

INNOVATION MARKETING



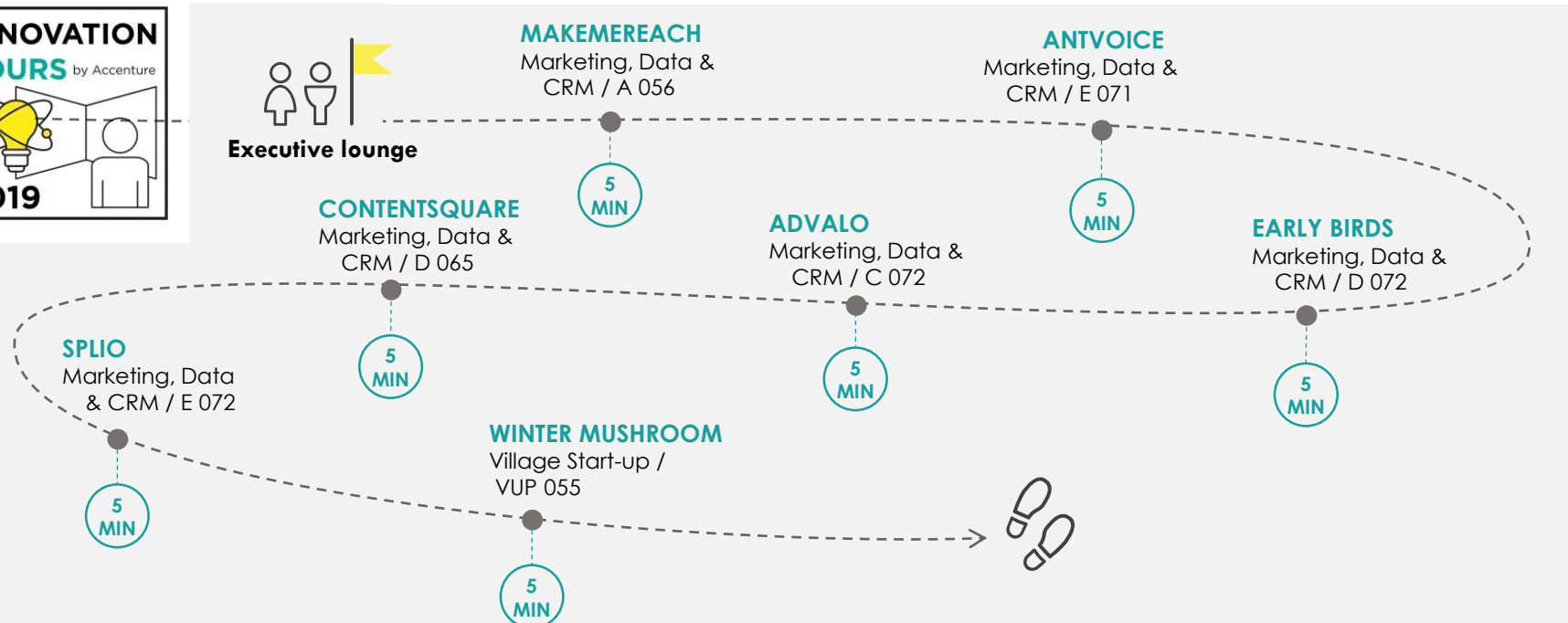
Sylvie Yang

Consultante
Retail, Fashion & Luxury
Expertise Marketing

sylvie.yang@accenture.com

+33 6-03657839

Toutes les industries se retrouvent bouleversées par l'arrivée de nouveaux acteurs qui viennent disrupter les marchés et par des consommateurs toujours plus exigeants vis-à-vis des entreprises. Pour se démarquer et proposer l'offre la plus pertinente, leur capacité d'innovation est primordiale et de nouveaux outils digitaux peuvent venir la décupler.



INNOVATION MARKETING (1/2)



1 / PUBLICITÉ

MAKEMEREACH – www.makemereach.com



« Gestion de social ads. Level-up your online advertising. »

La plateforme de gestion de publicités sur les réseaux sociaux permet, aux agences et aux annonceurs d'accroître les performances de leurs campagnes publicitaires sur Facebook, Twitter, Instagram et Snapchat, via sa plateforme de social advertising. Elle accompagne à créer, gérer et optimiser les campagnes sur les réseaux sociaux et donc de pouvoir mieux planifier les investissements publicitaires. En 2018, MakeMeReach a élargi son offre en intégrant Google (certification Google Premier Partners); +de 4000 clients depuis 2009.

1 / PUBLICITÉ

ANTVOICE – www.antvoice.com



« Pionnier du predictive targeting : cibler vos futurs clients grâce à l'IA de prédiction d'achats »

Antvoice est une solution accompagnant des annonceurs (e-commerçants et marques) dans le recrutement de nouveaux clients à fort potentiel au meilleur coût sur l'open web (hors GAFAs). La start-up amorce une disruption dans le monde de la publicité online en utilisant des algorithmes d'intelligence artificielle et de machine learning pour prédire les actes d'achats des internautes, trouver les emplacements publicitaires les plus performants, piloter et optimiser les campagnes automatiquement ; individu par individu. Antvoice intervient tout en haut du tunnel de conversion et analyse des millions de signaux faibles anonymes.

2 / MARKETING PRÉDICTIF

EARLY BIRDS – www.early-birds.io



« Créez votre propre personnalisation. Le bon produit pour le bon client. »

La plateforme de personnalisation omnicanale se base sur l'intelligence artificielle et sur une bibliothèque d'algorithmes : les leurs dans l'analyse des comportements utilisateurs sur les différents dispositifs digitaux et des algorithmes tiers (open source ou interne à l'entreprise accompagnée). Elle permet de présenter les produits et contenus pour lesquels chaque visiteur aura plus d'appétence. Avec son rachat par Attraqt, spécialisé en search et merchandising pour les e-commerçants, la complémentarité des deux acteurs permettra aux marques et retailers d'orchestrer et de personnaliser l'ensemble des parcours client et d'offrir des expériences client différenciées.

2 / MARKETING PRÉDICTIF

ADVALO – www.advalo.com



« Créez des expériences individualisées au bon moment. »

Grâce à des algorithmes d'intelligence artificielle et modèles prédictifs innovants, la plateforme omnicanale, Advalo valorise les données comportementales, transactionnelles, CRM on/offline des enseignes pour les accompagner dans le marketing individualisé (identifiant les clients les plus intéressés et affinant leur cible). L'enjeu est de détecter les moments clés de leurs parcours d'achat et d'adresser les bons messages aux meilleurs moments en fonction de sa phase de décision afin de créer une relation personnalisée et durable. En moyenne, l'utilisation de la plateforme permet de générer 3 à 4% de CA incrémental en moins de 12 mois.

INNOVATION MARKETING (2/2)



2/ MARKETING PRÉDICTIF

CONTENTSQUARE – www.contentsquare.com



« Nous créons des solutions innovantes qui vous aident à mieux optimiser votre expérience digitale. »

Spécialiste de l'analyse du parcours client en ligne, ContentSquare a développé une technologie unique sur le marché suivant les mouvements de la souris/touchs, permettant aux entreprises de mieux comprendre les comportements des visiteurs. Après avoir été élu 4e technologie e-commerce la plus innovante au monde par Gartner en 2014, d'avoir levé un fond de 102 millions de dollars ces deux dernières années, la start-up vient d'annoncer l'acquisition la start-up FR Pricing Assistant (qui analyse les changements de prix et d'e-merchandising) et de leur concurrent principal israélien ClickTale, faisant de ContentSquare un leader incontesté dans l'analyse prédictive du comportement client.

4/ RETAIL MARKETING

WINTER MUSHROOM – www.winter-mushroom.com



« Réaliser un ciblage en se basant sur l'apparence du client: Personalized, not Personal. »

Winter Mushroom développe une borne de PLV (Publicité sur Lieux de Ventes) digitale qui adapte son contenu à son audience en temps réel et sans utiliser de données personnelles des usagers : à travers l'apparence uniquement, via une caméra et l'IA qui détermine le sexe et l'âge de la personne. Une fois le contenu affiché la solution mesure le temps d'attention de l'audience et produit un dashboard permettant à l'enseigne d'affiner ses connaissances sur sa clientèle et de faire évoluer sa communication en fonction. La commercialisation de la borne est prévue lors du salon PRW.

3/ FIDÉLITÉ

SPLIO – www.splio.com



« Gérez vos programmes de fidélité et campagnes sur une seule plateforme ! »

Splio est une plateforme marketing de néo-fidélisation qui combine marketing automation, fidélisation, mobile wallet et WeChat marketing. A partir d'une vue 360 du client on et offline, la plateforme permet de faire du mobile un canal d'acquisition/d'engagement, de créer/gérer des programmes de fidélité transactionnels et relationnels basés sur les interactions on/offline des clients et d'ultra-personnaliser les campagnes marketing sur tous les canaux. La « néo-fidélisation » consiste à considérer tous les clients comme clients fidèles et donc de s'adapter à leurs besoins.

