

Les enjeux de la mobilité sur le marché de la publicité locale

Séminaire





Admoove est une société française spécialisée dans la gestion
de campagnes publicitaires mobiles géolocalisées.

Nous avons développé des outils et un savoir-faire permettant d'optimiser les inventaires publicitaires des applications et des sites mobiles géolocalisés.

Nous travaillons avec les éditeurs de sites et d'applis mobiles géolocalisés : réseaux sociaux, météo, media locaux, horaires & transports, guides touristiques, guides de sorties, bons plans...

Confiez-nous la gestion de votre inventaire publicitaire géolocalisé.

eCPM
eCPC

Une valorisation
premium de votre
inventaire publicitaire.



Des utilisateurs satisfaits
par la pertinence des
offres locales.



De nouveaux annonceurs
(distribution, restauration,
services de proximité...)



Des taux de clic x3 sur
les campagnes locales
vs. nationales.

Programme du séminaire du 15/09/2011

9H40 Intro par J.Chamussy (AdMoove)

9H45 #1 La part du digital dans le marché de la publicité locale
Par E. Aderdor (Horyzon Media / Membre du Conseil du SRI)

10H15 #2 Les stratégies gagnantes de commercialisation des supports digitaux auprès des annonceurs locaux

- ✓ O. Aizac (leboncoin)
- ✓ G. Desombre (118000)
- ✓ N. Guyon (Club Deal)

11H15 Pause

11H30 #3 Le téléphone mobile, nouvel allié des commerçants ?

- ✓ S. Dirani (Plyce Shopping)
- ✓ G. Barbier (Dis Moi Où)
- ✓ J. Léger (AdMoove)

12H30 Outro par J-M Rosaz (X Media)

Les enjeux de la mobilité sur le marché de la publicité locale

Séminaire

1^{ère} partie : la part du digital dans le marché de la publicité locale

La part du digital dans le marché de la publicité locale

Par E. Aderdor (Horyzon Media / Membre du Conseil du SRI)

Investissements Média 2010

30,6 **Milliards d'euros**

Nets investis dans les médias et hors medias en 2010

(+5,8% vs 2009)

Source : France Irep UDA 2010



Investissements Média 2010 : Supports locaux vs nationaux

Leviers de Communication	Dépense en M€	Pourcentage des dépenses totales
Presse	1 717	17%
<i>Presse Nationale (PQN, presse magazine, presse pro)</i>	267	3%
<i>Presse quotidienne régionale</i>	615	6%
<i>Presse gratuite (annonces et informations)</i>	568	6%
<i>Autre presse locale (PHR, collectivités locales)</i>	267	3%
Radio	480	5%
Publicité extérieure	764	8%
Cinéma et télévision	80	1%
Internet	220	2%
Total medias	3 261	33%
Annuaire et guides	1 100	11%
Marketing direct	3 632	36%
Promotion	1 040	10%
Evènementiel et relations publiques	963	10%
Total hors-médias	6 735	67%
Total	9 996	

Un marché qui représente **9,9 MILLIARDS € EN 2010**

- **Hors Media** représente **67%** des dépenses des annonceurs locaux.
- **Marketing Direct** est le **principal levier** de communication des annonceurs locaux.



Investissements Média 2010 : Annonceurs locaux

Medias Locaux	Dépenses K€	Part des dépenses medias Locales
Presse	1717	53%
Publicité Extérieure	480	15%
Radio	764	23%
Internet	80	2%
Cinéma et télévision	220	7%
Total Media	3261	

Un marché qui représente
3,3 MILLIARDS € EN 2010

- **Presse représente 53%** des investissements globaux.

- **Internet seulement 2%** des investissements globaux.

Source : Investissements nets 2010 - France Pub

 WEB	
 Forces	Faiblesses 
Mesure du RSI	Media Technique & Moins Concret
Ciblage (Socio-Démo, Centre d'intérêts, Géo)	Méfiance des Annonceurs Locaux
Media le plus proche de l'acte d'achat (1 clic de la vente)	Inventaire infinis Manque de Rareté

Annonces locales : répartition investissements pub.



Création de site
(souvent couplé à un budget SEM de création de trafic)



Marketing direct & display local

- Croissance des investissements tirée par les enseignes nationales à réseau
- Appétence des annonceurs locaux pour les offres promotionnelles (couponing, succès confirmé de Groupon) et la publicité géographiquement ciblée

Recherche locale & petites annonces

- Les segments recherche locale et petites annonces poursuivent leur croissance ce semestre (+ 5 à 10% au 1^{er} sem 2011)

Création de site

- Un marché en croissance de 10% tiré par le dynamisme des créations de site en France
- Une offre de création de sites qui s'est enrichie ce semestre avec 2 initiatives emblématiques (Mon Entreprise En Ligne & Site Express Pro, PVI Pagesjaunes)

Source : SRI-Cap Gemini 1er semestre 2011

Les principaux acteurs de la publicité locale



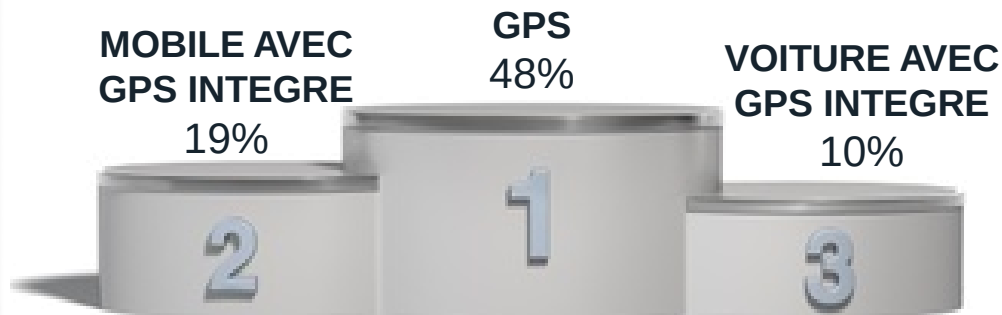
Ensemble pour réussir



Intérêt des français pour la géolocalisation (1/3)

70% des français conquis par les services de géolocalisation en 10 ans.

Equipement des français en services de géolocalisation



82% des français considèrent ces services utiles

LE MOBILE COMME OUTIL DE GEOLOCALISATION

20% des français séduits

Principaux usages

Connaître un itinéraire	23%
Se localiser en voiture	18%
Se repérer à pied	15%
Temps à parcourir	14%

Source : Une étude sur les services de géolocalisation réalisée par l'IFOP pour le compte de l'Atelier BNP Paribas. Étude réalisée du 3 au 5 novembre 2010 sur un échantillon de 995 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Intérêt des français pour la géolocalisation (2/3)

32%

des possesseurs d'un service de géolocalisation l'utilisent pour trouver un point de vente



LES APPLICATIONS DE GEOLOCALISATION POUR :

Partager des points d'intérêt

23%

Donner sa position à ses proches

18%

Connaître l'avis d'autres utilisateurs

15%

Noter les lieux fréquentés

14%

Recevoir des bons de réduction

14%

Source : l'IFOP pour le compte de l'Atelier BNP Paribas

Intérêt des français pour la géolocalisation (3/3)

FONCTIONS LES PLUS ATTENDUES SUR L'INTERNET MOBILE :

Sous total intéressés

Accéder à des infos adaptées de l'endroit où vous êtes grâce à la géolocalisation géographique du mobile

73%

Possibilité de photographier avec le mobile d'une image/code présent dans un magazine/emballage afin d'accéder à un site/service de l'internet mobile

51%

Possibilité de payer des biens physiques avec le mobile

39%

Possibilité de recevoir par SMS/MMS des offres promos

39%

51%

Des mobinautes ont déjà utilisé leur mobile pour rechercher des magasins à proximité de leur position géographique

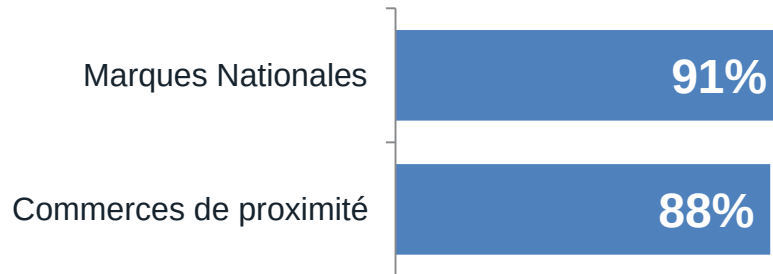
Source: Etude Benchmark Group pour Pages Jaunes

Source : Etude Ipsos Mediact AFMM (2009)

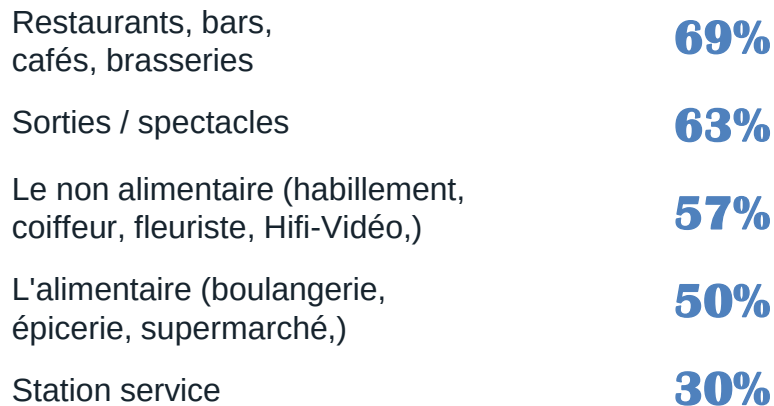
Intérêt des français pour la publicité contextualisée (1/2)

UNE OPPORTUNITÉ POUR TOUS LES ANNONCEURS

Intérêt pour des publicités de...

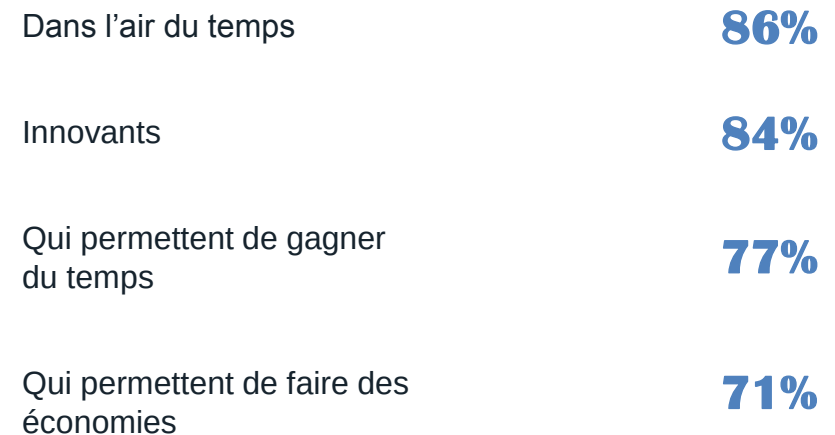


Top 5 secteurs:



INNOVATION, PERTINENCE ET GAIN DE TEMPS POUR LE CONSOMMATEUR

Des messages promotionnels...

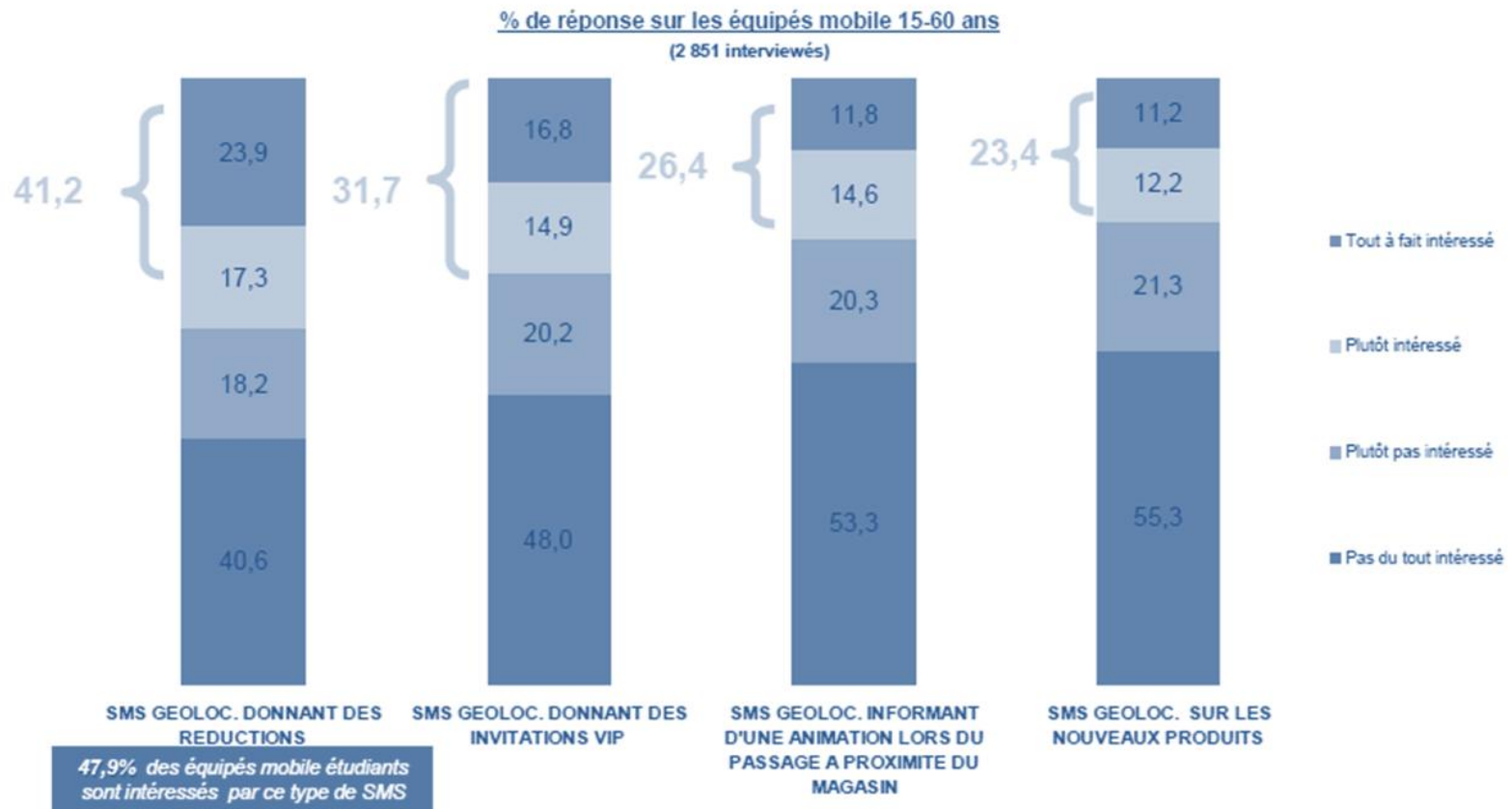


Ipsos MediaCT
The Media, Content and Technology Research Specialists

Intérêt des français pour la publicité contextualisée (2/2)

46,2% des équipés mobile (vs 40% pour les SMS commerciaux classiques) sont intéressés par la réception d'au moins un type de SMS géolocalisés

Quel est votre niveau d'intérêt pour les énoncés suivants :



Les enjeux de la mobilité sur le marché de la publicité locale

Séminaire

2^{ème} partie : Les stratégies gagnantes de commercialisation des supports digitaux auprès des annonceurs locaux

Les stratégies gagnantes de commercialisation des supports digitaux auprès des annonceurs locaux

Intervenants

- ✓ Olivier Aizac (leboncoin)
- ✓ Guillaume Desombre (118000)
- ✓ Nicolas Guyon (Club Deal)

leboncoin.fr : présentation

La référence de la petite annonce en ligne

- ✓ Un média de proximité : la bonne affaire est au coin de la rue
- ✓ 15 millions d'annonces proposées
- ✓ Dans le top 10 des sites les plus consultées en France
- ✓ N°1 de l'automobile et de l'immobilier

En quelques mots...

- ✓ Filiale 100% de Schibsted, groupe média norvégien
- ✓ Lancement en 2006
- ✓ Effectif : 90 personnes
- ✓ Un concept décliné dans plus de 20 pays

leboncoin.fr : offre pour les annonceurs locaux

Des offres ciblées sur une zone et un secteur d'activité

 **leboncoin.fr** Voitures Paris - offres

Accueil | Déposer une annonce | Offres | Demandes | Mes annonces | Boutiques | Compte Pro | Aide

Voitures Paris Chercher

☐ Recherche dans le titre uniquement
☐ Annonces urgentes ★ uniquement

Prix min Année-Modèle min KM min Energie Code postal : ex:75001
Prix max Année-Modèle max KM max Boîte de vitesse

» Comment effectuer une recherche par mots-clés ?

TL AUTO
Achat/vente véhicule
HS-accidenté-flotte aux sociétés
Enlèvement épave gratuit
0698072820

   
Jeannin AUTOMOBILES
Grand choix de véhicules neufs
et occasions. EN STOCK
www.jeannin-automobiles.com


123 occasion
Achat, vente, dépôt-vente
Tél : 01 80 89 47 47
www.123occasion.fr


PARIS CAR SERVICE
Dépôt-Vente Automobiles
Nous vendons à votre place !
01.48.54.40.32

Toutes 1 - 50 de 7254 Particulier, 5918 Professionnel, 1336 Cacher les photos | Trier par prix Annonces A la Une

Aujourd'hui 11:53  **Peugeot 206 - 1.4 xr presence 5p 5cv**
4 500 € Paris Paris



118000 : présentation

Le 2^{ème} annuaire le plus utilisé en France, en développement constant

- ✓ Plus de 7 millions de recherches de professionnels par mois
- ✓ 3^{ème} sur les renseignements téléphoniques (métier historique)
- ✓ 2^{ème} sur l'Internet fixe (www.118000.fr) ~ 3 millions de VU (Nielsen/Médiamétrie)

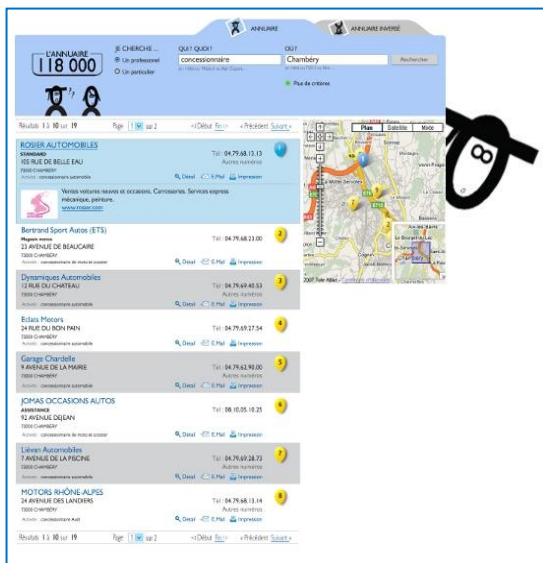
Un annuaire qui permet de générer des transactions localement

- ✓ 90% des demandes concernent des professionnels
- ✓ 99% sont localisées géographiquement
- ✓ 76 % de nos utilisateurs ont un besoin court terme (immédiat ou <7 j)*
- ✓ 80 % de nos utilisateurs ont pris contact ou sont allés chez le profess.*

* Etude Harris Interactive – Nov.2010

118000 : offre pour les annonceurs locaux

LE REFERENCEMENT PRIORITAIRE

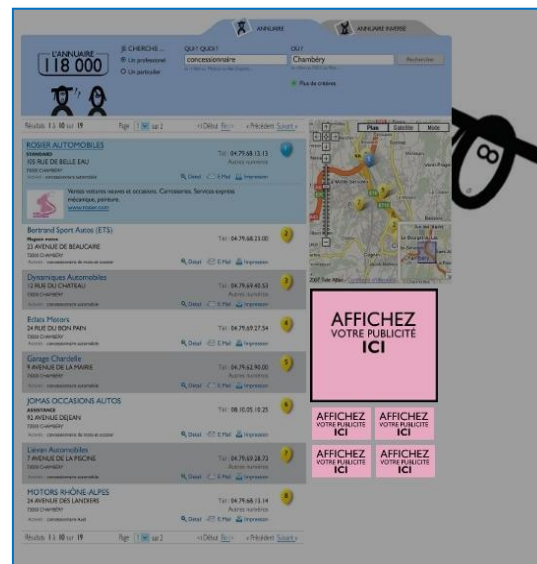


Pour se faire MIEUX VOIR (priorisation)

Et MIEUX CONNAITRE (enrichissement)

Sur tous les recherches pertinentes

LES VIGNETTES CARRES CONTEXTUALISEES



Parfait complément du référencement prioritaire

Pour COMMUNIQUER PLUS LARGEMENT sur
Une zone de chalandise et sur des thématiques
plus larges

118000 : cas clients

Beaucoup de clients....



Des intégrations visibles et appréciées

Exemple sur « garage - Roubaix »



- ✓ 87%* de nos utilisateurs apprécient le fait d'obtenir des informations détaillées sur l'activité des professionnels (logo, site internet, marques commercialisées...).
- ✓ 83%* de nos utilisateurs privilégient les professionnels qui ont des fiches enrichies.

Une volonté de ROI pour nos annonceurs

Grâce à des contacts utiles et au coût compétitif (coût au contact utile moyen : 0,50€)

Qui se transforment en :

- ✓ Commandes : plus de 20K€ de commandes par mois pour certains clients
- ✓ Appels : plus de 800 appels générés par mois sur des artisans
- ✓ Visites physiques, visites sur site internet...

Et des annonceurs qui renouvellent !

ClubDeal : présentation

Lancement en juin 2010

- Présent sur Paris, Lyon, Marseille, Nice
- Ouverture prochaine de Lille
- Lancement de verticaux : e-commerce, voyage, grands comptes
- Equipe de 12 personnes => 22 d'ici fin octobre

Chiffres clefs

- 500K€ de ventes sur la première année
- Taux de commission moyen de 25%
- 100K membres => 1 million d'ici fin décembre
- Qualité client et partenaire depuis septembre 2010

Next steps

- Consolidation du marché
 - Adossement au Parisien (Groupe Amaury)
 - Investissement et synergies
-

 **Brunchez à l'Empire Paris, magnifique Hôtel**** au design empire et contemporain, pour 22€ au lieu de 45€**
25 March 2011



266 Ventes réalisées

45€
Valeur initiale

-50%
Réduction

22€

 **Exceptionnel ! Survolez Paris en hélico avec Aviaxess pour 89€ !**
15 December 2010



262 Ventes réalisées

240€
Valeur initiale

-63%
Réduction

89€

Le deal est terminé

 **Découvrez WINE by ONE lors d'une dégustation originale de vin + 1 Winecard de 20€ à -55% !**
09 February 2011



77 Ventes réalisées

64€
Valeur initiale

-55%
Réduction

29€

Le deal est terminé

 **Un "Sensitive Gestalt Massage" d'1h30 aux huiles essentielles à -50% à 2 pas de la place Vendôme !**
11 February 2011



110 Ventes réalisées

80€
Valeur initiale

-50%
Réduction

40€

Le deal est terminé

 **Des pieds parfaits pour l'été avec une Fish Pédicure chez Beautés du Monde pour 14€ au lieu de 35€ !**
25 July 2011



71 Ventes réalisées

35€
Valeur initiale

-60%
Réduction

14€

Le deal est terminé

 **Venez découvrir le meilleur Burger de Paris à 5€ chez Amour de Burger à deux pas d'Opéra !**
26 April 2011



250 Ventes réalisées

9,90€
Valeur initiale

-50%
Réduction

5€

Lancement d'un pressing nouvelle génération : Sequoia Pressing

- Problématique : Promotion nouveaux points de vente & recruter de nouveaux clients
- D'avoir un grand nombre de clients dans ses pressings : 7 établissements sur Paris et en banlieue

Chiffres clefs

- 94 ventes
- 55K emails envoyés
- 19% ouvertures / 2% clics
- 30% de commission



Faites nettoyer votre costume ou tailleur chez Sequoia Pressing, le Pressing écolo, pour 6,50€ seulement !
06 July 2011



Sequoia
pressing nouvelle génération



94 Ventes réalisées

~~13€~~
Valeur initiale

-50%
Réduction

6,50€

Le deal est terminé

Feedback partenaire & opération

- 83% de nouveaux clients
- 34% ont consommés plus que la valeur du bon
- Prêt à recommencer l'opération 3 mois plus tard

Les enjeux de la mobilité sur le marché de la publicité locale

Séminaire

3^{ème} partie : Le téléphone mobile, nouvel allié des commerçants et des enseignes ?

Le mobile, nouvel allié des commerçants ?

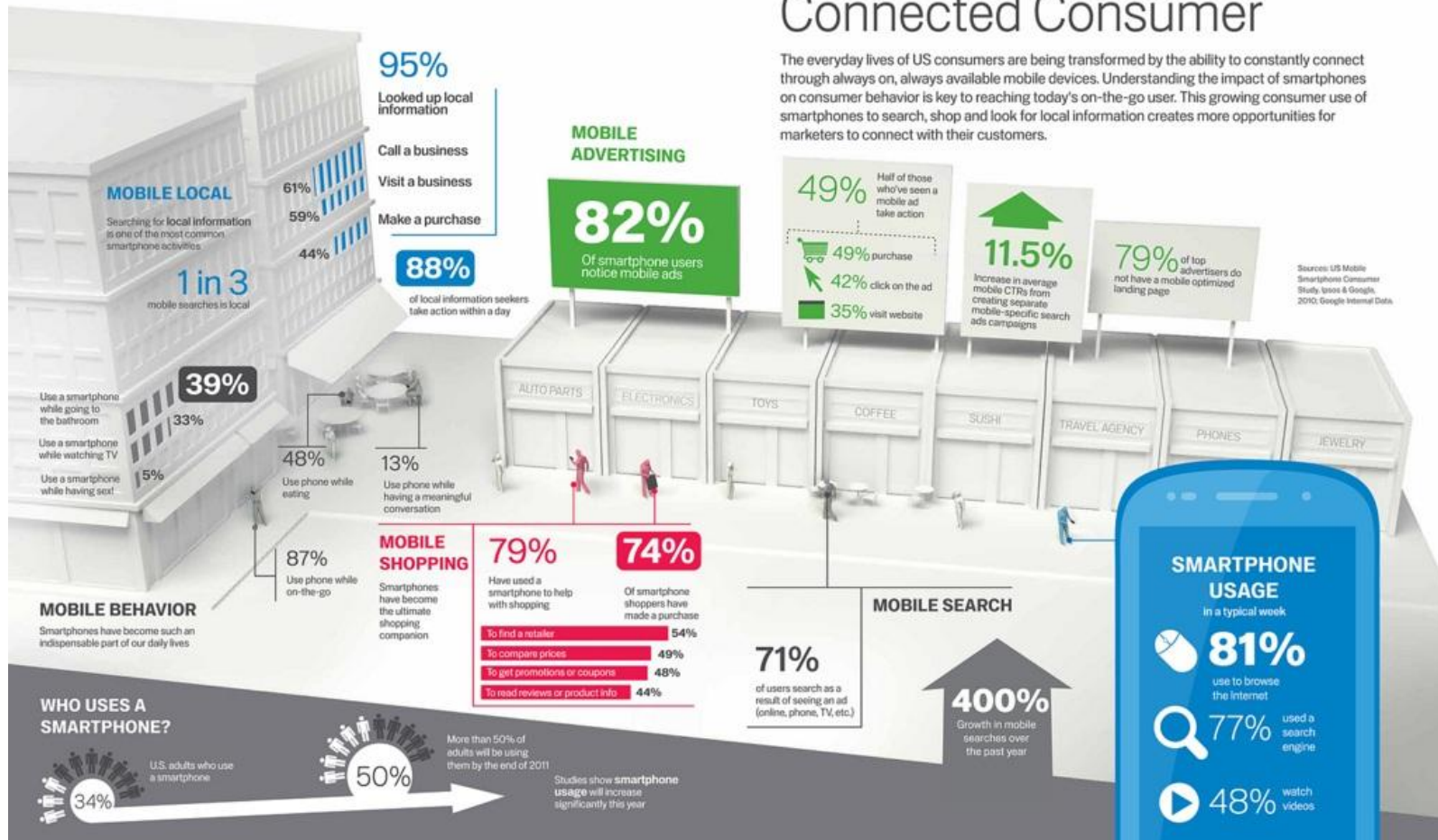
Intervenants

- ✓ Sandrine Dirani (Plyce)
- ✓ Gilles Barbier (Dis Moi Où)
- ✓ Jérôme Leger (AdMoove)

Mobile et Commerce : données de cadrage

The Constantly Connected Consumer

The everyday lives of US consumers are being transformed by the ability to constantly connect through always on, always available mobile devices. Understanding the impact of smartphones on consumer behavior is key to reaching today's on-the-go user. This growing consumer use of smartphones to search, shop and look for local information creates more opportunities for marketers to connect with their customers.



Mobile et Commerce : données de cadrage

Le téléphone mobile fait désormais partie intégrante du processus d'achat du consommateur, depuis la recherche préalable d'information jusqu'à la prise de décision :



- 79% des utilisateurs de smartphones se servent de leur téléphone dans le cadre de leurs achats : pour comparer les prix, trouver de l'info sur un produit ou un PdV...
- 70% des utilisateurs de smartphones s'en servent lorsqu'ils sont dans un PdV...

Source : Etude "The Mobile Movement: Understanding Smartphone Users" réalisée par Ipsos OTX MediaCT pour le compte de Google (2011)

Plyce : présentation

- Un service né en mars 2011 (fusion de PromoGaia et Plyce)
- 3 fondateurs : M. Destagnol, F. Labbé et Sandrine Dirani
- 30.000 PDV sur toute la France

UNE APPLICATION



UN SITE INTERNET



1 MILLION D'UTILISATEURS



DES PARTENAIRES PRESTIGIEUX



marie claire

Plyce : concept

un service pour gagner en visibilité et pour augmenter :
le trafic en magasin et les ventes



LES OFFRES AUTOUR DE
SOI PAR **CATEGORIE**



DESCRIPTIF D'UNE
ENSEIGNE



DETAIL D'UNE OFFRE
AVEC **COUPON**

Plyce : cas client

BcommeBlanc est un PDV spécialisé sur le blanchiment dentaire qui souhaite augmenter sa notoriété et ses ventes



ENVOI D'UN **PUSH**
GEOLOCALISE BASE
PARISIENNE



Résultats attendus sur un mois :

=> 1.000 clics, 150 coupons générés et 100 coupons utilisés

Utilisateurs

- 1 050 000 téléchargements
- 290 000 comptes email / FB
- 213 000 contributeurs
- 4000 comptes pro

Contenus

- 1 260 000 évaluations
- 517 000 commentaires
- 300 000 photos
- 322 000 établissement évalués

App mobile n°1 en France de la
recherche locale **social**



Découvrir les adresses favorites de mes amis

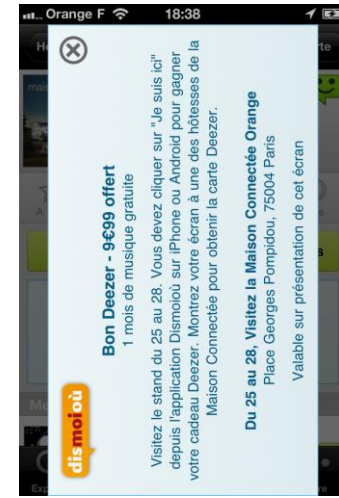
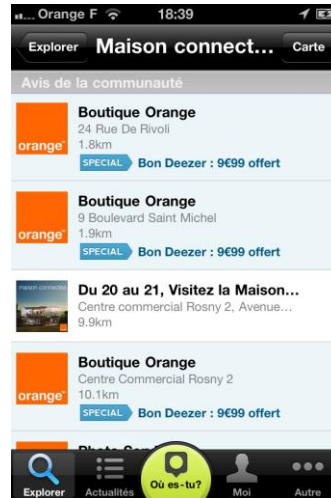
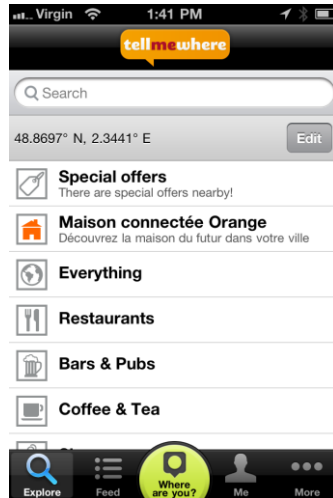


Obtenir des recommandations d'utilisateurs qui me ressemblent

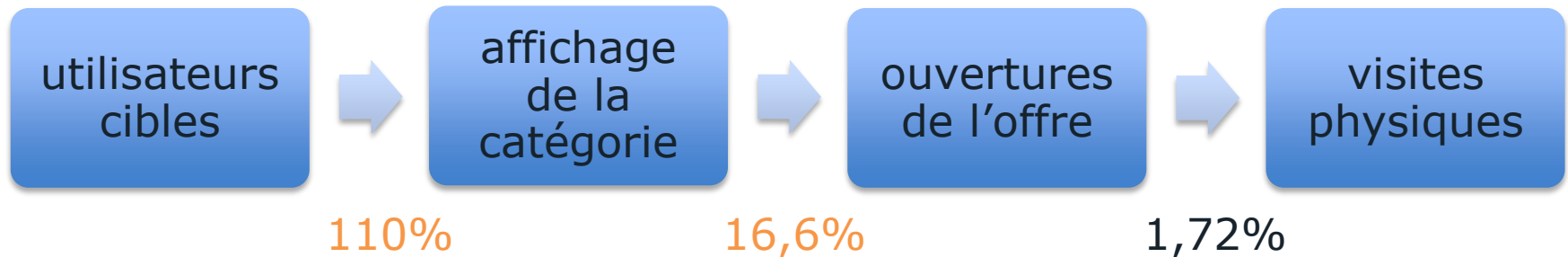


Trouver Bons plans et Deals là où je suis

Mise en avant de l'opération Maison Connectée



Résultats de l'entonnoir de conversion





AdMoove : présentation

Qui sommes-nous ?

Admoove est une société spécialisée dans la gestion de campagnes publicitaires mobiles géolocalisées.

Nous avons développé des outils et un savoir-faire permettant d'optimiser les inventaires publicitaires des applis et des sites mobiles géolocalisés.

Avec qui travaillons-nous ?

Nous travaillons avec les éditeurs de sites et d'applis mobiles géolocalisés : réseaux sociaux, météo, media locaux, horaires & transports, guides touristiques, guides de sorties, bons plans...

Nous agrégeons leurs inventaires publicitaires géolocalisés (selon des axes géographiques et thématiques) afin de pouvoir offrir aux annonceurs la puissance média et l'efficacité qu'ils attendent.

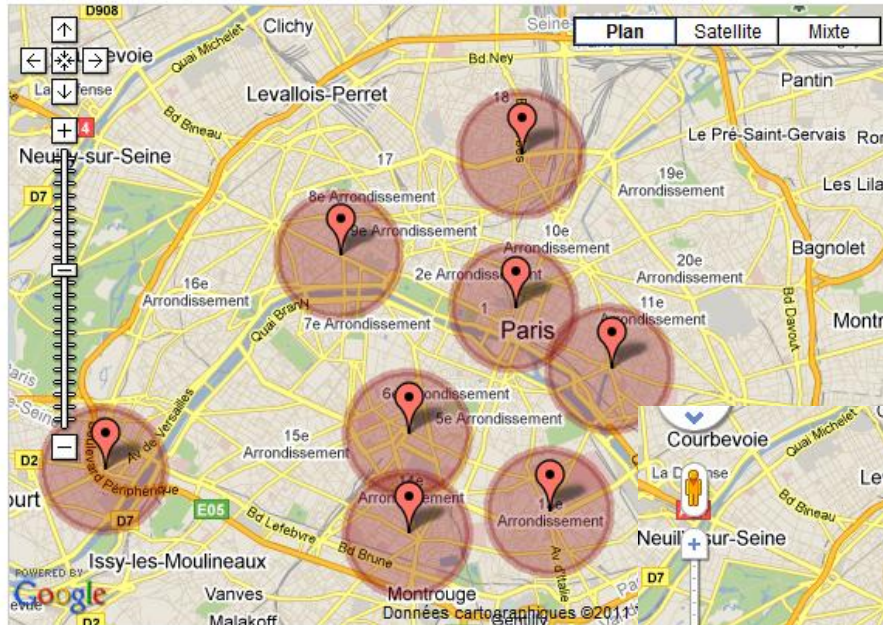
Admoove peut également prendre en charge la commercialisation de tout ou partie de ces inventaires publicitaires via une force de vente spécifique.

AdMoove : concept



Faire coïncider

L'audience
publicitaire des
services et applis
géolocalisés



Les zones de
chalandise de
commerçants
(chaînes, franchisés,
indépendants)



Admoove : cas client

Campagne Virgin Cafe : sept 2011



Les enjeux de la mobilité sur le marché de la publicité locale

Séminaire

Merci de votre attention