Le Point

Le Point sur une année de transformation marketing et data

Thomas Le Mer
Dir. Marketing, Abo & Bizdev
Le Point

Simon Dawlat
CEO
Batch

Romain Lhote
Cofondateur
In Digital

the Audiencers festival by poool

Batch

Thomas le Mer

DIRECTEUR MARKETING, ABONNEMENTS & BIZDEV

Romain Lhote

CEO

Simon Dawlat

CEO & COFOUNDER

Le Point sur une année de transformation Marketing et Data

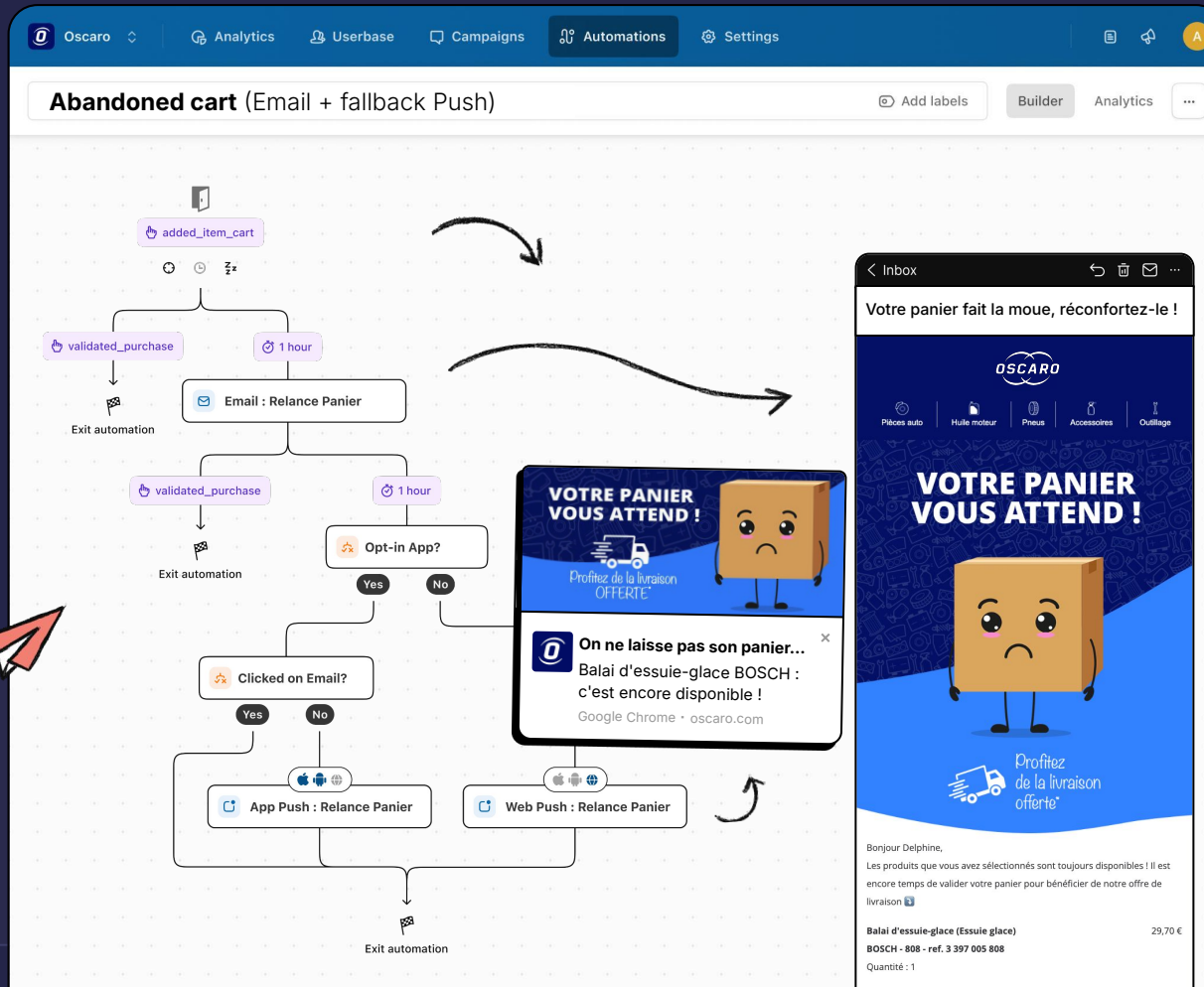
Batch x Le Point x In Digital - The Audiencers, Ground Control, Paris, France - 16 septembre 2025 - 14h30 - 15h.

Qui est Batch ?

BIEN PLUS QU'UNE

Customer Engagement Platform (CEP)

Email · SMS · Mobile Push · Web Push · In-App Messaging · TV · WhatsApp · RCS · ADS



« Les outils du marketing » :

- Notifications push ✅
- Envoi de newsletter ✅

Batch & les médias : une longue histoire !

10 ans d'XP

78% 🇫🇷
Du Top 50 ACPM

Le Monde · ouest france · Les Echos · Le Parisien · webedia · Le Point · BFMTV. · radiofrance · SUD OUEST · L'ÉQUIPE · PM PRISMA MEDIA · L'EXPRESS

18% du CA
3e après e-commerce et services financiers

15 🇪🇺
Groupes medias EU

EUROSPORT · STAMPEN MEDIA. · WELT · TAGESSPIEGEL · sky · DR · BONNIER · rnd RedaktionsNetzwerk Deutschland · beIN SPORTS

Notre mission

Vous aider à moderniser votre CRM pour retrouver agilité, autonomie & efficacité

CEP
(Customer Engagement Platform)

- Équipes marketing Dépendantes de la tech
- Outils lent pour « techniciens »
- Pas d'activation temps réel
- Faible accompagnement

- Équipes marketing Agiles & efficaces
- Simple à utiliser
- Activation temps-réel
- « Business partner » de nos clients

Aidés des meilleures agences & intégrateurs

Au service des projets de transformation digitale les plus ambitieux

Agences Data & Marketing	Intégrateurs	
Audit Stratégique	Migration Campagnes	Campaign Management
Cadrage Projet	Set-up Technique	Maintenance Applicative (TMA)
RFI RFP		

L'EXPERTISE

CRO
Optimisation du taux de conversion pour maximiser vos performances

DATA
Analyse approfondie et exploitation stratégique de vos données

CRM
Gestion du cycle de vie client personnalisé et automatisé

EDITO
Définir le mix éditorial pour des contenus engageants et performants

LA MÉTHODE

1. **Équipes In house dédiées**
2. **Extension agile de vos équipes**
3. **Experts certifiés sur les outils clés**
4. **+ de 50 collaborateurs en FR & UK**

FT FINANCIAL TIMES · INDEPENDENT · CMI FRANCE · BAUER MEDIA GROUP · LE GUIDE MICHELIN · CONDÉ NAST · IMMEDIATE MEDIA Co · Le Point

Batch

Thomas le Mer

DIRECTEUR MARKETING, ABONNEMENTS & BIZDEV

Romain Lhote

CEO

Simon Dawlat

CEO & COFOUNDER

Le Point sur une année de transformation Marketing et Data

Batch x Le Point x In Digital - The Audiencers, Ground Control, Paris, France - 16 septembre 2025 - 14h30 - 15h.

Les débuts...

- **Contexte & Objectifs**
  - Réorganisation des équipes marketing
  - Nécessité d'accélérer sur le modèle d'abonnement numérique
  - Piloter la performance et les projets par la data

- **3 projets prioritaires**
  - Créer un outil de pilotage commun de l'activité abonnement
  - Moderniser notre stack d'engagement et de fidélisation
  - Accélérer sur la conquête d'abonnés numériques et poser les bases d'un modèle dynamique

L'équipe

Acquisition

Adrien

Anthony

Engagement, fidélisation, CRM

Camille

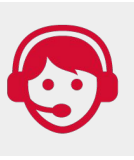
Juliette

Jennifer

Gestion abo

Hélèna

Nathalie


Maria

the Audiencers, by poool

1# Création d'une scorecard abonnements

- **Pourquoi ?**
  - Beaucoup trop de données partagées
  - Une perte de temps considérable à concevoir les rapports

- **Comment ?**
  - Choix des KPIs clés
  - Centralisation des données dans notre Data Lake (Snowflake)
  - Construction de dashboards automatisés (Tableau)

- **Et maintenant ?**
  - Tout le monde parle le même langage (édito, marketing, produit, data...)
  - Gain de temps pour se concentrer sur la strat et les projets !
  - Une priorisation des projets basée sur la data

2# Migration CRM : Batch x Snowflake

- **Pourquoi ?**
  - Scénarios figés
  - Peu d'activations autonomes et omnicanales
  - Manque d'accompagnement au quotidien

- **Comment ?**
  - Mise en place de Batch comme CEP interconnectée à Snowflake
  - Définition de cas d'usages métiers clairs
  - Un accompagnement sur toutes les étapes de la migration

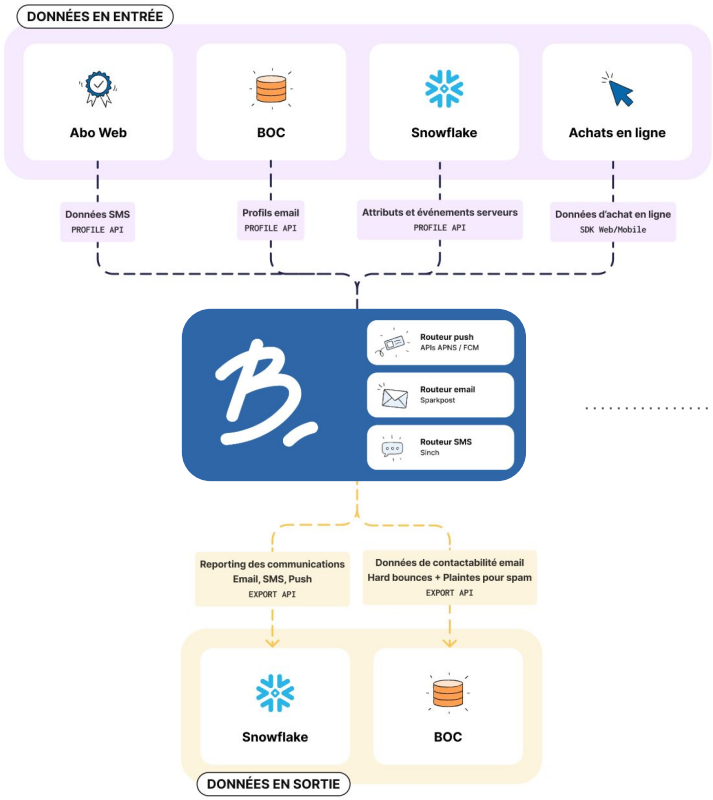
- **Résultats**
  - Déploiement des premiers scénarios omnicanaux
  - Meilleure agilité et autonomie des équipes marketing
  - Rationalisation des outils (et du budget !)

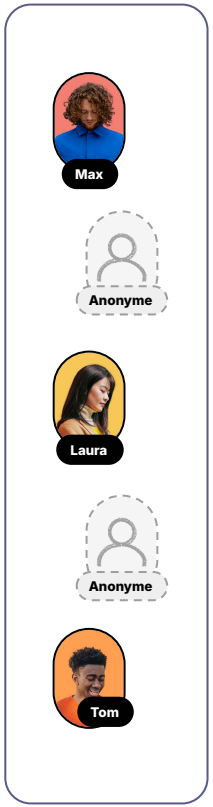
Schéma d'architecture Batch

Données sources

Plateforme CRM & Marketing Automation

Sources enrichies par Batch





Abonnés & lecteurs anonymes

the Audiencers, by poool

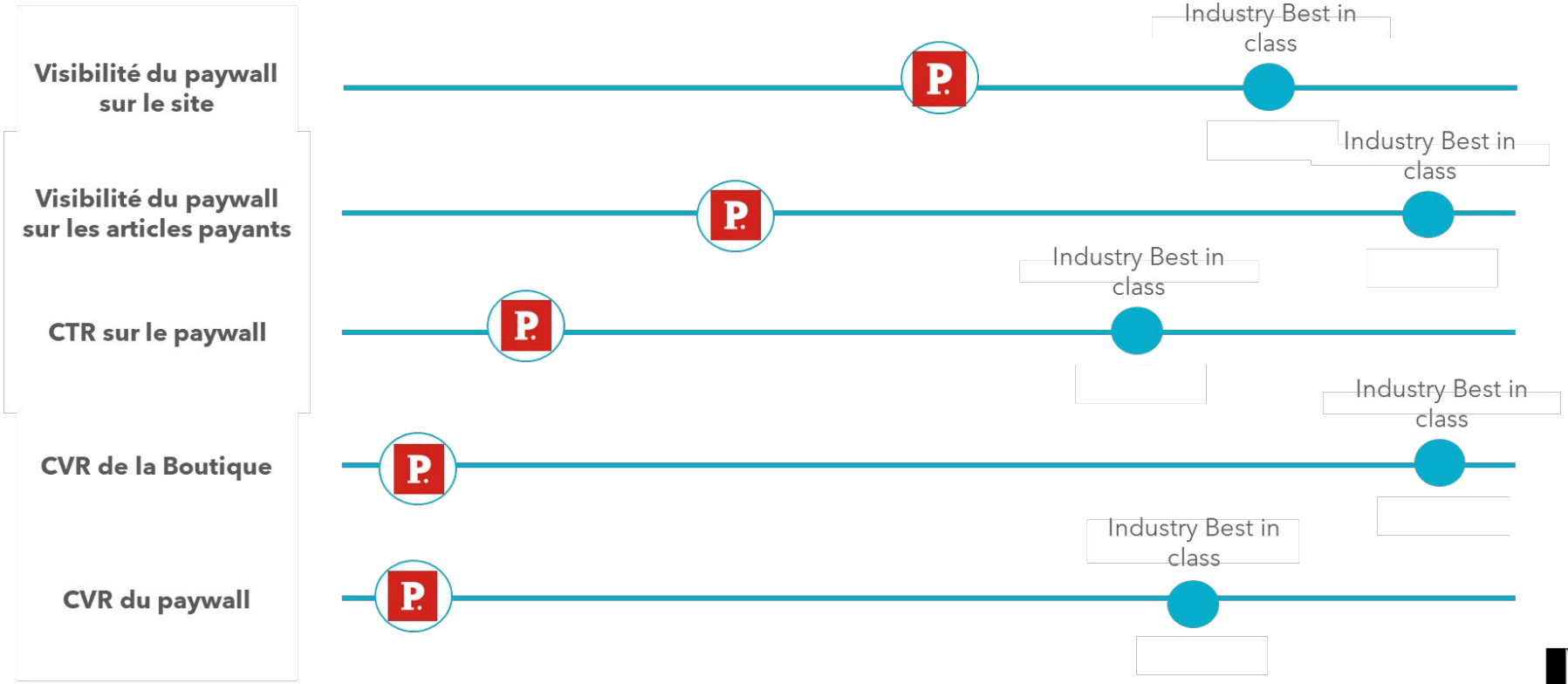
3# Accélérer la conquête avec In Digital

- **Pourquoi ?**
  - Un modèle d'acquisition qui stagnait
  - Nécessité d'optimiser les parcours et d'amorcer le chantier Paywall dynamique
  - Besoin d'aller vite !

- **Comment ?**
  - Intégration des équipes In Digital "in house"
  - Lancement d'A/B tests continus sur le tunnel de conversion
  - Construction de segments dynamiques et d'un modèle de propension

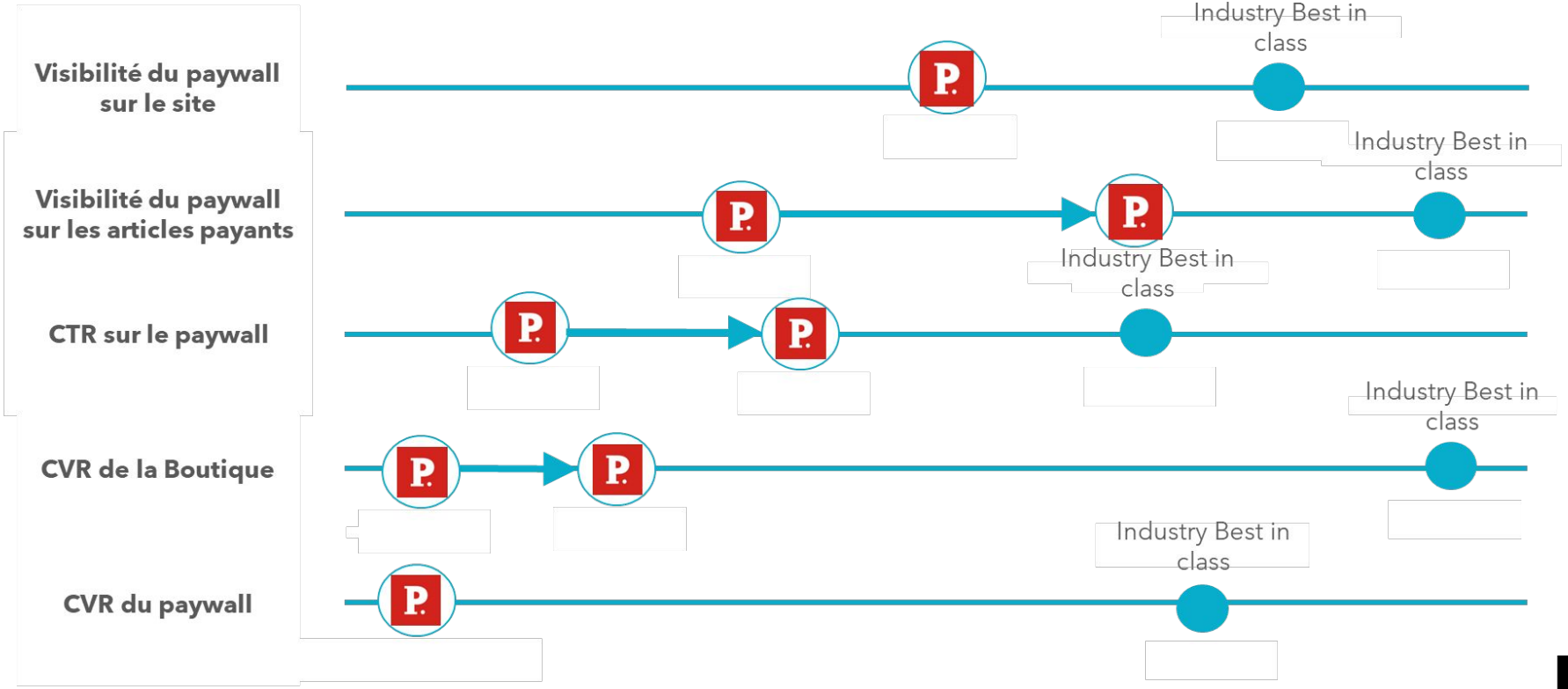
- **Résultats**

Point de départ des leviers clés en janvier



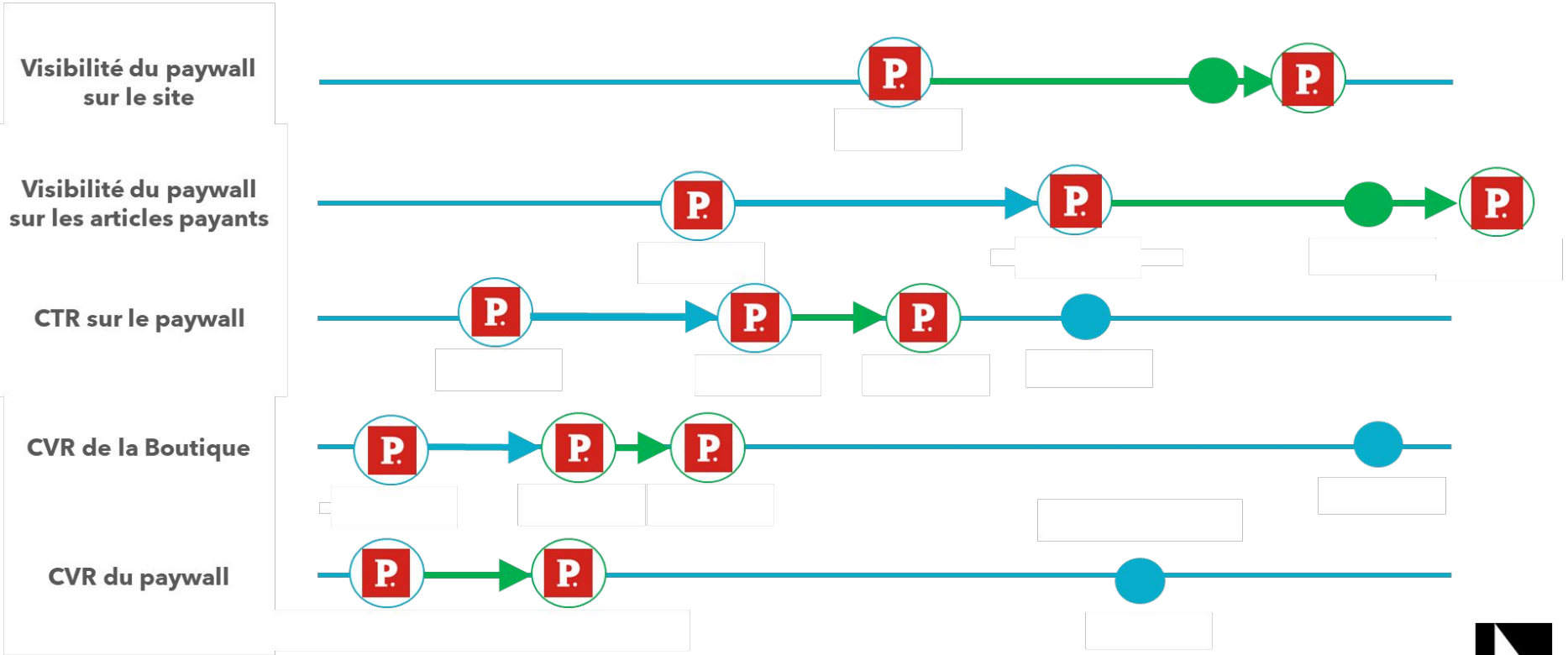
Sources : Poool & Piano Analytics 2024

De premiers progrès en quelques mois



Sources : Poool & Piano Analytics – Q1 2025

Et une nette accélération après 6 mois

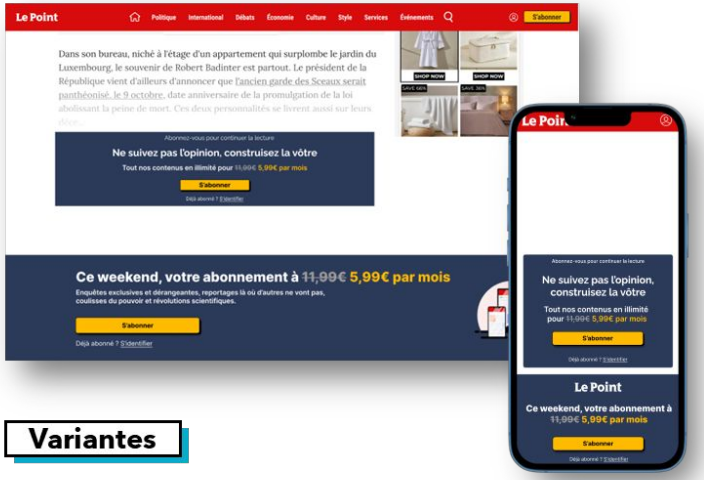


Sources : Poool & Piano Analytics – Q1 & Q2 2025

Exemple d'AB test sur le paywall

Sur nos tests en cours, sur 50% de la population, le double paywall a été introduit en pleine largeur sur le bas de l'écran et à la coupure dans le contenu.

Control



Variantes

RÉSULTATS
(non-exhaustifs)

+181%
de Taux de Conversion Paywall sur Desktop pour le Variant

+21%
de Taux de Clic sur tous les devices en moyenne pour le Variant

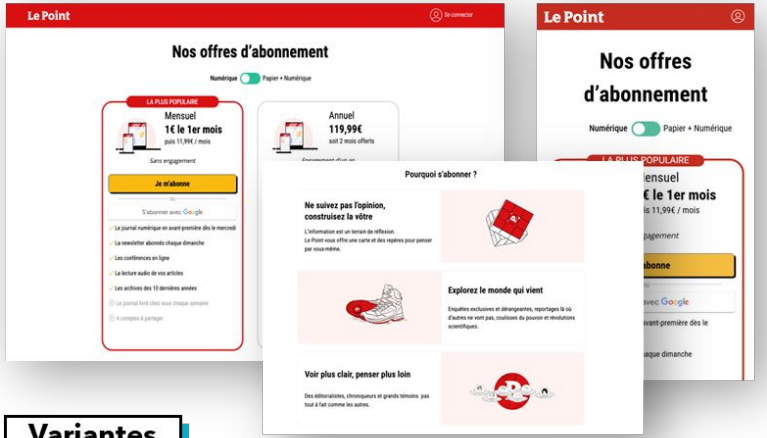
✅ Passage en production du double paywall sur l'ensemble des articles payants.

Sources : Piano Analytics – AB Test Mai 2025

Exemple d'AB test sur la boutique

Les tests sur la boutique ont visé à améliorer la conversion sur mobile, amélioration la lisibilité des offres et leur comparaison :

Control



Variantes

RÉSULTATS
(non-exhaustifs)

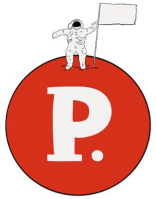
+49%
de Taux de Clic sur Desktop pour le Variant

+69%
de Taux de Conversion sur Mobile pour le Variant

✅ Passage en production de la Page Boutique améliorée (split papier / papier + numérique)

Sources : Piano Analytics – AB Test Mai 2025

Ce qu'il faut retenir...



- **Les enseignements :**
  - La data permet d'embarquer toutes les équipes et de mieux prioriser les projets
  - Les cas d'usages métiers sont le socle d'un bon projet
  - N'attendez pas la version parfaite, testez et avancez !

- **Les prochains objectifs :**
  - Renforcer notre maîtrise du cycle de vie client
  - Plus d'activations en temps réel
  - Personnalisation des parcours (engagement, acquisition, fidélisation, rétention,...)
  - Piloter chaque décision par des KPI business !!

MERCI

the Audiencers, by poool

the Audiencers, by poool

Aider les professionnels des médias en ligne
à mieux **engager**, **convertir** et **fidéliser** leurs audiences.

Access
Engage

Outils

Média

Festivals

Communauté

Aide au recrutement

team@theaudiencers.com