



Batimédia



Et pour aller plus

loin

Enews dédiée

La sollicitation par email est énorme !

Pour pouvoir se frayer un chemin, vers une ouverture, une lecture, des réactions ou le début d'un échange commercial, les méthodes habituelles ne suffisent plus.

Chez Batimédia, nous construisons tous les jours un relationnel fort avec nos abonnés, du coup nous pouvons vous en faire profiter lorsque vous faites appel à nous pour la mise en œuvre d'un email commercial pour votre entreprise.

Voici 6 raisons de faire appel à Batimédia pour vos eNews dédiées à votre entreprise

1. Nous pouvons soit créer pour vous une **eNews dédiée** à l'image de nos communications habituelles auprès de nos abonnés avec la participation d'un de nos journalistes soit faire l'envoi d'un **email commercial** déjà réalisé par vous
2. Cette communication sera envoyée à **notre base d'abonnés**, en notre nom et pour vous, ce qui compte tenu des échanges habituels que nous avons avec eux, permet d'offrir une **attention particulière** à votre eNews dédiée.
3. Nous utilisons une technique d'**approche prédictive** basée sur l'historique, les profils, les horaires ainsi que les réactions par des envois successifs sur une semaine. Nous avons pu, par exemple **doubler les résultats** grâce à cette démarche.
4. Le **marketing automation** permet d'envoyer un email personnalisé (fonction des clics et du comportement) pour une **concrétisation commerciale** ou une relance de l'intérêt - l'email est envoyé suivant certaines conditions d'horaires, de sujets, et de thématiques.
5. Nous vous fournissons le **fichier des cliqueurs** en fin de mission
6. Le **follow-up téléphonique ou par email** permet au fil de l'eau de repérer des potentiels commerciaux et d'agir immédiatement (appels temps réel ou à J+1).

Smart Data

Le monde a changé, changeons aussi de méthodes commerciales pour les adapter à notre époque grâce à une stratégie Bases de données offensive.

La base de données de batimédia a été construite, enrichie et travaillée en permanence depuis de longues années. Nous disposons donc d'un support extrêmement intéressant pour des entreprises qui doivent se constituer ou enrichir leurs bases de données ou qui souhaitent communiquer avec nos cibles (prescripteurs, installateurs, ERP et collectivités locales).

Outre notre activité de contacts réguliers (4 eNews par semaine, revue de presse quotidienne et profilage en fonction des clics sur les articles, étude comportementale des visites sur notre site, équipe dédiée pour les enquêtes , équipe dédiée pour la mise à jour au fil de l'eau par contact téléphonique et le follow-up), nous avons des accords de partenariats et des abonnements avec de nombreux fournisseurs de bases de données et nous achetons régulièrement de nouvelles informations pour les compiler dans nos bases de données comportementales.

Nous pouvons travailler à partir de toutes ces infos pour vous proposer un service complet incluant la création de nouvelles informations, la vérification de vos données et leur enrichissement et surtout la surveillance permanente vous fournissant au fur et à mesure les informations dont vous avez besoin pour agir commercialement.

Sirétisation (création d'un lien avec votre propre base de données)	Achats de Fichiers Prescripteurs, Installateurs (400 000 adresses en base)	Mise à jour par téléphone, découverte de marché (par exemple secteur Hospitalier, Hôtels ...)	Big Data (collecte d'information sur le web)
---	---	---	--

Descriptif de la méthode SmartData de Batimédia

1. Créer le lien avec votre base de données

Avant toute chose, votre base de données doit disposer d'un lien avec les bases de données extérieures. En général, c'est le numéro SIREN (qui identifie une entreprise) et le SIRET qui identifie les établissements et qui permet donc de faire le lien. Si vous ne disposez pas de cette information, il est possible de réaliser la sirétisation de votre fichier.

2. Vérifier la situation des entreprises de votre base de données

Par le lien SIRET et par confrontation avec les bases de référence et nos propres bases, nous allons pouvoir identifier la situation de chaque entreprise mais aussi récupérer des éléments d'enrichissement (taille, code APET, siège/établissement, nom des dirigeants, et des données financières (CA, bénéfices,) mais aussi la liaison avec les établissements et liaisons capitalistiques pour les groupes.

3. Valider les moyens de communication

(L'adresse normalisée, le téléphone, le fax, l'email) sur l'entreprise et sur les interlocuteurs.

4. Vérifier les emails en les faisant passer à la moulinette

(Test d'envoi, identification de la validité de l'email)

5. Travail de mise à jour interactive et au fil de l'eau en fonction de l'info à enrichir ou à vérifier

Pointage des sociétés en cessation (Est-ce que l'activité continue sous une autre forme ?)
Mise à jour des emails erronés et validation en même temps de l'interlocuteur concerné
Recherche des numéros de téléphone

6. Travail de consolidation sur les entreprises multi établissements

Analyse de leur importance cumulée—nb de personnes total pour l'entreprise— les établissements actifs et les décisionnaires

7. La radiographie de groupe est un dossier complet décryptant les tenants et aboutissements d'un groupe.

Identification des métiers et des entreprises qui le compose, sites internet, actualité sur le groupe et ses filiales, organigramme, noms des décisionnaires et leurs coordonnées etc.

8. Suivi des créations au fil de l'eau :

Identification de l'entreprise, qualification des interlocuteurs, collecte d'email, origine de la création, identification des besoins et des demandes.

9. Etude et analyse de votre marché potentiel :

Complément d'adresses par rapport à votre base de données, identification de toutes les entreprises qui vous intéressent.

10. La surveillance,

Votre base de données est enregistrée de façon à pouvoir être surveillée par rapport à l'ensemble des événements qui la concerne. Pour chaque type d'événement, une stratégie d'action sera mise en place de façon à maintenir la qualité de l'information mais aussi et surtout à préparer le terrain pour une action marketing ou commerciale

Zone de chalandise

Campagne de communication autour des points de vente, création de trafic, ouverture de nouvelles agences, lancement d'offres promotionnelles.

La démarche va se dérouler avant tout par la création des bases de données liées à la zone de chalandise du point de vente

Il s'agira de mettre en place une action coordonnée autour de chaque point de vente.

On va donc travailler chaque zone de façon à identifier la base la plus complète (à partir de nos abonnés mais aussi en intégrant des bases complémentaires) et mettre en place une mission de communication par des actions multiples adaptées à chaque cible et à leur réactivité.



L'objectif est de maximiser l'efficacité des actions pour une approche notoriété, promotionnelle et création de trafic sur le point de vente

Les actions, déroulement de la campagne

Etude de la zone de chalandise

Mise à disposition des fichiers Batimédia (zone de chalandise) pour chaque agence

Intégration de fichiers extérieurs, y compris ceux des agences (dédoublonnage)

Action email personnalisé pour chaque agence

Relance des non ouverts (J+4)

Relance des non cliqués (J+7)

Fourniture des fichiers de cliqueurs

Marketing automation (en fonction des manifestations d'intérêt plusieurs emails automatiques pourront être envoyés pour mobiliser, exploiter l'intérêt et le transformer en une visite ou un achat. (Par exemple-envoi d'un courrier postal, ou offre par email d'une remise etc...)

En complément, nous pourrions vous proposer une démarche sur notre portail Batimédianews.com et sur nos deux webMagazines le Batimédia des prescripteurs et le Batimédia des installateurs

Et pour optimiser réellement vos résultats, nous pourrions également faire une relance téléphonique pour assurer une mobilisation de l'ensemble de la cible sur une zone de chalandise.



Découverte de Marché

L'action découverte de marché implique la mise en œuvre de nombreuses démarches progressives car l'objectif est tout d'abord d'identifier l'exhaustivité des intervenants sur ce marché, pour ensuite identifier les bons interlocuteurs et étudier avec eux quels sont les besoins qui pourraient être comblés par notre client.

Le travail, n'est pas le même en fonction de la cible, une entreprise mono établissement étant plus simple à traiter qu'un groupe.

Première étape : constitution de la base de données source, exhaustive et enrichie

Identification des bases sources (partenaires, sites officiels, annuaires), la base batimédia, les bases clients.

Déduplication complète et enrichissement d'un lien sur le fichier client pour assurer la remontée d'information et l'intégration des nouvelles données dans le CRM client.

Démarche Big Data, et consultation des sites des entreprises sources pour compléter l'information de base.

Segmentation et hiérarchisation des données pour ensuite définir des stratégies de traitement adaptées à chaque segment.

Deuxième étape : identification des interlocuteurs et leurs attributions,

Identification des décideurs dans le domaine qui nous intéresse et questionnaire de Pré-qualification permettant de filtrer et d'éliminer certaines entreprises hors-cible,

Présentation rapide de la démarche auprès de l'assistante dans le but d'une part de collecter plusieurs noms et emails à plusieurs niveaux dans l'entreprise mais également de vérifier le fonctionnement de leur organisation, utile dans le cas de réseaux (hôpitaux par exemple) et de centres de décisions / centres d'actions.

Troisième étape : Identification des besoins auprès des décideurs et des responsables terrain

Phase d'entretien par téléphone avec le bon interlocuteur afin d'approfondir la connaissance des organisations

A partir de la collecte des noms des interlocuteurs et de leurs attributions, nous allons mettre en route les actions concernant l'approfondissement.

Certainement, en fonction du contexte le script sera différent, nous utiliserons nos systèmes de script dynamique permettant de présenter les questions adaptées en fonction de l'interlocuteur concerné.

Ce travail se fera au fil de l'eau, au fur et à mesure du traitement d'une entreprise.

Nous conseillons en effet de travailler entreprise par entreprise pour être à même de mettre en place une stratégie adaptée au contexte.

L'argumentaire est construit suivant la technique de l'entonnoir qui permet d'évoluer progressivement vers l'accord du contact en posant des questions, en comprenant le besoin du contact et en lui présentant les arguments personnalisés qui vont l'intéresser car répondant à sa recherche.

Une fois le contact réalisé, il sera livré régulièrement au client suivant le format demandé, sous la forme d'un dossier pour chaque entreprise incluant l'ensemble des contacts et des informations collectées.

Les dossiers peuvent être livrés sous la forme d'un dossier PDF avec les différents éléments le constituant et du fichier informatique associé au bon format pour être intégré dans le CRM de l'entreprise.

Des emails, ou des courriers peuvent être envoyés aux interlocuteurs à chaque étape de la mission.

Enquête Marketing

Outre nos dispositifs de communication, nous intervenons beaucoup dans le cadre de remontées d'informations marketing auprès des acteurs du bâtiment.

Nous disposons d'une plateforme multicanale dédiée aux études marketing et intégrant l'ensemble des solutions de collecte (Téléphone, Online, courrier plus réception d'appels)



Le terrain d'enquête multimodal

Un service complet de la conception à la livraison des résultats

Téléphone, fixe et portables, internet et smartphone-ipad, Chat d'accompagnement et call me back, analyse on line temps réel, questionnaire évolutif quotidien, réception d'appels sur numéro vert

L'idée est d'exploiter au mieux l'ensemble des outils pour optimiser le coût, la vitesse et la qualité de la collecte d'information souhaitée.

Nous pouvons intervenir sur plusieurs sujets :

1. **L'enquête marketing classique** auprès d'une cible de professionnels, d'entreprises ou de particuliers. A partir d'un sujet, nous construisons un questionnaire, regroupons les fichiers et les cibles nécessaires et décidons de mixer les techniques ou d'en choisir une pour faire la

collecte, l'analyse et le rendu du rapport. Un service après-vente vous permet de disposer de nouvelles analyses sur simple demande pendant 6 Mois. Tris à plat et tris croisés, analyse de segmentation etc...

2. **L'étude Flash** permet de réaliser une courte enquête en 24 ou 48 heures auprès de 100 interlocuteurs (questionnaires de moins de 10 questions) pour un budget autour de 1000 €

3. **L'Etude sur vos lecteurs** est faite à partir des lecteurs de vos articles sur notre portail, très intéressant lors d'un lancement de produit par exemple. Dès la lecture, l'envoi d'un email avec le lien du questionnaire et relance par téléphone pour compléter.

4. **Etudes collectives** : nous mettons en place dans le courant de l'année 2018, un observatoire régulier spécialisé cible par cible qui reprendra certaines questions générales sur l'actualité, le business et reprendra des questions des souscripteurs.

Voici par exemple l'organigramme de travail qui nous permet de réaliser et d'optimiser les résultats de nos études



Permis de construire

Nous travaillons les permis de construire depuis de nombreuses années, à la fois pour notre propre compte (enquêtes et observatoires) et pour le compte de nos clients.

Nous avons donc acquis, une expérience non négligeable sur le sujet.

Les actions que nous réalisons sont les suivantes :

1. Récupération de la base Sit@del (En cours la recherche de solutions suite à la mise en open data d'une partie des permis de construire et pas les autres)
2. Enrichissement des téléphones et normalisation des adresses par confrontation avec nos bases (tous les particuliers, les maitres d'œuvres etc....)
3. Analyses
4. Compléments d'informations en mairie (coordonnées des architectes, état du permis de construire [Accordé quand, si autorisé, demande de chantier ?])
5. Appels auprès des différents acteurs (architectes, Maitre d'œuvre, particulier, agriculteur, tertiaire) pour identifier les composantes du chantier, le planning, les autres intervenants, bureaux d'études, économistes de la construction, entreprises. Cela permet ensuite un suivi et un planning d'appels ou d'email pour remonter les informations et les demandes.
6. Suivi des chantiers.

Ce que nous avons réalisé 2019

Nous avons créé un écosystème complet autour des projets (énormes ou tous petits) dans le bâtiment.

Nous travaillons avec nos clients pour faire évoluer ces démarches. Il s'agit d'un projet collaboratif puisque nous travaillerons avec des partenaires techniques précis, avec les responsables des entreprises pour les aider à répondre à leurs problématiques, avec des start-ups que nous allons aider à se développer.

Voici quelques objectifs de départ sur lesquels le dialogue et le travail en commun pourra être lancé :

1. Comment identifier et travailler toutes les sources pour capter une opportunité de business
2. Comment également mettre en place pour nos annonceurs des moyens de communiquer sur leurs points forts et aussi générer des affaires. (directement pour les projets intéressants, indirectement pour les autres avec les points de vente en offrant des avantages (les bons plans BatiMédia) aux personnes intéressées par vos produits ou services.



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. 200 € HT/an pour un département, 2000€ HT/an pour toute la France et les territoires d'outremer.

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- Livraison de Janvier à Juin 2019 ensuite livraison tous les mois - 2000 € HT par an– Offre conjointe avec Archiliste .Si celle de 2018 vous intéresse, elle est également disponible 2680 chantiers en cours Identifiés - 1500 € HT (remise de 25 %)

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.