

Tournant stratégique
pour **FABERNOVEL DATA & MEDIA**,
l'agence de performance du groupe
FABERNOVEL

DOSSIER DE PRESSE

Septembre 2017

EDITO :

par Yassine BELFKIH

Rebattre les cartes des stratégies médias offline

“ Si l'on revient quelques décennies en arrière, on se rappelle aisément du temps où les agences ne juraient que par les stratégies dites de *branding*. Depuis, Google est passé par là, bien décidé à imposer la “performance” au coeur des stratégies médias online. Et si, depuis, les schémas traditionnels ont profondément changé - avec l'arrivée massive sur le marché de nouvelles agences médias indépendantes qui ont contraint les agences historiques à ajuster à minima leur modèle - du côté des stratégies médias *offline*, l'inertie est restée forte.

Ainsi, pendant longtemps, l'achat média *offline* a été opéré de manière exclusive par les *Big Six* (Havas, Publicis, omd, Aegis, wpp, ipg), principalement grâce à un effet de volume et à un taux de négociation intéressants. Sous cet effet de levier, ces grandes agences devenaient de plus en plus grandes, ne laissant aucune place aux plus petites. Pourtant, avec la restructuration des médias traditionnels et l'apparition de nouveaux standards et de nouvelles manières d'acheter, ce qui était vrai hier ne l'est plus aujourd'hui.

Face à un parcours de consommation omnicanal, il n'est plus possible de servir et guider ses clients de manière optimale en se cantonnant au digital et en délaissant les deux tiers du volume média représenté par le *offline*.

C'est dans ce contexte, et pour faire face à un modèle actuel largement imparfait et sous-exploité, que nous avons décidé de nous lancer dans une nouvelle aventure, et de rebattre les cartes des stratégies médias *offline*. Comment ? En apportant notre expertise de la mesure là où il est possible de le faire, et en insérant une nouvelle dimension de performance des médias *offline*. Notre ambition est de créer pour les annonceurs des synergies entre les stratégies *online* et *offline*, synergies jusqu'alors trop rares. ”



Yassine BELFKIH

CEO de FABERNOVEL DATA & MEDIA

SOMMAIRE :

- Acquisition de **Flayr Talent**
la division influence de Flayr

– 6

- Lancement de l'**offre TV**
à la performance

– 8

- À propos
de **FABERNOVEL DATA & MEDIA**

– 10

ACQUIERT FLAYR TALENT LA DIVISION INFLUENCE DE FLAYR

Selon les cibles à atteindre, la manière de promouvoir une marque ou un produit s'est profondément transformée, et la publicité traditionnelle ne suffit plus. La nouvelle génération de consommateurs se défie de la publicité et a déjà adopté un comportement d'éviction, comme en témoigne la recrudescence du nombre d'*Adblocks*, l'abandon de la télévision au profit de services de *streaming* en ligne, ainsi que la montée en puissance des réseaux sociaux. En parallèle, on a vu émerger une nouvelle "discipline" : le marketing d'influence, devenu partie intégrante de l'écosystème publicitaire et levier de communication indispensable, capable de toucher et d'engager de manière extrêmement ciblée une audience spécifique, d'amplifier le message d'une marque, et ainsi promouvoir sa marque ou son produit de manière efficiente. Aussi, dans l'optique de proposer à ses clients une stratégie de communication 360, FABERNOVEL DATA & MEDIA acquiert FLAYR TALENT la division marketing d'influence de FLAYR, l'acteur leader du Discovery Shopping.

FLAYR TALENT c'est :



Un réseau hybride
de plusieurs milliers
d'influenceurs

(YouMakeFashion,
IAmRenanPacheco,

Saaggo, etc.) à la typologie
très diversifiée (mode,
lifestyle, beauté, voyage,
mum, sport, *food*, etc)



Une présence
à l'international
(France, UK, Espagne,
Portugal, Allemagne,
États-Unis, etc)

et sur de nombreuses
plateformes
(Instagram, Facebook,
Twitter, Blogs,
Snapchat, etc.)



Des clients très variés
à la renommée internationale
(Nike, Adidas, AccorHotels,
Nestlé, etc.) Directement
intégrées au sein de

FABERNOVEL DATA & MEDIA,
les équipes de FLAYR TALENT
seront en mesure de donner
accès à l'ensemble des clients
de l'agence à un nouvel univers
publicitaire en plein essor.



“ Le marché de l'influence est devenu un canal incontournable pour les marques. Il est promis à une croissance très forte dans les années qui viennent. Nous sommes ravis que FLAYR TALENT rejoigne le Groupe Fabernovel qui, fort de synergies business, pourra lui permettre d'accélérer encore son développement en France et à l'international. ”

Olivier COTINAT - CEO de FLAYR



“ Nous sommes convaincus que le champ des possibles en terme de mesure est très vaste. Aujourd'hui la mesure est principalement "influenceur-centric", demain notre ambition est d'être "user-centric" afin de piloter les campagnes d'influence à la performance. ”

Yassine BELFKIH - CEO de FABERNOVEL DATA & MEDIA

L'OFFRE

1 CONCEPTION :

Comprendre ou détecter le(s) besoin(s) et objectif(s) afin d'identifier les opérations d'influence les plus adaptées ;

2 IDENTIFICATION :

Identifier, sélectionner et engager les influenceurs les plus pertinents et en adéquation avec l'ADN de la marque ;

3 IMPLÉMENTATION :

Intégration et synchronisation des campagnes d'influence à la stratégie publicitaire globale, et coordination de l'ensemble des opérations d'influence (négociation et suivi des influenceurs, production, etc) grâce à une approche agile du marketing d'influence ;

4 ANALYSE :

Mesure des performances des campagnes d'influence selon les indicateurs les plus pertinents.

Une des forces de l'offre proposée par FABERNOVEL DATA & MEDIA est qu'en plus des grands influenceurs, l'agence se positionne également sur la "longue traîne" des influenceurs, correspondant à ce que l'on pourrait qualifier de micro-influenceurs aux réseaux plus modestes (plusieurs dizaines ou centaines de milliers d'abonnés), mais beaucoup plus ciblés, permettant une approche très affinitaire, et bien plus pertinente notamment en termes de localité.

LANCE SON OFFRE TV À LA PERFORMANCE

Avec 3h52 d'écoute par jour, la TV demeure un média influent de l'écosystème publicitaire mais qui présente encore des lacunes. La connaissance limitée de l'audience, les opportunités de ciblage très réduites, ou encore des plans média élaborés sur des fondations fragiles avec un *KPI* dominant conditionné par une approche probabiliste en ont fait le domaine d'optimisation de la performance le plus intéressant de ces derniers mois pour l'agence **FABERNOVEL DATA & MEDIA**.

Pourquoi la mesure de l'audience actuelle doit être complétée :

- **Actuellement**, l'analyse de l'audience est basée sur un panel restrictif. 5 000 foyers, soit 0,018% des foyers français ;
- certains ciblage standards sont composés de moins d'une centaine de personnes, peinant à être représentatifs ;
- or, c'est ce panel qui conditionne le GRP, indicateur utilisé pour réaliser les plans média et analyser les performances ;
- enfin, le GRP net garanti, un mode d'achat apprécié par les agences car moins chronophage, reste un mode d'achat opaque privilégiant la masse à la cible.

Pour répondre à cette problématique, **FABERNOVEL DATA & MEDIA** a proposé au groupe Bayard de l'accompagner dans sa campagne de médiatisation de son application jeunesse Bayam.

Durant une vague de 3 semaines en juin 2017, **FABERNOVEL DATA & MEDIA** a mis en place :

- **Une gestion sans silo alliant digital et TV**, avec notamment l'implémentation de modèles d'attribution omnicanal, l'optimisation de la pression et des budgets publicitaires entre *offline* et *online* en fonction des performances, et un bilan 360 des campagnes.
- **Une programmation enrichie** par la collecte et l'utilisation d'*insights* sur la cible, l'analyse des meilleurs jours et heures de diffusion avant réservation ou encore l'utilisation de pré-tests des campagnes via YouTube;
- **Des campagnes sur mesure et une optimisation en continu du plan 360** via l'achat au spot à spot, un *scoring* de l'audience, ou la définition et le suivi de plusieurs *KPIs* (*online* et *offline*);

Après seulement deux semaines de campagne des résultats très probants ont pu être relevés, avec notamment la remontée jusque dans le Top 5 de l'App Store dans la catégorie "Enfant", une croissance de 500% du nombre de téléchargements par rapport à la période précédente, la réactivation de l'engagement des anciens utilisateurs ou encore l'optimisation des coûts d'acquisition tout au long de la campagne TV (-12%).

Finalement, face aux schémas traditionnels, on retiendra la **capacité d'optimisation**, et ce au sein d'une même vague de diffusion grâce à une approche *data-driven*, ainsi que la **capacité à créer des ponts entre le *online* et le *offline*** tant dans la mesure que dans l'activation. Ainsi, il sera désormais possible d'identifier et de retargeter *online* une personne exposée à un spot publicitaire spécifique, sur une chaîne en particulier, ou encore de tester les chemins de conversion "omnicanaux" les plus performants.

À PROPOS...

FABERNOVEL DATA & MEDIA, filiale du groupe FABERNOVEL, est une agence de performance multi-spécialiste centrée sur la *data*, plaçant l'efficacité au cœur de sa stratégie. Experte en acquisition de trafic, optimisation de la conversion, et traitement et analyse de la donnée, FABERNOVEL DATA & MEDIA identifie et active les solutions les plus adaptées et innovantes pour ses clients.

Fondée en 2013 par deux anciens *Googlers*, FABERNOVEL DATA & MEDIA a connu une croissance exponentielle et compte aujourd'hui plus de soixante collaborateurs répartis entre Paris, New-York et Shanghai. FABERNOVEL DATA & MEDIA bénéficie des synergies et du soutien de près de 250 collaborateurs du groupe FABERNOVEL, expert en transformation digitale.

“ Notre mission chez FABERNOVEL DATA & MEDIA est d'accompagner avec efficacité et ingéniosité nos clients sur le plus court chemin vers leurs utilisateurs. ”



Kevin GENTIL-CANTIN
CEO de FABERNOVEL DATA & MEDIA

“ Transformons la complexité du digital en pure performance grâce à une vision et une pratique globales des leviers d'acquisition ! ”



Yassine BELFKIH
CEO de FABERNOVEL DATA & MEDIA

2013
création

+60
talents

3 bureaux :
**PARIS,
NEW YORK,
SHANGHAI**

Une équipe **R&D**

Agence 360 :
**DATA / MEDIA /
SEO / INFLUENCE /
TV / AFFICHAGE**

**GRANDS COMPTES
& STARTUPS :**

Pernod Ricard, E.Leclerc, Eram,
PSA-Peugeot-Citroën, ClubMed,
KissKissBankBank, CollectorSquare,
Carizy, etc

Le groupe FABERNOVEL

Créé en 2003 par Stéphane Distinguin, FABERNOVEL est un groupe *full-stack* de conseil et de création de produits et de services numériques ayant déjà accompagné depuis 13 ans près de ¾ du CAC 40 ainsi que des grands groupes internationaux dans leur transformation numérique et leur trajectoire d'innovation. FABERNOVEL compte aujourd'hui plus de 250 talents sur 3 continents (US, Europe et Asie). *Designers*, ingénieurs, développeurs, *data-scientists* et analystes apportent convictions et solutions pour développer le business de leurs clients et pour proposer à leurs usagers, utilisateurs, et clients des expériences simples, grâce au digital.

CONTACT



Marion COSTAMAGNA

Responsable Marketing & Communication

marion@fabernovel.dm

06 80 06 57 26



18 rue du faubourg du Temple - 75011 PARIS