

Géolocalisation, Ciblage, Prospection...

Une stratégie marketing de plus en plus 100% mobile

Un leader de référence dans le Marketing Mobile en France, High Connexion ne cesse de se développer et d'innover. High Connexion se réinvente constamment pour apporter des nouvelles solutions ou produits qui répondent aux évolutions du marché.

Médias, agences, annonceurs, recherchent de plus en plus de solutions marketing ciblées et géolocalisées, c'est la garantie de mieux communiquer et surtout de proposer des publicités pertinentes qui vont capter l'attention des consommateurs. C'est d'ailleurs l'une des tendances que confirme Didier Welsch, Business Development Manager & Partnerships chez High Connexion, « en effet dans le cadre de notre activité de création d'application mobile, nous n'avons jamais autant développé de STORE LOCATOR avec la géolocalisation des points de ventes et du consommateur afin de pouvoir pousser des offres de proximité instantanément à travers notre plateforme de PUSH ».

High Connexion premier facilitateur du routage SMS 100% français a mis en place récemment une offre de push SMS sur des bases de données géolocalisées avec la possibilité d'affiner la cible en fonction de centres d'intérêts et sociaux styles afin de répondre aux demandes des régies, des agences médias et bien entendu aux annonceurs. Ces campagnes SMS sont d'ailleurs souvent enrichies d'un mini-site contenant un store Locator avec une offre ciblée accessible en cliquant sur une url, cela permet également d'évaluer le nombre de clics, de

rebonds... et ainsi avoir des statistiques de retour sur la campagne. « En fonction de la qualité de l'offre, les taux de clics peuvent souvent atteindre 24%, le SMS marketing est nettement plus performant en terme de ROI que le mail ou autres moyen de communication », affirme Didier Welsch. High Connexion a également été sollicité par Tenth Avenue (Groupe WPP) pour développer une plateforme marketing innovante, son nom : LOOP.



La plateforme Loop est une solution marketing qui s'appuie sur wallet, (portefeuille digital présent sur chaque smartphone). Le consommateur télécharge l'offre d'une marque et est invité à l'utiliser en situation de mobilité (drive to store). En effet et ce dès son ajout dans le Wallet, le « pass » peut répondre à des critères de géolocalisation ou à l'utilisation de Beacon et alerter le consommateur par le biais de notification Push.

Une fois l'offre consommée ou expirée, la marque pourra cibler chaque clients en mode natif en transformant « le pass » en une nouvelle offre. Par conséquent, Loop offre la possibilité d'adhérer automatiquement au programme de fidélité de la marque. Cette

plateforme permet de créer en tout autonomie des templates pour diffuser en Cross Canal, des invitations, des cartes de fidélité, des cartes cadeaux, des billets/tickets de transport, coupons, voucher, click & collect, gaming... Pour en savoir plus envoyez un mail à : contact.commercial@highconnexion.com

LE MOBILE L'AVENIR DES MÉDIAS

High Connexion s'est intéressé très tôt à l'utilisation du mobile dans l'univers des médias. Celui-ci est en effet, déjà au cœur de la monétisation et de l'interaction. Que ce soit via l'utilisation des applications ou via les sites mobiles. Pour accompagner les médias dans leur transformation digitale, High Connexion a créé « M-GS » ; une plateforme qui permet entre autre la monétisation des supports digitaux, le recrutement de nouveaux auditeurs/lecteurs/télespectateurs, et la création de base de données opt-in pour permettre aux médias d'intégrer avec leurs audiences.

« À travers le mobile et le digital les radios ont maintenant les moyens de mieux connaître leurs auditeurs. La data permet aux médias de développer de nouveaux modèles éco-



nomiques. Par exemple, la diffusion des jeux sur les supports digitaux permet aux régies des médias d'être force de proposition pour proposer des jeux marketing digitaux à leurs clients. Les médias peuvent également monétiser leur data en proposant aux annonceurs des campagnes de marketing direct (SMS - Mail) multi-villes sur leurs bases de données ou en récoltant des leads. le mobile avec 40 à 84 % d'audience chez les principaux médias français représente aujourd'hui un vrai enjeu économique », conclut Didier Welsch.

En savoir plus sur www.highconnexion.com

HighCONNEXION