

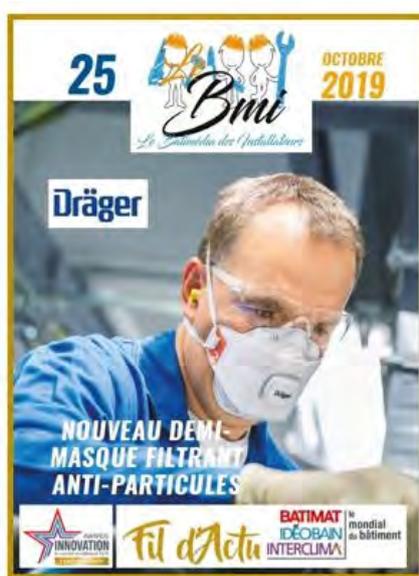


Pas de pub, de l'info

Un rédactionnel intéressant aura toujours plus d'impact qu'un slogan publicitaire

Nos offres 2020

Notre mission est , grâce à nos supports (Les portails batimedianews.com et batimedialive.com, leurs news, et nos webmags mensuels – Le Batimédia des prescripteurs et son supplément le Batimédia de l'accessibilité Universelle et le Batimédia des installateurs) et à nos outils de communication, d'être une force d'information, de proposition et de formation continue pour les acteurs du bâtiment et nous le faisons en partenariat avec les fabricants de produits ou de services qui nous fournissent l'information technique que nous diffusons .



Nos Objectifs Principaux

1. Chez batimédia, vous n'achetez pas des cm2 d'espace publicitaire , vous achetez un concept qui vous permet d'identifier les partenaires (prescripteurs, installateurs, collectivités) qui matchent avec votre conception de votre métier et avec vos produits ou services.
2. Nous allons présenter vos informations pour que vos produits ou services soient le mieux mis en valeur. Bien sur, il faut que votre contenu ait quelque intérêt pour nos abonnés qui attendent une information détaillée, des réalisations concrètes, des exemples et des démonstrations pour se faire une idée de votre entreprise ou s'ils la connaissent déjà de vos nouveautés.
3. La régularité de publication de votre contenu et sa diversité est important aussi, c'est la raison pour laquelle, nous vous proposons de travailler des articles de fond sur l'année que l'on va faire tourner et que nous pouvons vous aider à réaliser.

Démarche rédactionnelle

- Nous avons **transformé**, notre entreprise pour passer d'un magazine exclusivement publicitaire à un **dispositif ouvert à toutes les entreprises du secteur** qui ont quelque chose d'intéressant à communiquer à nos abonnés. Ce dispositif est basé maintenant sur plusieurs supports web qui se complètent et s'enrichissent et auxquels vous avez accès librement.
- La stratégie rédactionnelle de Batimédia (qui existe depuis 30 ans), reste dans la ligne historique de notre entreprise. Ce sont les industriels qui s'adressent directement à nos cibles, avec leurs mots et leur présentation.
- C'est le **mix publi-rédactionnel/communiqués de presse** qui va apporter la meilleure efficacité car cela permet de disposer d'un espace d'information important avec une démarche business d'identification des lecteurs intéressés.
- Cela répond aux besoins d'information techniques de nos abonnés et permet aux annonceurs de disposer d'un outil de communication incontournable pour assurer une information technique détaillée sur leurs produits, leurs logiciels ou leurs services.

Comment nous exploitons votre contenu rédactionnel ?

Les communiqués sont repris dans un premier temps sur **batimédialive**.

Vous n'êtes pas annonceur : ce sera sur sélection en fonction de l'intérêt du communiqué

Vous êtes client de nos services : reprise régulière de vos communiqués et accès possible à la plateforme batimédialive pour votre agence pour éditer en direct.

2 portails,

Batimedialive.com est un portail self service, on vient lire les actus et on s'inscrit pour recevoir par mail une information sur les sujets intéressants. Créé en Octobre 2018

Batimedianews.com

est un portail pour la gestion de contenu avec d'une part la démonstration produit et d'autre part l'espace news où ne sont traités que les articles de fond

L'armoire à Docs

News hebdomadaire avec les liens de téléchargement des documentations

Vos communiqués, articles, fiches produits, vidéos, démonstrations, formations à mettre en avant auprès de nos abonnés



Batimédia
NEWS
70000 visites par mois

- ◆ Liens avec espace
- ◆ Thématiques
- ◆ Mots clés

S'agit-il d'un article marketing de contenu

NON

OUI

Articles complets de formation et de démo

EMAGS
Batimédia

Reprise des articles batimedialive en liste avec lien, reprise des espaces produits de batimedianews sur 1/3 de page mini, reprise des rédactionnels

2019 **Batimédia**
NEWS

Revue de presse et communiqués

Envoyée à 60 000 abonnés tous les jours

Pas de pub, des articles complets (image et résumé clair, l'abonné clique car il veut accéder à un contenu plus complet.

News commerciales
METIER

News letter
hebdomadaire

Envoyée le vendredi soir
Reprise des articles de la semaine

En accompagnement d'un plan média dans les Web-Mags (BMP et/ou BMI), mise en avant produit, votre espace est affiché si le destinataire est ciblé

Batimédia, moins d'efforts pour plus de résultats

Business, marketing et communication

Notre support pour les campagnes marketing et de communication que nous réalisons pour nos clients sont multicanales et vont quelque-soit l'offre à laquelle vous avez souscrit partir de votre rédactionnel pour vous ouvrir de nouveaux marchés.

Le portail d'informations techniques sur les produits du bâtiment

Batimédia
NEWS

Un espace dédié à
votre entreprise

Je crée mon espace
gratuitement

Articles de
contenu sur votre
entreprise

J'envoie mes
communiqués de presse

Diffusion des
articles dans la
revue de presse

Les coordonnées de vos
lecteurs



L'armoire à docs *Batimédia*

Toutes vos documentations techniques mises à jour en un clic

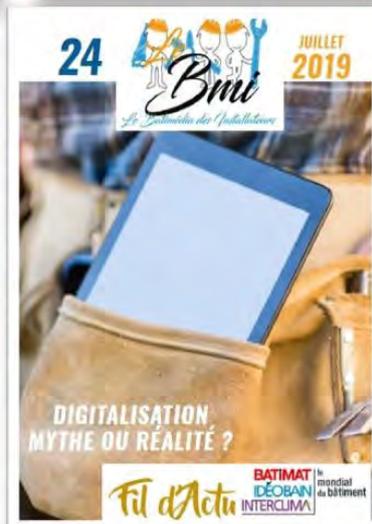
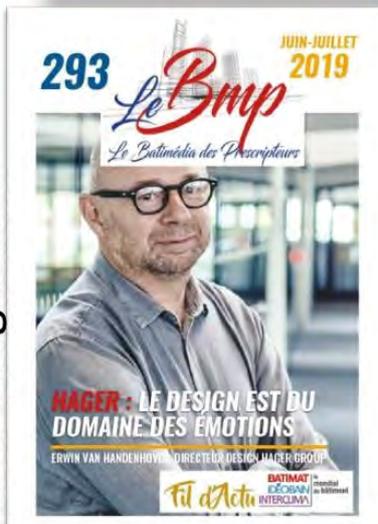
Une démarche personnalisée par métier et par thématique

Les prescripteurs

Les entreprises

L'accessibilité
Universelle

News Web magazines



Bmp News **Bmi** News
Artisans, installateurs et entreprises

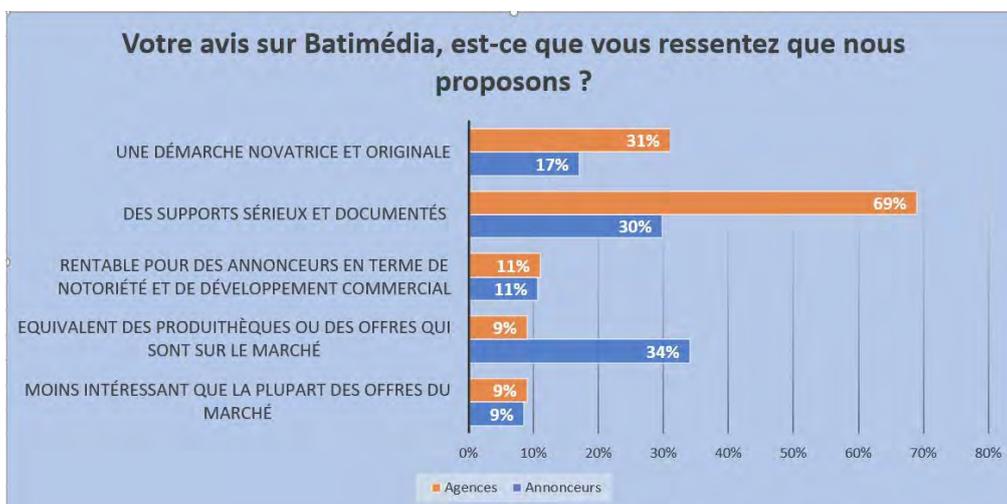
Le Batimédia
de l'Accessibilité Universelle
E-News d'informations techniques sur les entreprises

Voici comment Batimédia peut répondre à vos problématiques au quotidien :

Démarche	Accès	Informations et Lien pour agir
1. Présenter vos produits ou services	Gratuit	Votre espace complet sur le portail (présentation entreprise, fiches produits, communiqués de presse) est totalement gratuit et très rapide à mettre en place en répondant à quelques questions.
2. Diffuser vos communiqués de presse	Gratuit	Vous pouvez envoyer vos communiqués de presse à m.soufir@batimedia.com , ils seront traités en fonction de leur intérêt et repris sur les News du portail batimédiaNews , sur notre portail Batimédialive , dans la revue de presse quotidienne , et repris dans les Web magazines . le batimédia des prescripteurs, le Batimédia des installateurs et le batimédia de l'accessibilité universelle en fonction de leurs audience.
3. L'abonnement 2 mois gratuits pour paiement annuel Par gamme de produit/service	300 € par mois-sans engagement après les 3 premiers mois	Espace 5 produits/services (fiche entreprise et fiches produits ou services) sur une gamme (approche similaire, même cible) Un article par mois (le même ou différent) Enews hebdomadaire armoire à doc La liste de vos lecteurs et demandeurs d'informations Possibilité de follow-up par téléphone pour 10€ par contact. Pour pré-commander votre abonnement c'est ICI
4. Pour les nouveaux annonceurs : Le Pack découverte	Gratuit avec un abonnement	Le pack découverte pour vous permettre de tester notre dispositif multicanal et multitechniques 2 pages de publi-rédactionnels (en plus des articles) et 4 espaces dans les Enews commerciales pour tester tous les supports de Batimédia pour renforcer votre notoriété et augmenter le nombre de remontées commerciales
5. Si vous participez à un salon en 2020	Option	Nous vous accompagnons sur tous vos salons avec un fil d'actualité (en fonction du salon, il sera plus ou moins important),
6. Pourquoi ne pas intégrer Batimédia dans votre plan 2020 ?	Projet personnalisé	Kit Média 2020 Démarche Permis de construire Notre catalogue d'actions Vos besoins en répondant à notre enquête diagnostic

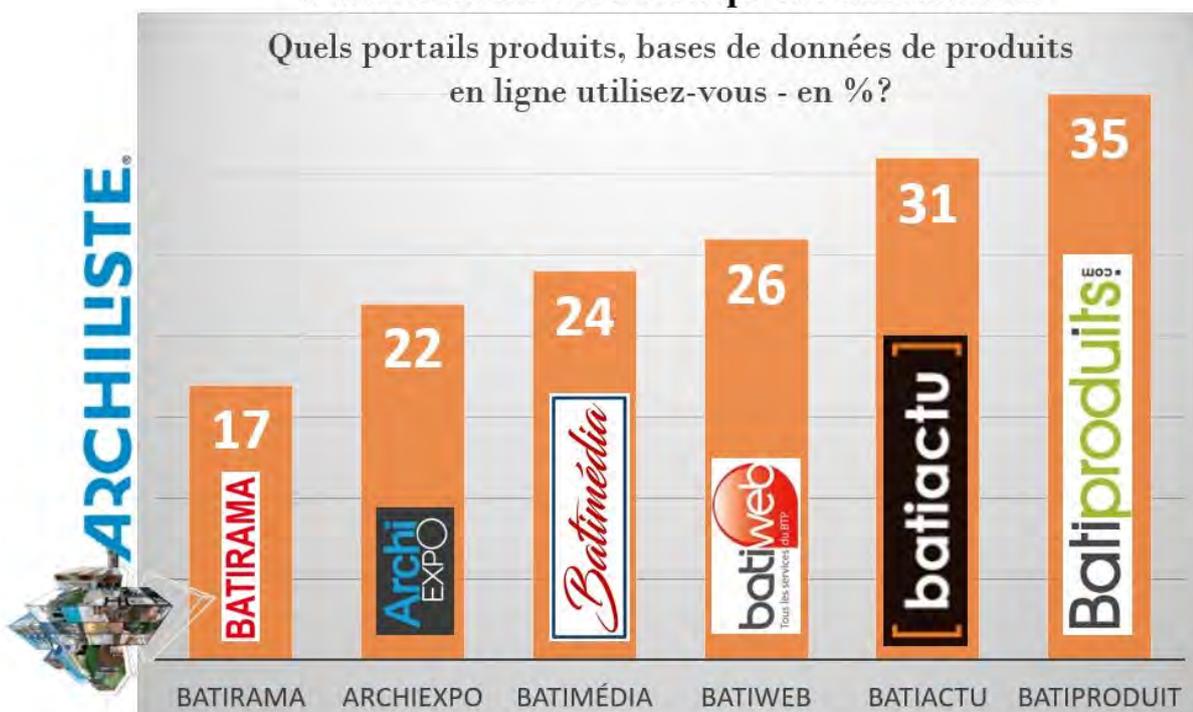
Comment est perçu Batimédia ?

Nous avons fait réaliser plusieurs enquêtes à la fois auprès des agences de presse avec qui nous travaillons au quotidien (200 agences) et auprès des entreprises du secteur Bâtiment pour avoir un retour sur leur appréciation .



Aujourd'hui Batimédia est par exemple le numéro 4 sur la cible des prescripteurs en ce qui concerne les portails produits (enquête archiliste 2019) et le Batimédia des prescripteurs est lu par 14 % des prescripteurs interrogés (rubrique presse en ligne).

Résultats 2019 de la 14ème enquête annuelle sur les sources d'informations des Prescripteurs du Bâtiment



Descriptif du dispositif

Il s'agit d'un dispositif de communication qui regroupe :

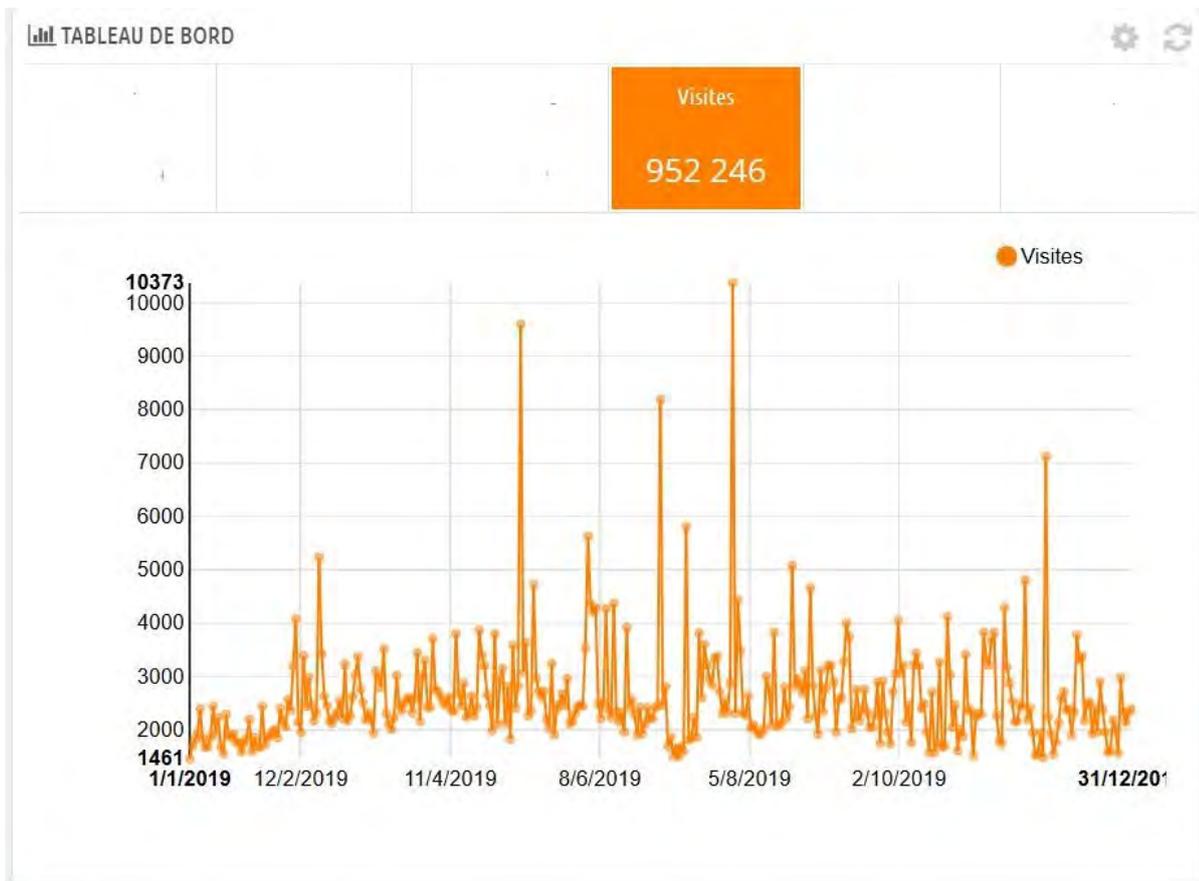


Le dernier en date : Batimédialive a été créé pour anticiper la saturation email de nos cibles et leur permettre d'accéder à un flux d'informations temps réel, soit en allant directement sur le portail de façon anonyme, soit en rythmant à leur convenance la réception d'emails dans un premier temps en terme de contenu et périodicité. Batimédialive a été conçu pour permettre à nos abonnés de venir vagabonder tranquillement et anonymement dans l'information produit liée au bâtiment, aux innovations, à la technologie. Des articles plus légers que ceux que l'on reprend dans batimedianews.com, mais malgré tout avec une volonté d'apporter une information technique utile à nos abonnés pour travailler leurs projets. Batimédialive.com



Le **portail d'information produits** et de **news** : BatimediaNews.com

Le portail batimedianews.com reçoit 70000 visites par mois, prescripteurs, distributeurs, maitres d'oeuvres, entreprises, artisans et installateurs. Vous pourrez y créer votre espace produits ou services pour présenter votre expertise (un lien vers vos articles sera indiqué dans la fiche produit et inversement donnant à l'abonné l'occasion de compléter son information). Vos produits ou services seront également mis en avant en plus de votre espace produit sur le portail, dans un espace spécifique ciblé en fonction de chaque thématique sur lequel vous souhaitez communiquer. Les documentations sont disponibles librement pour assurer à nos abonnés toute la confidentialité nécessaire. Un espace thématique affichera votre espace entreprise avec des éléments de filtrage pour que nos abonnés recherchent des entreprises répondant à leurs besoins.



Audience du portail BatimédiaNews sur 2019 : 952 246 Visites

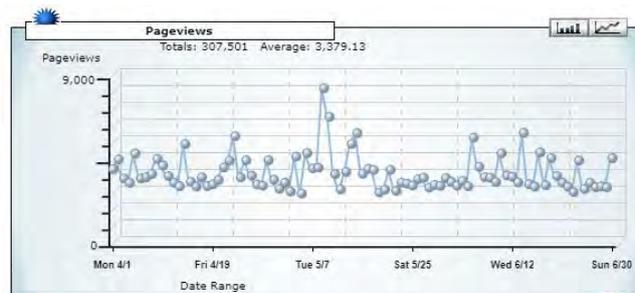
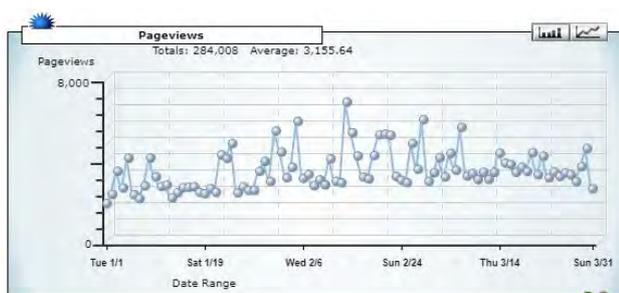
Une moyenne de 3 à 4000 visites par jour.

Et en terme de pages vues

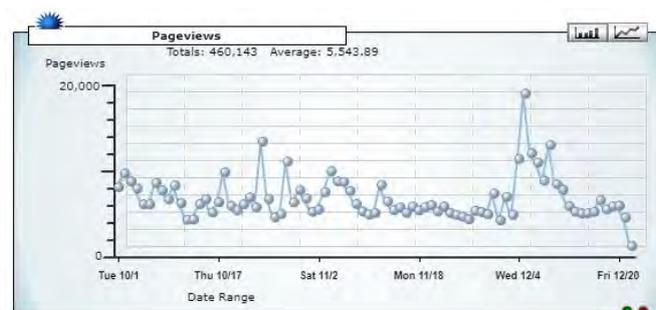
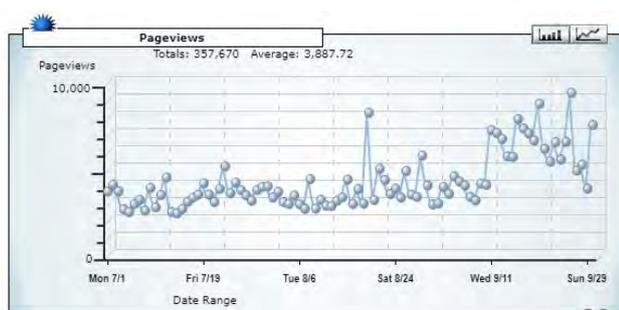
Audience du portail BatimédiaNews 2019 : 1 409 322 pages vues

Une moyenne sur les derniers mois de 5500 pages vues par jour.

Premier trimestre 2019 – 284 000 pages vues Second trimestre 2019- 307 000 pages vues



Troisième trimestre 2019 – 357 000 pages vues Quatrième trimestre 2019 – 457 000 pages vues





Batimédia NEWS

Revue de presse et communiqués

La revue de presse quotidienne (envoyée à 60000 prescripteurs et entreprises confondus) pas toujours les mêmes mais travaillés en fonction de leurs centres d'intérêt, de leur métier. La revue de presse n'est pas une news publicitaire . Seul l'intérêt de l'information pour nos lecteurs, prime. 2 articles par jour, les news de batimedialive, les fils d'actus salons et la diffusion au jour le jour de nos webmagazines ainsi que le push article, une suggestion quotidienne de lire tel ou tel article dans chaque webmags. Sur la revue, pour chaque article, une belle photo attirante avec le logo de l'entreprise la plupart du temps. En dessous, un résumé complet du sujet. Celui qui ne souhaite pas aller plus loin dispose d'une information claire et complète . Celui qui s'intéresse à votre entreprise va cliquer pour accéder à l'article complet sur le portail. C'est dire l'intérêt pour vous de disposer de la liste de ces lecteurs là et de les suivre.



Des **Enews hebdomadaires ciblées** avec la possibilité d'encarts publicitaires et entreprises à la Une (mardi et jeudi). La news est créée à la volée en fonction de l'abonné à qui elle est adressée et des offres à lui faire.



L'ARMOIRE À DOCS Batimédia

TOUTES VOS DOCUMENTATIONS TECHNIQUES MISES A JOUR EN UN CLIC

Une Enews Hebdomadaire, **l'armoire à Docs** qui met en avant vos documentations produits. La news armoire à docs est lancée une fois par semaine et reprend les liens de téléchargement de vos documentations. Vos produits ne seront mis en avant que si la personne à qui le mail est destiné correspond à votre cible, ce qui permet une personnalisation très forte et la mise en situation de vos produits d'une façon différenciante en fonction des cibles.

Et enfin nos web magazines ; Le BMP (Batimédia des prescripteurs) avec son supplément accessibilité universelle) et le BMI (Batimédia des installateurs)



Une page de publicité dans nos magazines ne se présente jamais seule, elle est en général accompagnée par un article intéressant sur votre entreprise. En amont l'article est mis en avant sur nos portails, dans notre revue de presse quotidienne. En aval, une reprise du message de votre entreprise et la mise en avant de vos produits ou services dans les news commerciales ainsi que le push article (recommandation de lire votre article) ce qui permet d'identifier vos lecteurs et de vous permettre de continuer directement le dialogue avec eux

Trois EMags que vous pourrez découvrir en suivant ce lien :

<http://www.batimediamarketing.com/emags>

Le Batimédia des prescripteurs (29 000 abonnés) - EMag Mensuel

- 1- Architectes, Architectes d'Intérieur, Bureaux d'Etudes Techniques, Economistes de la Construction
- 2- Collectivités et Maîtres d'ouvrages : Mairies, Communautés de Communes, Offices HLM,
- 3- Construction de Maisons individuelles, Promoteurs,

Avec son supplément mensuel : **le Batimédia de l'accessibilité Universelle et des ERP** (150 000 abonnés, incluant notamment des ERP)

Le Batimédia des Installateurs (39 000 abonnés) - EMag Mensuel

Couvreurs -Plombiers Chauffagistes -Ventilation Climatisation -Charpentiers-Menuisiers - Electriciens -Maçons-Carreleurs - Plaquistes- Isolation- Peintres -Vitriers -Serruriers

Les Webmags de Batimédia

Prescripteurs
Article à lire : [Le Lycée du Niviolet entre dans l'ère de la lumière naturelle avec Bluetooth](#)

Installateurs
Article à lire : [Pleco - Isolation thermique des murs par l'extérieur - Callomir Ultra UV](#)

Accessibilité
Article à lire : [Gerfiar - Une solution globale pour l'accessibilité](#)

Nos webMagazines sont diffusés au fil de l'eau lors de toutes nos communications quotidiennes avec nos abonnés. A la sortie du Magazine un email spécifique présentant le sommaire et ses points forts et ensuite dans nos revues de presse quotidiennes, nos eNews BMP, BMI et Accessibilité. Tous les jours, nos abonnés auront donc la possibilité de consulter nos Magazines et de voir vos publi-rédactionnels, vos articles (cartouches ou articles complets), et auront la possibilité en cliquant sur les liens de retrouver vos espaces sur le portail.

Un système de [push article](#) sur notre revue de presse ou autre news à nos abonnés pour les inciter à lire votre article ou votre publi-reportage paru dans les webmagazines (l'offre est réservée à nos clients car cela leur permet d'identifier y compris leur lecteurs sur les WebMagazines)

Les abonnés pourront y accéder à partir du portail BatimédiaNews. Ils reçoivent également un email présentant le magazine correspondant à leur métier (prescripteur ou entreprise) s'ils ont cliqué sur une de nos news (maximum 1 email par magazine mensuel)

Ce que nous proposons : une démarche progressive

Plusieurs étapes qui vous permettent de prendre connaissance de nos supports facilement et vont faciliter la personnalisation de votre campagne.

Première étape : la création de votre espace sur BatimédiaNews.com et la mise en place de la reprise de vos communiqués

Pour créer votre espace produit sur le portail
Cliquez Ici

Il vous faut, tout simplement disposer de votre logo , votre documentation générale en pdf et de 3 catalogues produits ou services en pdf que vous souhaitez mettre à la disposition de vos lecteurs

Quelques informations sur votre activité et deux textes de présentation un court et l'autre plus complet sur votre entreprise et votre métier.

Notre équipe réalisera très rapidement votre espace à partir de ces éléments



C'est 100% gratuit et sans obligation d'achat

Deuxième étape : L'offre découverte , une offre complète et personnalisée pour le marketing et la communication auprès des acteurs du bâtiment

Chez batimédia, vous n'achetez pas des cm2 d'espace, mais un partenariat basé sur ce que nous appelons du marketing de contenu par opposition aux articles publicitaires qui intéressent de moins en moins nos abonnés. Le marketing de contenu apporte une information riche, une formation, une démonstration. C'est ainsi que nous allons mettre en avant votre entreprise et par la suite identifier des projets qui peuvent être intéressants pour votre entreprise. Il s'agit d'une chaîne complète d'échange avec nos abonnés. Nous les intéressons à votre sujet et nous allons les suivre, leur répéter votre message et échanger avec eux pour identifier une ouverture business.

Devenir partenaire Batimédia pour une entreprise lui ouvre de nombreux avantages, par exemple le fil d'actualité salon, des emailing à tarif préférentiel, 30 % de réduction sur l'achat de publi-rédactionnels dans nos eMags etc...

L'offre découverte destinée à nos nouveaux partenaires, inclus 2 publiportages dans nos eMags, 4 espaces pub dans nos eNews commerciales permettant de déterminer précisément l'efficacité de nos supports.

Le tout pour 300 € par mois (3000 € pour un paiement annuel) 1 article par mois , pas d'engagement au-delà des 3 premiers mois—possibilité de devenir partenaire Light à 100 € par mois—1 article par trimestre

	<p>EMAGS <i>Batimédia</i></p> <p>Le BMP (batimédia des prescripteurs) ----- Le BMI (batimédia des installateurs)</p>		 <p>En option</p>
<p>Information</p>	<p>Communication</p>	<p>Marketing</p>	<p>Commercial</p>
<p>Espace produit illimité Espace News News Armoire à docs (une fois par mois)</p>	<p>2 Pages publipédactionnelle ou publicitaires dans nos web magazines</p>	<p>Follow-up par email (enquête ou qualification de projets) auprès de tous vos lecteurs</p>	<p>50 Follow-up par téléphone (enquête ou qualification de projets) + 10 € par contact</p>
<p>Revue de presse quotidienne à 60000 destinataires (une fois par mois)</p>	<p>4 Espaces Pubs dans nos newsletters ciblées (Prescripteurs, installateurs)</p>	<p>Marketing automation</p>	<p>(10 pour chaque parution après ciblage en fonction de vos critères)</p>

Follow-up

Cela ne sert à rien de dépenser de l'argent en publicité et communication si on ne peut pas exploiter les remontées. Cependant, il est assez difficile pour une entreprise de disposer de suffisamment de ressources pour traiter rapidement les contacts identifiés et d'en faire ressortir les affaires qui sont les plus intéressantes, les plus en adéquation avec l'expérience et les techniques de l'entreprise. C'est la raison pour laquelle nous avons mis en place, dans un premier temps, une démarche marketing automation et ensuite une démarche follow-up (par email ou par téléphone)

Le marketing automation

Pour chaque cliqueur, un email sur votre entreprise sera envoyé par exemple deux jours après pour lui rappeler son intérêt pour vos produits et lui permettre d'ouvrir une relation commerciale avec vous. En fonction du lien cliqué, un email différent peut être envoyé, nous pourrions également construire une stratégie Bon Plan Batimédia permettant à nos abonnés d'avoir un avantage exclusif.

L'avantage de ce système, est bien évidemment que la démarche commerciale est ainsi bouclée, identification d'un intérêt, envoi d'une information ou d'une offre incitant le prospect à réagir.

Le follow-up par email

Le follow-up par email va plus loin encore, pour chaque cliqueur ou visiteur, un email de qualification de son besoin lui est envoyé avec un lien vers une enquête en ligne. Ceux qui vont répondre vont vous apporter des éléments par rapport à un projet ou un besoin précis. Leur réponse vous est immédiatement envoyée par mail pour un suivi commercial immédiat.

Le follow-up par téléphone

Il ne faut pas oublier que batimédia est aussi une agence télémarketing à service complet dédiée au secteur du bâtiment. Nous disposons donc d'une équipe spécialisée qui a l'habitude de communiquer avec les acteurs du bâtiment pour des enquêtes, des découvertes de marchés ou du service client par exemple. Avec le follow up par téléphone, un appel est lancé dès le lendemain de la consultation de vos informations pour une qualification d'un éventuel besoin et une ouverture commerciale. 3 jours après la diffusion de votre article vous aurez sur votre bureau les contacts qui ont un projet incluant vos produits ou services.

Bon de commande : Offre découverte

- 1- Abonnement portail à 300 Euros par mois
- 2- Deux pages de publi-rédactionnel sur le BMP et/ou le BMI avec entreprise à la Une dans l'Enews BMP et/ou BMI durant les mois concernés (2 fois) soit une valeur de 2000 Euros.
- 3- Follow-up par email sur l'ensemble de vos lecteurs et 50 follow-up par téléphone sont inclus dans l'offre au prix de 10 € par contact soit 500 € à rajouter si vous choisissez cette option
- 4- Dans le cas de la commande d'un plan de communication, déduction du prix de l'abonnement
- 5- Valable pour une gamme complète de produits

Facturation de 3 mois soit 900 € HT à la commande et ensuite facturation mensuelle à partir du 4eme mois **en cas d'option pour un paiement mensuel.**

Après les 3 premiers mois, possibilité d'arrêter le contrat à tout moment sur simple envoi d'un email avant le 10 du mois.

Inclus dans l'offre : Abonnement au portail , Fiche Entreprise et Fiches produits en illimité, ENews armoire à docs (Minimum 1 fois par mois), Listing des contacts, 2 Publi-rédactionnel d'une page sur un de nos deux eMags , Entreprise à la une (2 fois par mois durant le mois de parution), Vous serez ainsi partenaire Batimédia, vous pourrez donc profiter d'un prix réduit pour vos emailing (200 € au lieu de 800€) et de 30% de réduction sur les achats d'espaces.

Follow-up par email et par téléphone (Budget supplémentaire de 500 € pour 50 Follow-up

Au Choix :

Paiement à la commande (3000 €) mensuellement (300 €) après facturation de 3 mois

Rajout du follow-up par téléphone (500 € pour 50 follow-up)

Michel Soufir

Pour

Batimédia

Bon pour accord

Date -Cachet et signature



35, Rue des Chantiers – 78000 Versailles
RCS Versailles 827 845 405 Apet 5814Z

Batimédia 35, rue des Chantiers 78000 Versailles -

Téléphone : +33 970 407 007 Fax : +33 186 954 552

SASU au capital de 29 000 Euros – RCS Versailles 827 845 405 – Apet : 5814Z



Le Batimédia Marketing ? Une nouvelle façon de penser sa communication auprès des acteurs du Bâtiment

L'offre est de plus en plus diversifiée mais parcellaire, les stratégies en fonction des cibles ou des objectifs ne sont pas les mêmes.

L'habitude fait que l'on a tendance à reproduire d'une année sur l'autre les mêmes démarches. Le choix est difficile car l'estimation des résultats est assez souvent absente surtout en ce qui concerne les stratégies prescription qui doivent se voir sur le long terme. Il est assez difficile également d'analyser les effets induits d'une action, car même si elle ne rend pas forcément un résultat commercial, elle peut amener une augmentation de la notoriété par exemple ou permettre tout simplement de consolider des actions ou des négociations en cours.

Voici par exemple quelques réflexions que l'on a pu analyser lors de nos enquêtes et de nos discussions quotidiennes avec les entreprises :

Constat sur les modes de communication des annonceurs vis-à-vis des professionnels

Leur investissement principal n'est plus sur la communication, de part ailleurs les professionnels qui étaient friands des demandes de documentations ont changé complètement leurs habitudes, principalement à cause de la digitalisation des fabricants qui du coup ont reçu beaucoup plus de visites que dans le passé.

Comment les budgets sont-ils affectés :

1. Aux salons avec de plus en plus d'interrogations sur leur rentabilité. Ils utilisent une grosse partie des budgets et aussi des ressources humaines mais ils peuvent sembler incontournables surtout pour les entreprises qui peuvent ainsi rencontrer leurs clients répartis sur toute la France.
2. Toujours les fiches produits sur les portails mais plus par habitude que par rentabilité avec des difficultés de plus en plus importantes pour bien traiter les quantités de demandes de documentations la plupart du temps informatives.

3. Le site web de l'entreprise et la création de trafic avec peut-être une sur-évaluation de l'intérêt pour l'entreprise.
4. Rédactionnel avec le recours à des agences de presse même pour les petites entreprises ou les start-up ce qui est une très bonne chose mais qui ne fait pas vraiment rentrer de chiffre d'affaire surtout que les entreprises ne sont pas outillées pour traiter des demandes spontanées en dehors de l'équipe commerciale.
5. La fourniture de contacts qualifiés, notamment pour la prescription pour laquelle les entreprises ont de moins en moins de budget à affecter tout en sachant qu'il est indispensable d'être présent sur ce créneau. La qualité du lead et surtout l'information qu'il doit y avoir autour doit être au top pour éviter la déperdition. Le matching du besoin du prospect doit être également fait en rapport avec les compétences et capacités de l'entreprise.
6. Le recours aux distributeurs pour assurer l'information et la formation des clients, ce qui n'est pas toujours fait faute de temps surtout pour les fabricants qui ne représentent pas des volumes de vente importants pour le distributeur.
7. Apparemment très peu de publicité sauf pour les entreprises importantes

Comment donc à partir de ces éléments concevoir une campagne marketing/communication/commerciale qui marche.

Tout d'abord, ce n'est que par rapport aux besoins personnel de chaque entreprise qu'une campagne multicanale doit être construite car elle doit intégrer la combinaison des actions et des contenus et non pas une action prise séparément. C'est ainsi qu'on peut optimiser le rapport budget/résultats tant au niveau quantitatif que qualitatif.

La démarche de contenu doit être adaptée en fonction des objectifs et des supports.

Voici quelques exemples de programmes qui peuvent également être mixés entre eux.

Traffic : va pousser vers le site internet avec du contenu adapté qui va offrir à chaque fois une ouverture et une possibilité d'acheter un produit, de disposer d'une information précise. Il s'agit également de réceptionner le visiteur de façon à ce qu'il puisse suivre son idée de départ et pas avoir à se re-situer sur le site ce qui est assez souvent le cas.

Notoriété et contact va plus travailler sur un contenu technique filtrant ceux qui veulent aller plus loin tout en apportant aux autres un sentiment de professionnalisme

Diffusion va plus axer sur la découverte des produits (aller sur l'espace produit) et le téléchargement des documentations

La **démarche prescription** dans le décryptage du profil du prescripteur, sur quoi il travaille, quels sont ses projets, notamment grâce à notre démarche Permis 2020 et envoi d'informations personnalisées.

Le travail avec la **distribution** est important il faut pouvoir l'aider à assurer son travail de formation et travailler avec elle ses zones de chalandise. Création de trafic sur des

événements organisés par le fabricant pour être sûr d'avoir les acteurs les plus intéressants en fonction du sujet et donc d'optimiser l'efficacité d'une animation.

La **compréhension marketing** en live pour avoir une information temps réel de la part de vos cibles sur les sujets courants sur lesquels vous travaillez ou ponctuelle sur un sujet donné qui demande un travail de fond.

Les **fils d'actu salon** pour compléter avec efficacité votre présence en préparant bien en amont les circuits de visite de vos contacts et en partageant le salon avec ceux qui n'ont pas pu venir

Question : doit-on continuer à dépenser des sommes folles pour des espaces produits quand le site internet de l'entreprise peut s'avérer plus complet, plus efficace et surtout mis à jour en permanence.

Par contre, est-ce que le site internet a-t-il été pensé en terme d'outil digital avec des landing pages, des suivis et une exploitation des remontées ou simplement en site vitrine.

Comment le follow-up par téléphone de vos lecteurs peut faire toute la différence sur la rentabilité d'une campagne.

Batimedianews se base sur vos articles de contenu pour intéresser un acteur du bâtiment, prescripteur ou entreprise.

La démarche permet un filtrage très efficace car seuls les abonnés qui s'intéressent vraiment à vous vont être identifiés et mis à votre disposition.

Grâce au follow up par téléphone, nous allons les appeler rapidement pour découvrir leurs projets, leur proximité avec votre entreprise, compléter leur profil et vous permettre une mise en contact sereine et efficace en direct ou par l'intermédiaire de la distribution.

Ce contact va générer, bien sûr, et avant tout des ouvertures commerciales, mais va aussi contribuer à mieux connaître les entreprises et leurs besoins, comme avec une vaste enquête live et permanente.

L'entreprise, doit changer sa façon de travailler et d'organiser ses actions en abolissant les frontières entre les services.

Le Marketing prépare des leads et du contenu pour le commercial et l'analyse du résultat ne doit pas se baser sur les quantités de remontées mais bien sur la qualité des projets et sur le rapport entre le chiffre d'affaire réalisé et les efforts qu'il a fallu faire pour l'obtenir.

De la nécessité de construire l'écosystème le plus efficace pour votre entreprise

Pour cela nous vous proposons de bénéficier d'une heure de consulting, après avoir répondu au questionnaire diagnostic en suivant le lien : <https://survey.zohopublic.com/zs/8jCsvV> et ensuite réserver un créneau sur : <https://calendly.com/m-soufir>

Plan de communication multi-canal

TARIF BATIMEDIA 2020	Prix HT	Découverte	Plan 1000	Plan 2000
<p>L'abonnement portail, permet aux abonnés intéressés par vos produits ou services d'en savoir plus, de lire vos communiqués, de télécharger vos documentations, vos produits ou services seront repris dans l'eNews Armoire à Docs qui présente les entreprises présentes sur le portail</p> <p>Espace produit/Services sur BatiMédianews</p> <p>Articles Portails repris dans la revue de presse quotidienne (1 passage minimum par mois en rotation)</p> <p>News Armoire à docs – Une fois par mois</p> <p>Listing des lecteurs avec toutes les coordonnées</p>				
Espace Entreprise		x	x	x
Espace produits (5 Maxi)	1 000,00	x	x	x
Espace News du portail Pour chaque article	200,00	4 Articles	4 Articles	8 Articles
Revue de presse quotidienne sur 60 000 envois Passage d'un article Push Article Espace pub	200,00 20,00 100,00	12 articles	12 articles	24 articles
News armoire à Docs documentation espace entreprise et 3 produits	20,00 50,00	12 espaces	12 espaces	12 espaces
Slider sur Home page de Batimedianews (par mois)	200,00		12 Mois	12 Mois
<p>Les web Magazines : Le Batimédia des prescripteurs et son supplément Accessibilité Universelle, Le Batimédia des Installateurs</p>				
Le publi-rédactionnel pour présenter vos réalisations (ou pages de publicité) Infopro – ¼ de page ½ page 1 page Le Point sur Page de couverture	250,00 500,00 1 000,00 2 000,00 3 000,00	2 pages	9 pages 1 Point sur	8 pages 2 points sur 2 Couvertures

Espaces sur les News commerciales avec listing des contacts				
BMP News Prescription – Mardi et jeudi 1 Module 50,00 3 Modules 100,00	2	24	48	
BMI News Entreprises – Mardi et jeudi 1 Module 50,00 3 Modules 100,00	2			
BMA News Accessibilité – Mensuel 1 Module 100,00 3 Modules 200,00				
Action commerciale				
Follow-up par email : un email est envoyé avec un lien questionnaire pour chaque lecteur de vos articles	1€ par réponse	Rajouter 1€ par réponse	Inclus	Inclus
Follow-up par téléphone : un appel téléphonique est fait auprès de chaque lecteur ou contact pour la passation d'un questionnaire d'identification et d'information sur les projets	10 € par contact obtenu	Rajouter 10 € par contact obtenu	Rajouter 10 € par contact obtenu	Rajouter 10 € par contact obtenu
Enews dédié – véritable reportage sur votre entreprise Envoyé à l'ensemble de nos abonnés concernés	1200,00		1	2
E-mailing Envoi d'un emailing réalisé par vos soins	800,00		1	2
Budget calculé à prix tarif		7 000,00 €	21 400,00 €	34 800,00 €
Offre Pack - Paiement à la commande HT		3 000,00 €	10 000,00 €	20 000,00€
Ou paiement au mois sur 12 mois HT		300,00 €	1 000,00 €	2000,00€
Offre pour un support de plus (BMP ou BMI)			5000 € Ou 500 € / mois	10000,00€ Ou 1000 € /mois

Quatrième étape : la démarche permis de construire



Une offre personnalisée et très simple pour identifier et qualifier les projets qui vous intéressent

batimédia s'attache à construire un eco-système autour du marketing et de la communication du secteur Bâtiment. Dans ce sens, nous travaillons, en partenariat avec Archiliste les sources d'informations concernant les permis de construire en compilant l'ensemble des permis déposés, autorisés, travaux commencés ou refusés.

Abonnement au service Liste des permis

Vous recevrez les permis tous les mois dès leur sortie (en général avec un décalage d'un mois) ils sont retravaillés, classifiés et regroupés pour une analyse facilitée. Ils peuvent être filtrés en fonction de vos critères. Compte tenu de l'importance temps dans ce type de projet, la base 2018 peut également être intéressante ainsi que celle depuis Janvier 2019. Rapports d'analyse disponibles sur <https://www.batimediemarketing.com/permis-de-construire>

A partir de cette liste, vous pourrez sélectionner les permis pour nous demander une qualification personnalisée par exemple :Nom de l'agence d'architecture en charge du projet, Nom et coordonnées de l'architecte en charge du projet dans l'agence, Autres intervenants, Nom et coordonnées du responsable chez le maître d'ouvrage (coût entre 2 et 4 € par projet)

Vous souhaitez savoir si vos produits ou services sont inclus dans le projet et le planning correspondant, en fonction de votre demande, nous vous proposerons un coût au résultat, vous ne payez que si vos produits ou services sont concernés (suppose un abonnement au service liste de permis et une pré-sélection fine et documentée de votre part)

Abonnement au service permis de plus de 1000 m2

Vous pouvez vous abonner également à la Base qualifiée du nom de l'architecte en charge pour les permis 2019 de plus de 1000 M2- Offre conjointe avec Archiliste .Si celle de 2018/2019 vous intéresse, elle est également disponible 5550 chantiers en cours Identifiés -

Ce qu'il faut savoir, c'est que la base des permis est un vraie mine d'or pour faire du ciblage puisque les informations contenues permettent d'identifier des maitres d'ouvrage, des cabinets d'archi en fonction de leur profil et des projets qu'ils réalisent. En complément, à partir de ces informations, nos moyens de contact nous permettent de vous proposer des bases de données extrêmement bien ciblées.

Comment va se dérouler la mise en place de notre partenariat ?

A-Préparation des supports dont nous avons besoin

1. Espace produit sur le portail batimédianews.com, à créer ou à enrichir On crée votre espace, Une maquette Pdf vous est envoyée, Un Email Bienvenue est envoyé à tous nos abonnés pour vous présenter
2. Communiqué de presse sur 1 sujet intéressant (on peut vous aider pour la rédaction finale)-
3. On crée votre article sur le portail
4. Programmation de votre passage dans la revue de presse
5. Quels sont vos critères de ciblage (pour le follow-up par téléphone)
6. Préparer votre page (1 ou 2) à passer sur nos webMagazines
7. Préparer les espaces (4) à mettre dans nos news commerciales ciblées BMP, BMI
8. Préparer le questionnaire de qualification pour le follow-up email et téléphone
9. Est-ce que vous avez un Bon Plan ou une offre commerciale à proposer (à envoyer à tous les cliqueurs suite à un délai à définir)- Préparation de l'email ou reprise d'un de vos emails.
10. Les documentations produits à mettre en avant dans la news Armoire à docs avec les cibles à toucher puisque les news commerciales et l'armoire à docs sont créées au fil de l'eau en fonction de la cible touchée.

B-Phase action Revue de presse

1. Passage dans la revue de presse (une fois par mois minimum)
2. Reprise du communiqué dans les WebMagazines
3. Envoi du follow-up email à tous les cliqueurs
4. Sélection et appels des cliqueurs pour obtenir 10 Follow-up par téléphone si vous avez souscrit à cette option
5. Les Bon plans ou l'offre commerciale envoyée à tous les cliqueurs suite à un délai à définir
6. Liste des lecteurs tous les mois
7. Réponses des lecteurs (emails et téléphone) temps réel (follow-up)

C- Publi-rédactionnel ou publicité (2 parutions d'une page)

1. Passage des publi-rédactionnels dans les magazines sélectionnés
2. Passage dans la News commerciale (liée à la page) 4 fois au total
3. Envoi du follow-up email à tous les cliqueurs
8. Sélection et appels des cliqueurs pour obtenir 10 Follow-up par téléphone / espace soit 40 follow-up si vous avez souscrit à cette option
4. Les Bon plans ou l'offre commerciale envoyée à tous les cliqueurs suite à un délai à définir
5. Liste des lecteurs tous les mois
6. Réponses des lecteurs (emails et téléphone) temps réel

D- Bilan de campagne (tous les mois)

1. Carnet de campagne (les justifs sur vos passages)
2. Résultats de clics et de visites
3. Analyse des réponses Email + Téléphone
4. Tableau de rentabilité