



DOSSIER DE PRESSE 2016

Start'Up technologique innovante
au service de la créativité marketing :
Publicité Digitale & Vidéo Marketing

« La Plateforme 2Emotion, une solution unique sur le marché
pour démultiplier en toute simplicité les campagnes de marketing digital et vidéo »

I - 2Emotion, une start'Up technologique innovante

P3-7

- Historique
- Des fondateurs
- Une équipe
- Un positionnement qui fait la différence
- Cibles & objectifs
- Valeurs & ambitions
- Chiffres clés
- Et demain ...

II - Le Marché du marketing digital

P8-9

- Constat général, résultats
- Tendances et chiffres clés (aujourd'hui & demain)

III - L'offre 2Emotion

P10-13

- La plateforme de marketing digital et vidéo
- Les services 2Emotion
- Pourquoi 2Emotion ?

IV - Quatre cas clients

P14-17

- Dassault Système - Des campagnes de publicités digitales monde
- Boulanger - Une mise en place d'une stratégie de vidéo marketing produit
- La Redoute - Des vidéos interactives pour vendre plus et améliorer l'expérience cliente
- Pierre & Vacances - Une animation commerciale en vidéo

I 2Emotion, une start'Up technologique innovante



« Le cœur et l'âme d'une entreprise sont la créativité et l'imagination »
Robert Iger - Président de Walt Disney



Historique...

Itinéraire d'une start'Up remarquable et remarquable

La vidéo est un des médias marketing les plus puissants, les plus attractifs et impactants pour communiquer les valeurs, les atouts d'une marque, d'un produit, pour relayer une actualité, un événement, un projet.

Un constat

Il y a encore quelques années, la vidéo de part sa manière même d'être créée, nécessitait du temps, de l'énergie et de réelles compétences techniques et graphiques. Par rebond, face à cet investissement lourd, elle était de fait souvent maintenue de nombreux mois en l'état sur un site, perdant l'essence même de son impact.

Homme visionnaire et créatif, **Nicolas Tralongo, fondateur de 2Emotion**, savait déjà qu'avec l'explosion d'internet, l'émergence de Youtube, qui s'affichait déjà il y a 6 ans comme le média de demain, la multiplication du nombre de sites et d'informations à relayer (toujours plus fréquentes et éphémères), les besoins en vidéos allaient changer, exploser, la production s'accélérer et les attentes évoluer. Nicolas percevait déjà qu'un problème de production allait émerger : produire de la vidéo comme c'était le cas alors, sans outil adapté, selon les méthodes et process alors usités, allait rapidement poser un problème.

Un concept qui séduit porté par une vision aiguisée

Il y a 6 ans, la vision initiale des fondateurs **2Emotion** était de sortir de ce côté un peu trop figé de la vidéo, rapidement obsolète, au regard d'une actualité sans cesse plus rapide, changeante. L'idée première était déjà de proposer une technologie de pointe, facile d'accès, permettant aux organisations une gestion dynamique de leurs contenus de marketing digital et offrant une nouvelle alternative à la création, à la fabrication et à l'utilisation des vidéos, vers diverses cibles. Objectif : casser cette mécanique de fabrication vidéo traditionnelle, contraignante et limitant.



Nicolas Tralongo

« Avec 2Emotion, ma vision était d'apporter une nouvelle technologie « rupturiste » dans la création et l'utilisation de la vidéo par le marketing. Nous souhaitons proposer une brique vidéo qui puisse changer les codes, la donne, créer un nouvel outil facile d'accès, qui permette de réaliser simplement toute une multitude de vidéos sous contraintes et objectifs. »

Une start'Up qui a su retenir immédiatement l'attention

A sa création, **2Emotion** travaillait principalement avec les pionniers du web, ceux que l'on qualifiait alors comme des « pure players » : les entreprises œuvrant uniquement sur internet, axées principalement sur le commerce électronique, le tout en ligne (ne proposant aucun magasin où leurs clients auraient pu se rendre physiquement pour effectuer leurs achats, tel le guide.com qui fut le premier à suivre 2Emotion), les sites web d'informations sans édition papier, ainsi que la publicité.



Nicolas Tralongo

« Notre business plan initial visait le monde de la presse. Objectif ? Leur offrir la possibilité de créer des vidéos plus simplement, aptes à relayer le nombre croissant d'actualités. Notre technologie étant à l'origine le contenu dynamique, soit la capacité à traiter très rapidement des informations qui changent, nous avons assez vite été rattrapé, par deux autres acteurs. Tout d'abord le e-commerce très offensif sur le marché du web, car leur seul terrain d'expression et pressé de faire la différence avec ses propres armes, face aux fabricants possédant des magasins. Puis, les régies publicitaires attirées par les nouvelles opportunités qu'offraient l'innovation technologique vidéo de nos solutions. »

Une entreprise qui a su conquérir de nouveaux marchés

Si la vision de départ de 2Emotion, qui était d'utiliser la technologie pour servir la créativité et l'efficacité marketing digitale et vidéo sous contraintes, sous objectifs des entreprises et de leur en faciliter l'accès, a remportée immédiatement l'adhésion du monde des médias, du e-commerce, des régies publicitaires, elle a su séduire et convaincre également rapidement de nouveaux partenaires, tels les services marketing des grandes entreprises.

Pourquoi ? Car les solutions 2Emotion sont perçues à juste titre comme une aide stratégique pour les services marketing des grandes organisations, leur permettant de créer et de déployer rapidement et facilement du contenu dynamique et interactif (kit de publicité, vidéo) à la pointe de la technologie, le tout accessible sur une seule même plateforme. Une approche différente, un concept pertinent, immédiatement identifiés comme de véritables leviers d'efficacité et de performance, par les grandes entreprises.



Nicolas Tralongo

« On se rend compte que là où a une époque nous devions davantage convaincre un marché, désormais ce sont les services marketing des grandes entreprises qui viennent vers nous en disant, la vidéo c'est important, nous aimerions bien voir ce que vous faites, mieux connaître les plus-values de votre savoir-faire. Pour ensuite conclure, ce que vous proposez correspond parfaitement à notre besoin actuel, apporte une réponse opérationnelle à nos contraintes de créations de contenus dynamiques. C'est ainsi que nous souhaitons travailler aujourd'hui »



Des fondateurs... 3 savoir-faire d'excellence



Nicolas Tralongo

Entrepreneur dans l'âme, Nicolas compte déjà, dans son parcours professionnel, la création de 3 entreprises. La création d'un logiciel de contrôle parental à destination des écoles lui permet de monter sa première société. La seconde sera ensuite une agence de création de noms de marque utilisant un logiciel de créativité. Enfin, il y a 6 ans, Nicolas fonde **2Emotion**, tournée vers la performance du marketing digital et vidéo.

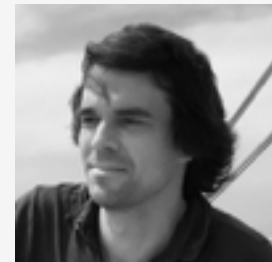
« J'ai revendu mon entreprise précédente pour fonder 2Emotion. Mon profil d'entrepreneur web, mixe un savoir-faire technologie et une réelle approche de créativité. Avec 2Emotion, ma vision initiale était d'apporter une nouvelle technologie « rupturiste » dans la création et l'utilisation de la vidéo par le marketing. »



Stéphanie Parot

Manager de projets internationaux et responsable de l'implantation des outils collaboratifs chez Schneider Electric, Stéphanie rejoint **2Emotion** pour vivre une aventure entrepreneuriale sur le web.

« Nos profils étaient assez complémentaires : Nicolas plutôt tourné vers l'innovation et entrepreneur par essence et moi davantage en capacité de gérer et de manager des projets internationaux, avec une expertise forte dans les outils du web. Nous avons affiné ensemble un business plan avec une ambition forte et des valeurs communes, visant la créativité, la technologie, l'innovation, la proximité et l'autonomie de faire ».



Guillaume Lamps

CTO de grande expérience, expert dans la mise en place d'architecture web, Guillaume complète rapidement l'équipe **2Emotion** pour créer et déployer les services. Immédiatement séduit par ce challenge différent et porteur de sens, animé par les mêmes convictions, il saute très vite dans l'aventure. Sa plus-value différenciant ? Une expertise technologique et une compétence stratégique dans la construction et le management des architectures serveurs, clés dans le monde Internet.

« J'ai rencontré Nicolas lors d'une soirée de présentation de startup, qui nous a alors donné l'occasion de discuter rapidement de nos désirs respectifs de création d'entreprise. Notre association et la complémentarité de nos profils, nous ont permis d'accélérer la naissance de 2Emotion. Des premiers essais artisanaux à notre solution actuelle, nous n'avons eu de cesse d'orienter notre stratégie vers une offre innovante ».



Une équipe...

Un écosystème de compétences complémentaires

2Emotion se veut résolument libre et à taille humaine. Elle regroupe tout un écosystème de collaborateurs aux expertises abouties et complémentaires, réunis autour d'ambitions communes et animés par la même dynamique et un réel esprit de proximité et de performance.

Portée par des valeurs fortes qui rassemblent ses 3 fondateurs et tout un environnement de spécialistes aux savoir-faire additionnels, **2Emotion** c'est avant tout une réunion de compétences, où chacun contribue selon sa propre plus-value, à la réussite et à l'émergence de l'entreprise, avec cette volonté partagée de l'amener dans la même direction : Demain, positionner 2Emotion, comme la star'Up de référence en matière de marketing digital et vidéo



Un positionnement...

Qui fait la différence

« L'imagination est cette incroyable intersection entre l'imagination d'une personne et la réalité dans laquelle elle vit »

2Emotion, est la seule entreprise sur le segment du marketing digital et de la vidéo à proposer des outils de pointe, à la fois très innovants, accessibles, dynamiques et personnalisables, sur une seule et même plateforme.

Un positionnement en parfaite adéquation avec les attentes identifiées des grandes organisations, sur le champ du marketing digital et vidéo sous contraintes et objectifs.

Un positionnement qui leur offre la possibilité d'être en capacité de créer rapidement et sans connaissance graphique ou technologique spécifique, du contenu dynamique et interactif, facilement modifiable, simultanément déclinable vers plusieurs types d'audiences, de façon la plus autonome possible.

Un positionnement très atypique sur le marché du marketing digital et vidéo, au regard d'une concurrence essentiellement présente sur certains segments et généralement mono centrée sur un seul service. Aucun autre acteur en France, dans cet l'univers, ne propose une telle approche de « tout-en-un, sur-mesure ».



Cibles & Objectifs...

Une start'Up technologique qui rassure et apporte un autre regard sur le marketing digital

2Emotion, n'a eu de cesse d'évoluer, de s'adapter, de rester à l'écoute d'un marché en perpétuel mouvement. Pas question pour elle de se déconnecter de la réalité du marché dans lequel elle évolue. Parfaitement à l'écoute de ses besoins, de sa constante mutation, tant sur le plan des contraintes, que des nouveaux process émergents, la start'Up apporte aujourd'hui dans l'écosystème du web, des solutions efficaces à destination de deux types de problématiques identifiées :

- Etre en capacité de répondre aux attentes d'accompagnement des organisations en pleine transition digitale, qui ne bénéficient pas ou peu de ressources internes et des expertises liées.
- Etre en mesure de faciliter l'accès à l'autonomie de création, des entreprises davantage structurées.

3 acteurs font confiance à 2Emotion

Les grandes entreprises, qui déploient une activité marketing au rayonnement national et international. La start'Up technologique est particulièrement fière de répondre aujourd'hui avec efficacité aux attentes et contraintes de grandes organisations, telles que **Dassault Système, Center Parcs, Boulanger, 3 Suisses, etc...**

Les annonceurs et PME au positionnement digital très actif, qui bénéficient de ressources internes en capacité de prendre en charge la création, la gestion et le déploiement des campagnes de marketing digital et vidéo, telles que **Wesco, spécialiste du monde de l'enfance ou encore D-Link, entreprise High-tech.**

Sans oublier tout l'écosystème du web, telles les agences de communication, les agences média, ou les régies publicitaires.

Les objectifs 2Emotion visent la performance et l'autonomie des utilisateurs

2Emotion souhaite être en phase et partager avec ses clients des objectifs communs, basés sur l'innovation, la compétence et la liberté de créer et de faire.

Elle travaille à développer, la part d'autonomie de ses clients, comme elle-même l'a réalisée, en optant dès sa création pour la liberté d'actions et l'autonomie de faire.

2Emotion facilite la création, la démultiplication et la gestion autonome et personnalisée des contenus digitaux de ses clients, pour un déploiement en simultané vers leurs différentes audiences et via divers médias, de leurs stratégies marketing et vidéo internet, grâce à des :

- Contenus personnalisés à une cible de personnes.
- Contenus spécifiques aux canaux de diffusions visés par les annonceurs (plateformes vidéos, réseaux sociaux, etc).
- Contenus déployés et mis à jour dans de multiples formats et langues (multiplicité des formats de publicités, des types de vidéos interactives).
Contenus facilement actualisables, car de plus en plus éphémères et reliés à une actualité.
- Contenus de plus en plus spontanés, vivants, plus réactifs à une actualité, plus efficaces, leviers de notoriété de visibilité, de réassurance et de bénéfices.

Valeurs & Ambitions...

Autonomie, Proximité, Adaptabilité.

Où quand tout un écosystème regarde dans la même direction

2Emotion est portée par des valeurs fortes qui réunissent ses 3 fondateurs et tout un environnement de collaborateurs aux savoir-faire complémentaires. Chacun intervient selon sa propre expertise au profit de l'entreprise, avec cette volonté partagée de l'amener dans la même direction, contribuant ainsi au fonctionnement réussi et à l'émergence de 2Emotion.

Autonomie, liberté

Start'up innovante et engagée, 2Emotion a fait le choix de l'autonomie et de la liberté.

Un parti-pris identifié depuis la création de cet écosystème libre et autonome, d'outils et de personnes, qui gravitent autour d'un projet commun ambitieux, exempt de tout investissement issu de sources externes. 2Emotion a su prendre des risques et prouve, avec plus de 6 ans d'existence, la pertinence et la maîtrise de ses choix.



Stéphanie Parot

« Nous avons toujours opté pour une réelle liberté d'actions, de pensées, de choix, de fonctionnement. Nous travaillons au quotidien à favoriser et à développer l'autonomie de nos clients, à les rendre les plus libres possibles, dans la création de leurs contenus digitaux et vidéo. Même si nos solutions impliquent certaines directives à suivre, certaines contraintes à respecter, elles visent l'efficacité, la créativité et la performance, par l'autonomie. »

Proximité, adaptabilité

Les technologies **2Emotion** sont conçues afin de s'interconnecter parfaitement aux autres utilisées actuellement au cœur de l'écosystème internet (analytique, réseau de publicité). Souple, agile, part la structure même de son organisation, **2Emotion** est en capacité d'accompagner de façon personnalisée chaque organisation dans l'accomplissement réussi de son virage digital, avec les meilleurs outils et des compétences efficaces, indispensables à cette évolution.



Guillaume Lamps

« Nos technologies permettent de facilement créer, diffuser et analyser les performances d'une campagne marketing vidéo, que ce soit pour un acteur local, comme pour un groupe international. La personnalisation native de notre solution est un facteur prépondérant d'intégration rapide dans leurs organisations »

La quête d'équilibre

Parce que les réussites d'entreprises, ne sont pas systématiquement synonymes de véritables réussites humaines de vie, **2Emotion** est particulièrement attachée à la valeur d'équilibre, entre performance d'entreprise et réussite de vie.



Nicolas Tralongo

« Nous avons envie de faire une réussite d'entreprise, qui soit aussi une réussite de vie. »

Des ambitions portées par une volonté de réussite et un savoir-faire innovant

Si **2Emotion** souhaite continuer à fédérer de nombreuses entreprises aux problématiques marketing complexes, elle croit plus que jamais en ses atouts et en sa capacité à faire la différence sur un segment de marché exigeant, porté par l'innovation.

La start'Up affiche, après 6 années de savoir-faire prouvé et reconnu, un enthousiasme chargé d'énergies positives concernant son ambition pour demain : faire de sa plateforme, l'outil de référence sur le marché du marketing digital et vidéo, en France et à l'international.



2Emotion en chiffres...

Des chiffres bien mieux que des mots

- Propriétaire à 100% de sa technologie.
- 100% indépendante depuis sa création EN 2009.
- 400% de progression de son CA en 5 ans (2Emotion est toujours en bénéfice depuis sa création).
- 25% du CA réalisé à l'international.
- 30 pays diffusent les publicités et vidéos réalisées grâce à l'outil 2Emotion, dans plus de 15 langues.
- + de 60 clients collaborent en direct avec 2Emotion
- + de 100 clients en marque blanche, pour des agences web ou régies collaborent avec 2Emotion.
- 34% des clients dans le e-commerce, dont 2/3 sont en B to C et 1/3 en B to B.
- 50% de l'activité concentrée dans la publicité digitale.
- 50% de l'activité concerne la vidéo marketing.
- + de 10 milliards de publicités personnalisées ont été diffusées via l'outil 2Emotion.
- + de 100 000 vidéos marketing ont été créées via l'outil 2Emotion.
- 1 connexion en direct à des millions de produits e-commerce a été rendue possible via les technologies 2Emotion.
- +30% à 50% de taux de performance du display : selon le niveau de personnalisation des publicités.
- + de 6% de taux de clics en moyenne par les publicités vidéo :
- +12% de taux de transformation et + 8% de leads générés par les vidéos interactives.



Et demain...

Visionnaire et innovante **2Emotion** sait déjà que dans moins de 2 à 3 ans, sa solution **PLATEFORME** prédominera les autres offres «clé en main», même si la start'Up technologique, par son histoire même et son adn, continue de proposer un accompagnement sur-mesure, aux entreprises encore en phases de transitions, vers une organisation plus adaptée au monde digital.



Constat général...

Le digital marketing est aujourd'hui en forte mutation

Ce qui était vrai il y a quelques temps, l'est moins l'année suivante. La publicité devient plus programmatique, basée sur des data, elle n'est plus liée à un emplacement, mais bien plus à une audience. Les technologies n'ont cessé de changer, d'évoluer, hier le flash, aujourd'hui le HTML5, le cross-device, demain d'autres s'imposeront comme celles à suivre, à utiliser.

Désormais force est de constater que la place du marketing digital ne se centralise plus uniquement sur le site de l'annonceur, mais se retrouve belle et bien éclatée dans toute la sphère Internet. Parallèlement à cela, la fréquence des actualités commerciales se multiplie, s'intensifie plus que jamais. Les marques sont aujourd'hui dans l'obligation d'être également présentes, visibles, actives sur différents médias en même temps, tels les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Google, LinkedIn...), partout où leurs prospects naviguent, s'informent, se questionnent, achètent.

Conséquences, un écosystème qui évolue, des besoins qui s'affirment

Les équipes marketing internes dédiées se renforcent, leurs méthodes d'utilisations d'outils marketing digitaux ou vidéo évoluent, leurs demandes vers toujours plus d'innovations, sont de plus en plus fortes. Une évolution constatée notamment avec l'arrivée massive des « digital native » au cœur des grandes entreprises, ayant des problématiques marketing fortes à gérer en France, comme à l'international. Un écosystème davantage connecté, pressé, attentif aux innovations, plus autonome.

Les équipes marketing font face à une explosion de besoins de contenus

Dans un monde où la compétitivité prédomine, où la course à la visibilité ne cesse de s'amplifier, les grandes entreprises souhaitent aller toujours plus vite dans l'actualisation et le déploiement de leurs stratégies marketing digitales. Elles sont désormais, plus que jamais, dans l'obligation de se structurer et de s'équiper en interne, avec des outils innovants, parfaitement adaptés aux règles et aux challenges imposés par ce nouvel environnement web, afin :

- De pouvoir répondre aux modes de communication digitale actuels.
- D'être plus présentes, plus efficaces sur de multiples médias en même temps, vers de multiples cibles.
- D'être en capacité de le faire simplement, rapidement et simultanément vers plusieurs audiences.
- De pouvoir retrouver la liberté de tirer partie de ces mutations et non de les subir.
- D'être plus autonomes dans la gestion de leurs contenus dynamiques de marketing digital et dans le déploiement des stratégies internet liées, visant plus de performance et d'efficacité, une réelle optimisation de la visibilité et in fine, des gains de parts de marché.

Résultats, un matériel marketing qui doit s'adapter

Le matériel marketing doit répondre avec justesse, pertinence et efficacité aux nouvelles règles imposées, dans cette course effrénée vers toujours plus de communication et de visibilité, à destination d'audiences variées, accessibles autrement, via des médias de plus en plus nombreux, aux exigences différentes.

Il se doit de s'adapter à toutes ces réalités, aux process, aux emplacements, qui se personnalisent selon l'audience (qui englobent des leviers de transformation multiples et diversifiés), être actualisé en permanence, avec des prix ajustés, modifiés, adaptés en temps réel.

Il se doit également d'être à la fois, à la pointe de la technologie et très facile d'utilisation, pour favoriser l'accès futur à une réelle autonomie de gestion par les organisations elles-mêmes, seule garante de gain de temps, de coûts et d'efficacité opérationnelle pour ces entreprises.



Tendances & chiffres clés... aujourd'hui & demain

Le contenu marketing digital, une montée en puissance attendue en 2016

Le site britannique B2B Marketing a publié une étude en juin 2015, démontrant la montée en puissance des contenus marketing pour 2016. Déjà observée en 2015, cette croissance va s'accroître davantage encore dans l'année qui vient.

Ainsi, toujours selon cette étude, les marketeurs B2B passeront 50% de leur temps à produire et diffuser du contenu (83% des marketeurs interrogés indiquent avoir augmenté leur production de contenus en 2015 par rapport à 2014 et 82% d'entre eux s'attendent à en produire toujours plus en 2016).

- 99% estiment que le contenu marketing est important pour leur entreprise.
- 45% du temps de travail des marketeurs B2B est désormais consacré au contenu (contre 40% en 2014 et 37% en 2013). Selon la tendance observée, cela pourrait dépasser 50% en 2016. La diffusion de contenus va continuer d'augmenter malgré une certaine saturation.
- 31% n'ont pas de réelle stratégie de contenus.
- 56% ne personnalisent toujours pas leurs contenus.
- 31% des budgets marketing B2B sont désormais alloués au contenu, contre 28% en 2013.

La vidéo, tremplin de performance de beaucoup de stratégies marketing sur le web*

- 80 % d'internautes préfèrent regarder une vidéo, plutôt que de lire un texte.
- 20 % d'informations sont retenues par une personne lorsqu'elle entend.
- 30 % d'informations sont retenues par une personne lorsqu'elle voit.
- 80 % d'informations sont retenues par une personne lorsqu'elle entend ET voit.
- 399% de l'information qui arrive au cerveau est visuelle. Les vidéos sont très populaires parce que la plupart des gens réagissent plus fortement aux images plutôt qu'aux textes.
- 140 c'est le nombre de vidéos regardées en moyenne par un internaute, chaque année.
- 70 c'est le pourcentage que représente la vidéo dans les 50 premiers résultats des moteurs de recherche, quelle que soit la requête.
- 2.8 millions de vidéos sont visionnées par minute sur Youtube (avec plus de 30 heures de contenus téléchargés).
- Youtube est le 3ème site le plus visité, le 2ème moteur de recherche le plus utilisé au monde et représente 83% de toutes les vidéos vues en France.
- Les campagnes marketing comportant une vidéo convertissent en moyenne 45% de plus.
- Un email marketing contenant une vidéo, génère en moyenne 96% de clics en plus, par rapport à un email statique.

La vidéo, d'autres chiffres clés*

- 80 % d'internautes préfèrent regarder une vidéo, plutôt que de lire un texte.
- Un internaute moyen passe presque 17 minutes à regarder des vidéos publicitaires chaque mois.
- Chaque jour, 100 millions d'internautes regardent une vidéo en ligne.
- Les internautes sont exposés à une moyenne de 32,2 vidéos par mois.
- 1/3 de toutes les activités en ligne est consacré à regarder de la vidéo.
- 65% des spectateurs visualisent plus des trois quarts d'une vidéo.
- Les vidéos de 15 secondes ou moins, sont partagées 37% plus souvent que celles qui durent entre 30 secondes et 1 minute.
- 20% des visiteurs arrêtent de regarder une vidéo en 10 secondes ou moins et environ 30% au bout de 30 secondes.
- 45% des visiteurs arrêtent de regarder une vidéo après 1 minute et 60% après 2 minutes.
- 45,5% des internautes regardent au moins une vidéo en ligne au cours du mois.
- Chaque jour, 100 millions d'internautes regardent une vidéo en ligne.
- Les internautes sont exposés à une moyenne de 32,2 vidéos par mois.
- 1/3 de toutes les activités en ligne est consacré à regarder de la vidéo.
- En 2017, les 2/3 du trafic mondial de données sera de la vidéo.
- La vidéo sur demande (VOD) sera multipliée par 3 en 2016.
- 59,7% de vidéos vues en ligne en 2008, 78% cette année.
- En 2018, 79% du trafic mondial de données sera lié à la vidéo.

* Sources : comScore, Youtube, Unbounce, Visible Measures, Groupe Forrester marketing, Sysomos, Forbes, Experian, Rhythm and Insights, Nielsen, eMarketer, Cisco, Social Media Examiner, b2bmarketing.net, MarketingProfs, Eloqua, ReelReel, Insidecxm, Syndacast, econsultancy, Socialbakers, iab.



La plateforme... de marketing digital et vidéo

Un accompagnement vers l'autonomie,

Ou comment guider les organisations, dans leurs phases de transitions digitales ?

Avec sa solution plateforme, 2Emotion met à la disposition de ses clients, les meilleurs outils technologiques de pointe, réunis au sein d'une seule et même interface très polyvalente, combinant différentes technologies, pouvant être utilisées seules ou mixées.

2Emotion permet à ses clients de lui confier dans une première phase leur besoin marketing. Puis, la start-up les guide ensuite petit à petit, au gré de leurs ressources internes, de l'évolution de leurs besoins, pour les amener vers une autonomie totale sur le champ de la création et du management de leur matériel marketing digital et vidéo.

La plateforme 2Emotion permet, la création, l'actualisation et le déploiement dans divers formats et langues, de contenus marketing personnalisés.

Grâce à la plateforme 2Emotion, celui-ci est ainsi en capacité de concevoir lui-même, ses campagnes de publicités sur-mesure (kit de publicité, contenus dynamiques) et de créer différents formats de vidéos marketing (vidéos marketing en motion design, vidéos interactives, vidéo retargeting) répondant à tous les codes des canaux de diffusion qu'il aura ciblés (vente en ligne, réseaux sociaux, site institutionnels, plateforme vidéos..).



Nicolas Tralongo

« Nous les accompagnons, nous les formons, nous les conseillons, mais l'objectif, in fine, est qu'ils puissent travailler avec un outil performant et innovant de façon simplifiée, rapide et efficace. Notre ambition n'est pas de travailler systématiquement nous-même les campagnes marketing digitales de nos clients, comme pourrait le faire une agence. Nous recherchons et travaillons la part d'autonomie de nos clients »



Stéphanie Parot

« Nous sommes dans une phase où tout est en mouvement dans l'univers du marketing digital et vidéo, cela bouge en permanence, beaucoup d'entreprises souhaitent recruter des directeurs digitaux ou affirment être en pleine réflexion. Ils ambitionnent de mieux se structurer, de recruter, de s'outiller davantage et visent à terme, l'autonomie et la liberté de créer, de faire »

Un accompagnement vers l'autonomie,

Ou comment permettre à ses clients, de passer d'une liberté créative à une liberté éditoriale ?

La Plateforme 2Emotion offre à ses clients la liberté de se concentrer sur l'essentiel : la création de contenus dynamiques en phases avec les contraintes et ambitions de leurs stratégies de marketing digital et vidéo. Objectif ? L'optimisation de la performance en autonomie des grandes organisations, sur le champ du marketing digital.

2Emotion accompagne ainsi ses clients en amont dans la création de scénarios templatisés et adaptés à leurs chartes graphiques, puis optimise leur capacité à utiliser de façon autonome un outil complet, mixant les meilleures technologies de pointe.

Une fois adapté à la charte identitaire de l'entreprise, le template développé sur-mesure, permettra une démultiplication simplifiée de leurs campagnes de marketing digital et vidéo. L'outil plateforme 2Emotion répond ainsi parfaitement aux objectifs d'autonomie, dans la création de contenus dynamiques, visés par les services marketing des grandes organisations. Il s'adapte avec efficacité aux différentes contraintes liées aux stratégies déployées.



Nicolas Tralongo

« Les attentes de nos clients évoluent, ils souhaitent aujourd'hui davantage bénéficier d'outils technologiques puissants, qui leur donnent accès à plus de création en autonomie, sur de multiples champs opérationnels: un outil pour faire de la vidéo, un autre pour faire de la publicité. Ils désirent de plus en plus garder la main sur leur production »



Stéphanie Parot

« Il y a quelques années nos clients souhaitaient principalement des services clés en main et désiraient collaborer avec un partenaire. Aujourd'hui les services marketing sont de plus en plus pointus sur le web, notamment avec l'arrivée des digital native au cœur de leurs services, qui de part leur adn maîtrisent parfaitement cet univers »



Guillaume Lamps

« Nous avons su fabriquer toutes ces technologies, puis les consolider au cœur d'une seule plateforme pour leur en faciliter l'accès. Tout ce travail réalisé depuis 6 ans, répond finalement précisément aux besoins actuels du marché »



EN BREF,

Une plateforme web pour la création, l'actualisation et le déploiement dans divers formats et langues, de contenus marketing personnalisés

- Bénéficier de supports chartés, dont les contenus pourront ensuite être modifiés à loisir, sans que leurs actualisations ne requièrent de compétences techniques ou graphiques particulières.
- Passer d'une liberté créative, à une liberté éditoriale.
- Bénéficier d'une réelle latitude de création au niveau des messages à faire passer.
- Se concentrer sur l'essentiel : la gestion des contenus et non la gestion technologique et graphique, nécessaires à leurs formes.



Les services 2Emotion... Quand la créativité rencontre la technologie

Les services de Publicité Digitale

1. Création et démultiplication de kits de publicités personnalisées permettant une communication ciblée à chaque acteur de son écosystème

- Création de kits de bannières display en format HTML5 intégrant des extraits vidéos ou du motion design (images en mouvement)
- Génération automatiquement des messages correspondant au statut de l'internaute.
- Intégration des datas : sélection des meilleurs produits, prix et stock, Datas CRM...
- Géolocalisation des points de vente les plus proches.
- Outil de DCO (Dynamic Creative Optimization) permettant aux équipes de rationaliser le coût et le temps dédié à la création et au management de leurs campagnes de publicités digitales.
- Rationalisation du temps de production : duplication des kits de bannières pour personnalisation, traduction, gestion des kits par type de canaux de diffusion.
- Rationaliser le temps de trafficking des campagnes en permettant les changements et mises à jour des kits de publicités se réalisent en temps réel ou à une date planifiée.

INNOVATION 2EMOTION : intégration au sein même des kits de bannières display d'extrait vidéo.

2. Création & Management de campagnes de publicité vidéo d'acquisition ou de retargeting permettant l'acquisition de nouveaux prospects ou la génération de ventes supplémentaires

- Création de publicités vidéos personnalisées au parcours de l'internaute.
- Utilisation de la valeur ajoutée du format vidéo pour vos campagnes de publicité (format le plus performant et où le message est le plus retenu).
- Ajout des datas (internes ou externes à l'entreprise) ou de technologie retargeting afin de personnaliser le message.
- Ajout des zones interactives (formulaires, call to action, accès au shop..)
- Management de campagnes de publicité vidéos.
- Définition d'un plan de communication, des différentes audiences à toucher
- Sélection des réseaux et sites sur lesquels communiquer

INNOVATION, zemotion, en partenariat avec la régie vidéo VideoPerf - Advideum, est le seul prestataire, en France, à pouvoir offrir des campagnes de publicités vidéos retargetées

Les services de Vidéo Marketing

1. Création de vidéos marketing permettant aux entreprises de garder le lien avec les personnes qui sont intéressés par leur marque en leur proposant des vidéos d'actualité, d'information, d'astuce ou de conseil

- Simplification & démultiplication de la création de vidéos, directement habillées avec les chartes graphiques de l'annonceur.
- Accessibilité à la création de contenu vidéo, sans compétences graphiques ou techniques.
- Création de vidéos vivantes, spontanées, éphémères et dédiées au canal de diffusion (Youtube, Facebook, LinkedIn..).
- La vidéo devient modulable, adaptable, éphémère.
- La vidéo devient un mode de communication à part entière.
- Des fonctionnalités de création vidéo innovantes et simples d'utilisation :
- Fonctionnalité présente au sein de la plateforme zemotion, permettant le téléchargement d'images et de vidéos et leur édition afin de sélectionner un ou plusieurs parties de ces médias au sein de votre vidéo.
- Mise à disposition de bases de musiques, de pictogrammes, d'infographies afin de compléter votre contenu marketing et d'aider à la création de vidéos marketing.

1. Création de vidéos interactives permettant d'interagir avec leur écosystème, de vendre plus & mieux, de générer des contacts entrants

- Création de vidéos intégrant des zones d'interactivité.
- Ajout des zones interactives (formulaires, call to action, accès au shop..)
- Personnalisation de la vidéo à l'internaute (prénom, nom, mail..).
- Ajout de contenus dynamiques, au sein même des vidéos de l'annonceur (flux produits, météo, actualité).
- Création de vidéos interactives expert
- Vidéos interactives de présentation d'un concept, d'une innovation et intégrant des zones d'information à remplir afin de personnaliser la fin de la vidéo au répondant.
- Guider-les vers l'achat de vos produits ou services en prenant en compte leurs caractéristiques propres et en leur proposant une solution personnalisée.



Pourquoi... Les entreprises choisissent-elles 2Emotion ?

Après plus de 6 ans d'existence, la start'up 2Emotion a prouvée que ses choix initiaux, basés sur des valeurs partagées par son équipe et ses partenaires, sur la liberté de faire, sur l'accès facilité à la création simplifiée de contenus dynamiques via des outils de pointe, ont plus que jamais du sens et sont porteurs de réelle réassurance pour les entreprises de références qui lui font confiance.

Aujourd'hui 2Emotion est plus que jamais :

Une réelle aide stratégique pour les entreprises, leur permettant de créer et gérer rapidement, simplement et simultanément du contenu marketing dynamique et interactif, à la pointe de la technologie.

Accessible à tous : les outils proposés ne requièrent, ni compétence graphique spécifique, ni maîtrise technologique particulière. La plateforme 2Emotion rend accessible la haute technologie à tous.

Une solution uniquement en France sur le marché du marketing digital et video permettant plus de créativité, d'efficacité et de liberté dans l'élaboration et le déploiement des stratégies de marketing digital et vidéo des grandes organisations

Quatre exemples de collaborations, qui expliquent et détaillent les plus-values et bénéfices réels apportés par la solution Plateforme 2Emotion, au regard de problématiques variées et complexes, soumises par des grandes organisations qui font confiance à la start'up.



Dassault Systèmes

Un accompagnement performant et sur-mesure du Groupe Dassault Système, visant la création et le déploiement de campagnes de publicités digitales monde.

zemotion, accompagne depuis un an la stratégie de publicité web & vidéo de Dassault Système à l'International, en s'appuyant notamment sur un mécanisme de campagne très spécifique: la personnalisation du parcours client sur les sites web du Groupe.

Le Groupe Dassault Système en bref

- Leader mondial du développement et de la commercialisation de logiciels de gestion du cycle de vie des produits.
- Un CA par famille de produits et services réparti pour 88% par le segment « des logiciels » (optimisation des processus de production & logiciels de conception en 3D destinés aux marchés de la mécanique générale, de l'automobile, de l'aéronautique, des biens de consommation, de l'électricité et de l'électronique, et de la conception d'usines et de la construction navale) et 12% par les services de conseil technologique, d'assistance, de maintenance, de formation et de revente de matériel informatique.
- Un Groupe très présent : Europe (47,3% du CA), Amériques (29,5% du CA) et Asie (23,2% du CA).

Problématique posée à 2Emotion

Le Groupe Dassault Système souhaitait pouvoir créer et gérer en autonomie des kits de publicités (bannières et vidéos) aux contenus dynamiques, en phases avec le profil de ses clients et répondant à l'ensemble de ses objectifs de marketing digital et vidéo, déployés à l'international.

Réponse apportée par la start'Up

En développant des kits de bannières et des publicités vidéos, basées sur la technologie DCO de zemotion, chaque prospect de la marque peut désormais bénéficier de publicités personnalisées à sa langue, à ses centres d'intérêts professionnels, avec des offres en cohérence avec ses attentes.

L'outil zemotion permet à Dassault Système

zemotion a accompagné Dassault Systèmes de la définition de ses scénarios de campagnes aux choix des messages & formats publicitaires associés.

Une segmentation fine de ces audiences par le biais du retargeting a permis de définir des campagnes personnalisées pour chaque marque et zones de pays concernées.

Chaque brique du dispositif est ainsi analysée et optimisée en fonction des résultats, pour une performance forte et sans cesse valorisée.

Bénéfices résultats

- Plus de 450 bannières personnalisées diffusées.
- Plus de 20 millions d'impressions dans plus de 30 pays.
- Des centaines de prospects entrants supplémentaires



Arnaud Marchand – Responsable Marketing SolidsWorks, groupe Dassault Systèmes

« Le video retargeting est un dispositif marketing très performant, il nous apporte à l'échelle internationale, des leads qualifiés, tout appuyant notre notoriété »



Boulangier

Un accompagnement personnalisé du Groupe Boulangier, visant la mise en place d'une stratégie de vidéo marketing produit.

2emotion, accompagne le Groupe Boulangier, via à un service de production de vidéos, spécifiquement adapté à un usage internet, alliant technologies et qualité des vidéos.

Le Groupe Boulangier en Bref

- 130 magasins en France et 8000 collaborateurs.
- Un catalogue déclinant pas moins de 30 000 produits existants, complété par l'arrivée chaque année de nouveaux produits.
- Une équipe dédiée de 30 personnes en charge de la gestion des contenus (images, descriptifs et caractéristiques).
- Un catalogue produits exploité à la fois online, en magasins et à destination des partenaires.

Problématique posée à 2Emotion

Le Groupe Boulangier souhaitait être en capacité de transformer automatiquement l'ensemble des produits liés à sa marque, en vidéos de présentations produits, sans intervention humaine systématique, le tout à des coûts maîtrisés.

Réponse de la start'Up

L'entreprise technologique a mis en place avec sa technologie de production, une solution personnalisée sous contraintes et objectifs permettant :

- Une connexion technique au catalogue produits de la marque.
- La création d'un template vidéo intelligent, pouvant s'adapter aux produits, aux contenus et aux médias disponibles, avec un processus de contrôle qualité efficient.

Bénéfices immédiats

- + 40% de temps passé moyen sur les fiches produits avec vidéos.
- 20% de croissance du taux de transformation.
- 10 fois plus de fiches produits avec vidéos en première page des résultats de Google.
- 40% des résultats de recherches du site (fiche produit) plus visibles dans Google, avec les vignettes vidéos.
- Une amélioration de la présentation et de l'explication des produits.
- Une transmission des valeurs de la marque, une différenciation valorisée et optimisée.



Guillaume Baudouin, Product content manager, Boulangier

« On voit très rapidement le temps passé sur le site qui augmente. Ensuite, on voit le taux de transformation qui augmente. Comme tout marchand, on recherche des vecteurs d'amélioration de la conversion dans plein de domaines, la vidéo en fait incontestablement partie »

La Redoute

Un accompagnement sur-mesure du Groupe La Redoute, dédié à la création de vidéos interactives, visant plus de ventes et une amélioration de l'expérience client.

2emotion, accompagne le Groupe La Redoute, via à un service de production de vidéos interactives, mixant différentes technologies de pointe et adapté aux contraintes et objectifs de marketing digital de la marque.

Le Groupe La Redoute en bref

- Le multi-spécialiste en prêt-à-porter et décoration maison.
- Le 2^{ème} vendeur d'habillement féminin et le troisième vendeur de linge de maison en France.
- La 1^{ère} plateforme Française d'achat d'habillement et de décoration, avec en moyenne plus de 7 millions de visiteurs uniques par mois.
- Un Groupe présent dans 26 pays, avec plus de 10 millions de clients actifs.

Problématique posée à 2Emotion

Le Groupe La Redoute souhaitait ajouter de l'interactivité à ses vidéos déjà existantes, être en capacité de réajuster facilement les contenus dynamiques liés, avec l'actualité de son catalogue produits (variations de prix, réductions, stock qui changent en permanence...). De même il avait comme objectif de pouvoir utiliser l'intérêt généré par ses vidéos, pour le transformer en actes d'achats, tout en étant apte à suivre précisément les performances de chacune d'entre-elles, ainsi que les ventes générées et les leads captés.

Réponse de la start'Up

L'entreprise technologique a mis en œuvre, grâce à la technologie de production de vidéos shoppable 2emotion, une solution sur-mesure pour optimiser l'interactivité de ses vidéos, permettant :

- Une connexion dynamique à la base de données produits de la marque, afin de synchroniser les données (prix, % de réductions toujours à jour).
- Un habillage des zones d'interactivité des vidéos, en fonction de la charte graphique du Groupe.
- Une déclinaison des versions multi-langues.
- Un accès à un player interactif - HTML5 - compatible tous devices.
- Un hébergement de la vidéo interactive.
- Une analyse de la performance (vues, clics, conversion) .



Pierre & Vacances

Un accompagnement personnalisé du Groupe Pierre & Vacances, visant l'utilisation de la vidéo comme média d'animation commerciale de ses résidences.

2emotion, accompagne le Groupe Pierre & Vacances, via à un service sur-mesure d'animations commerciales en vidéos, mixant différentes technologies de pointe et adapté aux contraintes et objectifs de marketing digital de la marque.

Le Groupe Pierre & Vacances en Bref

- 40 ans d'expériences.
- 50 000 appartements en France et en Europe.
- Plus de 350 destinations.
- 7 millions de clients.
- Le n°1 de la location de vacances en Europe.

Problématique posée à 2Emotion

Le Groupe Pierre et Vacances souhaitait se doter d'un outil de promotion de leurs séjours, leur permettant d'animer les sites de la marque (PV, PV Premium, PV Resorts et Maeva) en fonction de son actualité commerciale.

La promotion et la vente de séjours se basent en effet sur un subtil mélange entre l'envie déclenchée par l'émotionnel (besoin d'être séduit par une offre) et la bonne compréhension de l'offre proposée. Un mix nécessaire qu'il est important de bien maîtriser afin d'être en capacité de déclencher chez l'internaute un acte d'achat d'une valeur importante. Ici la vidéo s'adapte particulièrement à la présentation et promotion de séjours.

Réponse de la start'Up

L'entreprise technologique a mis en place, via l'utilisation de la technologie de production dynamique de vidéo 2emotion, une solution personnalisée permettant de produire du contenu dynamique de vidéos interactives, à partir des destinations à mettre en avant et à valoriser.

Une solution personnalisée sous contraintes et objectifs qui a permis :

- Des très bons taux de clics sur les emplacements d'animation vidéo.
- La création d'un back office simple et puissant permettant de «driver» les internautes, au fil des événements du site.
- Un tableau de bord favorisant le suivi de l'impact de chaque offre promotionnelle..



Frédéric Po , Responsable Europe sites web & SEO Pierre et Vacances Center Parcs

«Très faciles à administrer, les vidéos Content to emotion nous permettent d'animer notre offre commerciale, de mettre en avant des résidences de façon efficace et souple. Nous les utilisons tant pour marketer des promotions que pour valoriser les points forts d'un produit. Son utilisation très simple nous permet d'envisager de multiples utilisations »