **Retailers :** choisissez votre profil et les sites concernés.
- **Règles :** Sélectionnez Baisse de prix de et définissez un pourcentage. Désactivez les autres déclencheurs.
- **Envoi :** Choisissez les timings, sélectionnez l'affichage, ajoutez les destinataires et incluez une pièce jointe (Excel) si vous le souhaitez.

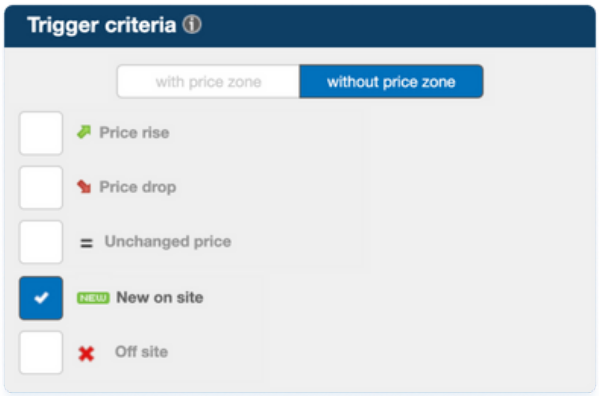


Vous recevez un e-mail lorsque le prix d'une référence (SKU) sélectionnée baisse d'au moins le seuil défini sur les sites que vous avez sélectionnés.

Alertes

UN PRODUIT APPARAÎT SUR UN SITE (NEW ON SITE)

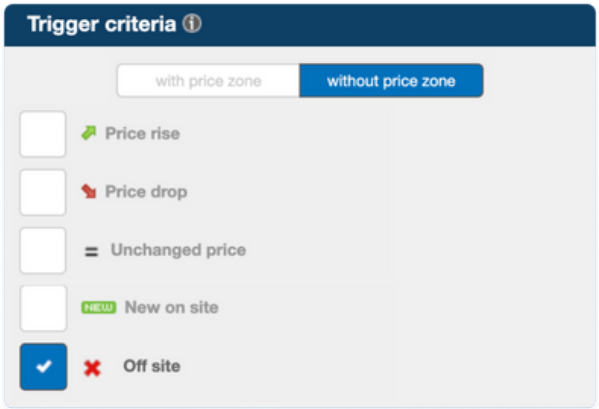
- **Produits :** issus de mon catalogue ou de ma sélection.
- **Retailers :** choisissez votre profil et les sites concernés.
- **Règles :** dans l'onglet Prix (écart), sélectionnez “New on site”.
- **Envoi :** définissez la fréquence des e-mails, choisissez par produits ou par sites, ajoutez des destinataires.



Vous recevez un e-mail lorsque une références apparaît pour la première fois sur les sites choisis.

LE PRODUIT DISPARAÎT DU SITE (OFF SITE)

- **Produits :** issus de mon catalogue ou de ma sélection.
- **Retailers :** choisissez votre profil et les sites concernés.
- **Règles :** dans l'onglet Prix (écart), sélectionnez “Off site”.
- **Envoyer :** définir la fréquence et les destinataires des e-mails.



Vous recevez un e-mail lorsqu'une référence produit sélectionnée n'est plus disponible sur les sites choisis.

Alertes

Pour suivre les offres hors de votre tranche de prix, utilisez l'alerte « Out of price range ». Confirmez avec votre CSM comment la tranche de prix est définie pour votre compte.

Veillez à ce que les alertes soient utiles et pertinentes.

Commencez par une alerte hebdomadaire, puis augmentez la fréquence si nécessaire.

Une seule alerte par objectif pour que les messages restent clairs.

Examinez et supprimez les alertes obsolètes chaque trimestre.

Dec 8, 2025 2:33 PM

Price alert: Suivi de lActivit Promotionnelle

My catalog: small appliances

Monitored variations : Down

Price between -100 % and 0 %

Profile: ALL

Options: Default delivery price included, Singles + Bundles, Sites + Marketplaces, Available

Up	Down	Equals	In price range	Out of price range	New on site	Off site
0	4	0	0	0	0	0

Key	
=	Unchanged price
X	Off site / become unavailable
new	New on site / back available
down	Price drop
up	Price rise
->]	In price range
[->	Out of price range

VAR	Site	Brand	Reference	SKU	EAN	Old price	New price	My price
down	AMAZON.CO. [ANKERDIRECT UK]	EUFY	EUFY C20 OMNI COMPLETE BLACK	13160571412	0194644299255	558.9	329	449.99
down	AMAZON.CO. [ANKERDIRECT UK]	EUFY	EUFY X10 PRO OMNI BLACK	5440009519	0194644151829	699	499	529.99
down	NL COOLBLUE [NL COOLBLUE]	EUFY	EUFY C20 OMNI COMPLETE BLACK	13160571412	0194644299255	423	39.99	449.99
down	NL COOLBLUE [NL COOLBLUE]	SHARK	SHARK WV200 GREY	576725718	0622356555289	130	69	84

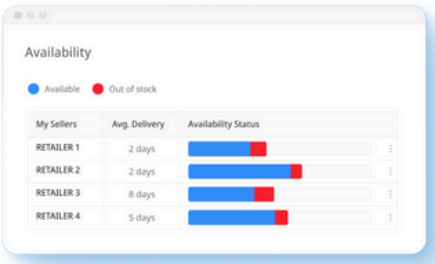
Tout est prêt !

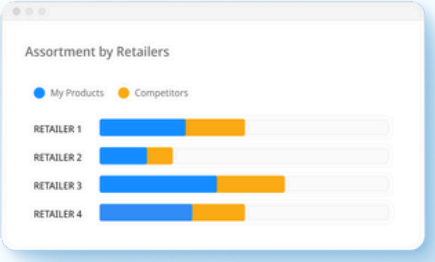
Vous avez vu comment la portée de votre programme, la collecte de données et le générateur de rapports s'articulent dans Market Intelligence. Vos choix dans les sections Produits, Sites, Rapports et Options déterminent les informations que vous obtenez.

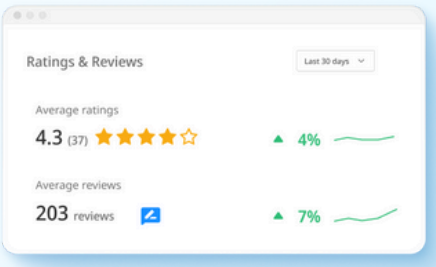
Que vous souhaitiez comparer les prix, vérifier la couverture, suivre les promotions, consulter les avis ou effectuer une vérification de vos EANs avec WiseCard, ce guide est votre point de départ. Enregistrez les vues qui vous sont utiles, partagez-les avec votre équipe et développez-les à partir de là.

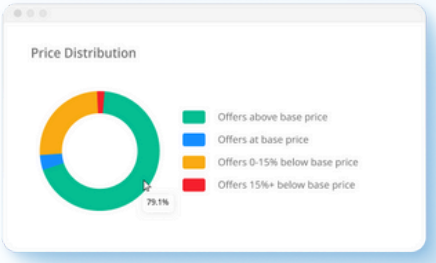
Si un point n'est pas clair ou si vous souhaitez de l'aide, n'hésitez pas à contacter votre EM et/ou votre CSM. Ils vous accompagneront pour que vous puissiez rapidement mettre Market Intelligence en œuvre et en faire un atout pour votre entreprise.

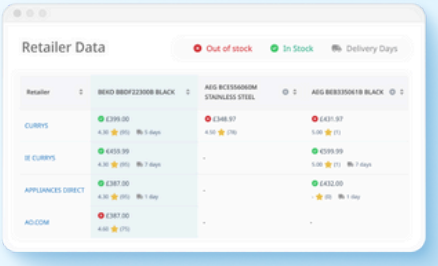
Passez à l'étape suivante et mettez Market Intelligence au service de votre entreprise.











Merci

www.wiser.com