



Trophée start-up Martech 2018 :
les 10 start-ups finalistes

SOMMAIRE

- Le CMIT lance son 3^{ème} trophée start-up

01

- Les 10 start-ups finalistes

02

- Appvizer
- Citoubi
- Kayo
- Leads Generation
- LineUP7
- Novalend
- Ooshot
- Playbots
- Realytics
- Touchify

- Témoignage du jury

03

- Et vous, pour quelle start-up auriez-vous voté ?

04

Le CMIT lance son 3ème concours start-up

Le CMIT a réuni le 23 mars plus de 250 directeurs du marketing et de la communication du secteur IT. « Nous avons voulu formaliser par cet événement l'identification des futures pépites des technologies du marketing, explique Etienne Maraval, vice-Président du CMIT et Directeur Marketing et Communication de Lexmark, chargé de l'organisation du « Trophée Start-up Martech ». Nous avons déjà récompensé 6 start-ups au cours des deux premières éditions et nous vous présentons dans ce document les 10 finalistes de l'année 2018. »

Allo-media, Sigilium et Upfluence récompensés l'an dernier

Les jeunes entreprises candidates avaient jusqu'au 5 mars 2018 pour déposer leur dossier. Elles ont été examinées par un jury composé de directeurs marketing et communication, de représentants de la presse, d'investisseurs et d'organisations professionnelles, telles le MEDEF. Les noms des trois lauréats seront dévoilés le 23 mars 2018, lors du Forum du CMIT qui se tiendra à l'Elysées Biarritz sur les Champs Elysées, devant 250 professionnels du marketing et de la communication.

Pour mémoire, les trois lauréats de 2017 ont été :

Upfluence La start up développe des technologies pour le marketing d'influence et aide les marques à identifier, analyser et contacter à grande échelle des influenceurs dans tous les pays, toutes les langues et tous les réseaux sociaux, **Allo-media** qui a développé le « Cookie Vocal », une technologie permettant de collecter 100% de la Data Conversationnelle contenue dans les appels téléphoniques et de les fusionner avec les parcours clients digitaux. Les données sont ensuite analysées et remontées dans les outils analytiques : CRM, DMP, DSP ... et

Sigilium : une plateforme qui permet aux équipes marketing et communication, de piloter de manière centralisée les signatures emails de l'entreprise. La plateforme offre un moyen efficace et directement mesurable de faire passer de l'information et des offres, là où se trouve l'attention récurrente et privilégiée de ses interlocuteurs professionnels.

Les 10 finalistes 2018

- Appvizer
- Citoubi
- Kayo
- Leads Generation
- LineUP7
- Novalend
- Ooshot
- Playbots
- Realtytics
- Touchify

appvizer

Nom de l'entreprise :

Appvizer

Mots-clés :

Marketing automation, Content marketing, Marketing analytics

Martech, AdTech

Solution :

La mission d'appvizer est de permettre aux entrepreneurs et aux managers de trouver facilement les logiciels qui leur permettront de travailler plus intelligemment. Appvizer a été lancé en Mai 2015 sur l'idée simple que nous devons offrir un espace de visibilité sur Internet aux logiciels qui peuvent jouer un rôle important dans la croissance des entreprises.

Du côté des organisations Marketing chez les éditeurs de logiciels, Appvizer offre un levier de développement d'affaires sans précédent sur le marché compte tenu des performances et des bénéfices proposés à déjà plus de 700 clients.

Appvizer accélère ainsi leur notoriété au travers de contenus 100 % en phase avec leurs cibles (55k positions SEO, 100k articles lus / mois...) ainsi que leur génération de leads avec des solutions sur mesure selon les cibles et verticales (10k leads /mois).

Cible :

Appvizer répond aux enjeux de tout type d'éditeurs de logiciels.

Nomination :

Appvizer confirme son statut de leader Européen de la Martech et de l'AdTech dans l'industrie du logiciel BtoB.

MarTech, Appvizer édite la plus importante plateforme d'information, de recherche et de comparaison de logiciels coopérée sous sa marque et celles de leaders d'opinions.

AdTech, Appvizer développe une technologie unique de régie publicitaire, intégrée à sa plateforme et à son réseau d'affiliés influents, pour atteindre des audiences professionnelles qualifiées.

Site web :

www.appvizer.com

Nom du dirigeant :

Colin Lalouette



NEW DEAL

THE LEAD STORE

Nom de l'entreprise :

Citoubi

Mots-clés :

Content marketing, Marketing collaboratif

Solution :

NEWDEAL The Lead Store est une marketplace de leads qualifiés. Un lead est un client potentiel, une opportunité d'affaire, un marché.... Au travers de la plateforme, un(e) commercial(e) ou une entreprise poste un lead dont il ne se sert pas (produit inadéquat ou non-conforme à la structure, budget, zone géographique...) et reçoit une contrepartie financière directement dans son compte NEWDEAL sous forme de crédits ou de d'argent qui peut être réutilisé pour acheter des leads ou encaissé. L'équipe de NEW DEAL vérifie l'exactitude de l'information du lead ainsi, une autre entreprise peut donc profiter de cette opportunité en achetant le lead sur la plateforme.

Pour les marketeurs, la plateforme permet d'apporter au commerce des leads extrêmement précis et plus qualifiés et surtout de d'amortir les coûts de commercialisation ou budget marketing en recyclant les leads non-exploités par l'entreprise. Le but de la

plateforme est d'améliorer l'échange entre le marketing et le commerce au sein de l'entreprise et à l'échelle du marché de permettre des entreprises concurrentes de s'aider tout en gagnant plus de part de marché.

Cible :

Les acteurs du milieu de l'IT

Nomination :

Le partage et le recyclage de leads enrichissent le travail des commerciaux en supprimant partiellement les phases de prospection à froid. Pour le marketing, une marketplace de leads apporte une vraie mesure du ROI, car 80% des leads achetés sur la plateforme débouchent sur un voir plusieurs marchés. NEWDEAL apporte une nouvelle manière de faire des affaires dans la bienveillance, l'anonymat tout en permettant aux entreprises d'accomplir leur premier but qui est de gagner de l'argent.

Site web :

<https://www.newdealtheleadstore.com/>

Nom du dirigeant :

Thomas Spanier



Nom de l'entreprise :

Kayo

Mots-clés :

Content marketing, Marketing analytics

Solution :

Dans le cadre de la transformation digitale des entreprises, KAYO est la solution SaaS idéale pour diffuser les contenus de l'entreprise et générer des leads lors d'événements professionnels.

La solution est désormais disponible hors événement, utilisée comme un outil d'aide à la vente pour les équipes Sales. Les CMO peuvent donc piloter les contenus créés pour les commerciaux et mesurer en temps réel le ROI et leur impact sur les ventes.

Avantages pour les clients :

- Génération de leads qualifiés
- Mesure du ROI des événements professionnels et de l'efficacité commerciale.
- Fonctionnalités performantes : offline, multilingue, gestion des droits, multiplateforme...
- Adoption rapide dans les équipes.

KAYO est leader du marché sur la cible Grands Comptes, et vient de créer l'offre KUTSH pour déployer sa solution aux TPE/PME.

Cible :

2 cibles :

- offre KUTSH : pour les TPE/PME - disponible fin mars
- offre KUSTOM : pour les grands comptes (offre personnalisée et accompagnement renforcé).

Nomination :

KAYO est la solution SaaS leader en France pour diffuser ses contenus et générer des leads.

Historiquement dédiée aux salons professionnels, KAYO a lancé récemment une offre dédiée aux équipes commerciales et aux TPE/PME permettant aux CMO de mesurer l'impact des contenus sur l'efficacité commerciale.

Site web :

<https://www.kayo.fr/>

Nom du dirigeant :

Nicolas Gendrot

LEADS GENERATION

Nom de l'entreprise :

Leads Generation

Mots-clés :

Content marketing

Solution :

Nous nous positionnons sur les marchés en forte progression du content et de l'inbound marketing.

Notre objectif est de créer des sites leaders et/ou uniques qui génèrent des prospects BtoB. Le site leslivresblancs.fr : annuaire leader des livres blancs et ebooks :

+ de 4 400 livres blancs (10 nouveaux livres blancs chaque jour)

+ de 22 500 followers

+ de 15 000 abonnés emails

+ Près de 5 000 demandes de livres par mois (versus 500 en avril 2017)

Le site leslivresblancs.fr n'a pas de concurrent.

Le site ultra-saas.com : guide des logiciels et solutions SaaS

+ de 1 200 logiciels référencés (objectifs : 3 000 fin 2018)

Le modèle économique du site est innovant : commercialisation de webinaire, de démos, de logiciels

Nous allons créer un 3e site cet été.

Il s'agit d'un site qui référencera tous les événements on-line (webinar, démo, ...) et off-line (petit déjeuner, conférence, meet-up, salon, ...) des éditeurs de logiciels et des acteurs du digital.

Ce site sera unique et n'est pas de concurrent à ce jour.

Cible :

Nos sites ont une cible commune et principale : les éditeurs de logiciels SaaS.

Notre cible secondaire est composée des acteurs du digital.

Nomination :

LEADS GENERATION est une start-up spécialisée dans la génération de leads (prospects) notamment pour les éditeurs de logiciels SaaS et les acteurs du digital.

La Génération de leads est réalisée via 2 sites Internet :

- Le site leslivresblancs.fr : annuaire leader des livres blancs et ebooks (+ de 4 400 livres blancs, + de 22 500 followers, + de 15 000 abonnés emails)

- Le site ultra-saas.com : guide des logiciels et solutions SaaS (+ de 1 200 logiciels référencés)

Site web :

<https://www.leads-generation.fr/>

Nom du dirigeant :

Didier Glemarec



Nom de l'entreprise :

LineUP7

Mots-clés :

Marketing automation, Marketing analytics, Account based marketing, Data marketing

Solution :

En donnant accès à une plateforme data marketing globale modulable avec un impact SI et un cout d'implémentation limités, nous permettons aux annonceurs de tester des use cases marketing d'activation data CRM + digitale. C'est l'occasion pour les organisations souvent silotées de travailler de façon convergente (en rapprochant acquisition et digital par exemple) et se mettre ainsi au diapason des nouveaux enjeux de transformation digitale et de CRM étendu. Enfin, l'activation de la plateforme adCRM peut permettre d'évangéliser les équipes en interne sur les nouvelles pratiques marketing liées à la data augmentée de façon simple, rapide et concrète. C'est ainsi l'outil qui permet aux organisations de penser data driven quel que soit leur niveau de maturité (ou presque).

Cible :

Cette plateforme Data Marketing s'adresse principalement aux acteurs du Mid Market devant intégrer les enjeux de transformation digitale et optimiser leur relation / expérience marque consommateur. En particulier, les annonceurs ayant pour cela de faibles budgets d'acquisition, ceux ne sachant pas capitaliser sur les visites dans leur écosystème digital ou encore ceux ne bénéficiant pas d'une partie de la data client car dans un contexte de business inter médié. Bref, tous les grands comptes n'ayant pas encore pris le virage de la convergence marketing, tous secteurs confondus.

Nomination :

adCRM est une plateforme data marketing globale qui a pour vocation de rendre accessible le outils de la convergence marketing (DMP, CRM On-boarding, Trading Desk, Personnalisation Site) en activant des Use Cases concrets de façon rapide et à faible cout.

Site web :

<http://www.adcrm.fr/>

Nom du dirigeant :

Guyomard Olivier



Nom de l'entreprise :

Novalend

Mots-clés :

Gestion de marketing en mode projet

Solution :

NovaLend aide les entreprises à développer leur offre d'abonnement

-> Développement nouvelle offre commerciale avec des services sur-mesure

-> Renforcement de la fidélisation client

NovaLend s'appuie pour cela sur sa plateforme

-> Réduire le coût de traitement et accélérer les processus

-> Rompre avec les lourdeurs administratives et fluidifier l'expérience client

-> Simulation, proposition et contractualisation en temps réel

-> Plateforme de leasing en marque blanche

Cible :

Notre solution s'adresse à toutes les entreprises vendant du matériel ou des équipements en B2B.

Nomination :

NovaLend propose aux entreprises de développer leur offre d'abonnement afin de répondre à l'évolution des modes de consommation (passage de la propriété à l'usage). La plateforme permet de valider la solvabilité du client et de finaliser le contrat en temps réel.

Site web :

<https://www.novalend.com/>

Nom du dirigeant :

Mathieu Belle

O OSHOT

Nom de l'entreprise :

Ooshot

Mots-clés :

Réseaux sociaux, Marketing automation, Content marketing, Marketing analytics, Gestion marketing en mode projet

Solution :

Que vous ayez besoin d'images de flux ou des images créatives, Ooshot propose une solution AI qui permet d'identifier les talents (photographes, influenceurs et vidéastes) pour un matching avec votre briefing et de collaborer dans une fluidité incomparable avec un dashboard. Vous gagnez en gestion de projet et contrôle des coûts

Cible :

CAC40 ou toute société qui a compris que le consommateur dès son réveil (avant d'embrasser son

partenaire) est confronté à un écran et jusque 100 écrans par jour.

Nomination :

Ooshot est la première plateforme internationale de confiance qui permet d'organiser ses prises de vues. Qu'il s'agisse d'images de volume e-commerce ou de création, Ooshot propose des outils propriétaires innovants pour optimiser vos flux de production et en contrôler les coûts.

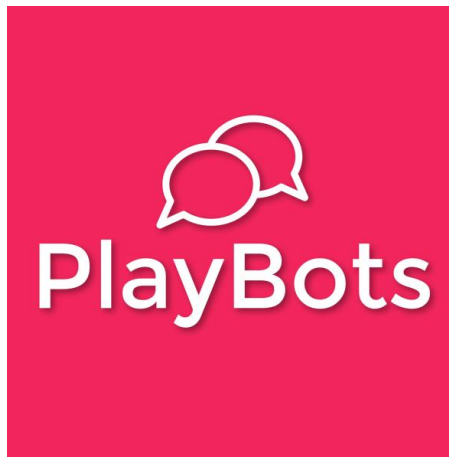
Avec une assistance à la production audiovisuelle qu'elle soit humaine ou technique, Ooshot est le moyen le plus facile de créer du contenu visuel.

Site web :

<https://www.ooshot.com/>

Nom du dirigeant :

Valerie Hersleven



Nom de l'entreprise :

PlayBots

Mots-clés :

Marketing automation, Account based marketing

Solution :

Notre bot permet aux visiteurs d'un site de réserver automatiquement une démo sans passer par un formulaire. Cette solution part de 2 constats : 81% des acheteurs en BtoB ne remplissent pas les formulaires et plus d'une société sur deux met au moins 5 jours à rappeler un lead. L'objectif de notre bot, véritable assistant personnel, est d'impacter le taux de génération de leads grâce à un onboarding simplifié et le taux de conversion en réduisant les délais entre la demande de contact et le rappel.

Le déroulement en 3 étapes :

1/ l'identification : notre bot analyse les données de navigation (pages vues, temps passé...) pour engager le lead au meilleur moment.

2/ la qualification : notre bot qualifie le lead grâce à une conversation rapide et personnalisée.

3/ la prise de rendez-vous : le lead réserve une démo depuis le bot. Le rendez-vous est automatiquement ajouté à son calendrier ainsi qu'à celui du commercial dédié.

Cible :

Notre solution s'adresse principalement aux équipes marketing et commercial travaillant en BtoB dans le secteur de l'IT ou de l'assurance.

Nomination :

PlayBots développe un assistant virtuel qui qualifie vos leads et leur permet de réserver une démo 24h/7j sur votre site. Plus besoin de formulaires, la prise de contact est simple et automatique grâce à une conversation personnalisée. Notre objectif : humaniser le marketing BtoB grâce à l'intelligence artificielle et la data.

Site web :

<https://playbots.io/>

Nom du dirigeant :

Jonathan Stock



Nom de l'entreprise :

Realytics

Mots-clés :

Marketing analytics

Solution :

Realytics digitalise la télévision en permettant de mesurer son efficacité sur les leviers digitaux.

C'est aujourd'hui le premier acteur européen à analyser tous les impacts d'une campagne pub TV : performance business (trafic, téléchargement d'apps, conversions...) comme effet branding (sociodemo, géoloc, search ...). Avec ces indicateurs, les annonceurs TV possèdent alors toutes les clés pour optimiser leur plan média et leurs investissements.

Reconnu pour son excellence technologique, Realytics a développé un algorithme unique de scoring permettant d'identifier qui, parmi les visiteurs du site web de la marque, a été exposé à son spot TV et a réagi instantanément. Au cœur de la convergence TV-Digital, cette innovation majeure permet aux annonceurs d'élaborer des scénarios de campagnes cross-media alliant puissance de la TV et performance du digital.

Plus encore, la société anticipe les performances drive to web d'un ou de plusieurs plans médias TV pour permettre aux annonceurs d'affiner leurs choix en

avance de phase et choisir le plan média qui a le plus de chances de drainer du trafic sur le site web de l'annonceur.

Realytics a développé ses solutions dans 32 pays et accompagne des annonceurs internationaux.

Parmi ses clients : FNAC Darty, Bouygues Telecom, AXA, Just Eat, SeLogger, Blablacar, Groupe Seb, Maif, EDF, groupe SNCF...

Cible :

A tous les annonceurs français et internationaux qui font de la publicité TV ! Et leurs agences média (voire même les régies publicitaires).

Nomination :

1ère plateforme d'analytics TV en temps réel, Realytics permet à ses clients, annonceurs et agences, de mesurer l'impact direct et indirect d'une publicité TV sur leurs supports digitaux (site web, application mobile, call centers) et leur fournit les données nécessaires afin d'optimiser leurs plans médias selon leurs KPIs business ou branding.

Site web :

<https://www.realytics.io/fr/>

Nom du dirigeant :

Guillaume Belmas



Nom de l'entreprise :

Touchify

Mots-clés :

Content marketing

Solution :

Il y a 2 problématiques dans le marketing aujourd'hui :

1. La majeure partie de la publicité et de la promotion se fait aujourd'hui soit par le biais de sites Web, d'applications mobiles et de l'affichage numérique. Le problème avec ces solutions est qu'elles sont passives, n'engagent pas l'utilisateur et ne lui fournissent pas une expérience mémorable.

2. Un autre problème est qu'il y a trop de contenu produit aujourd'hui qui n'est plus consommé ni consommable par les utilisateurs. Le défi pour les spécialistes du marketing est de se démarquer de la foule pour attirer l'attention des utilisateurs et créer un lien fort avec la marque.

Touchify résout ces problèmes. Le contenu interactif diffusé sur des supports tactiles captive l'attention de l'utilisateur, propose de découvrir les produits de manière ludique et en toute autonomie sans intrusion. Il favorise l'engagement, la fidélité et offre une expérience client unique et mémorable.

Touchify participe à la révolution du marketing de contenu disruptif comme les appareils tactiles ont fait la révolution dans le monde informatique.

Nous croyons que l'interactivité de notre solution permet de créer des expériences utilisateurs inoubliables, de renforcer leur engagement et de tisser des liens d'affinité avec la marque.

Nous aidons également les entreprises B2B à révolutionner leurs présentations passives et le discours de vente/pitch pour créer le dialogue et augmenter la génération des leads à l'aide de composants visuels et interactifs qui capte l'attention et favorise la mémorisation.

Cible :

PME/Grands comptes B2B pour la présentation interactive commerciale, avec au moins 10 commerciaux dans la société.

Entreprises B2C, Secteurs : banques, assurances, médical et pharmaceutique, tourisme, hôtelleries, croisières, parc attractions, musées, salons professionnels, immobilier, retail

Nomination :

Touchify est une plateforme cloud de marketing du contenu qui génère des leads et des revenus grâce à des expériences clients interactives et mémorables qui peuvent être créées avec 0% de développement.

Elle est utilisée pour renforcer l'avantage concurrentiel, améliorer les conversions dans les campagnes publicitaires et augmenter l'engagement des utilisateurs.

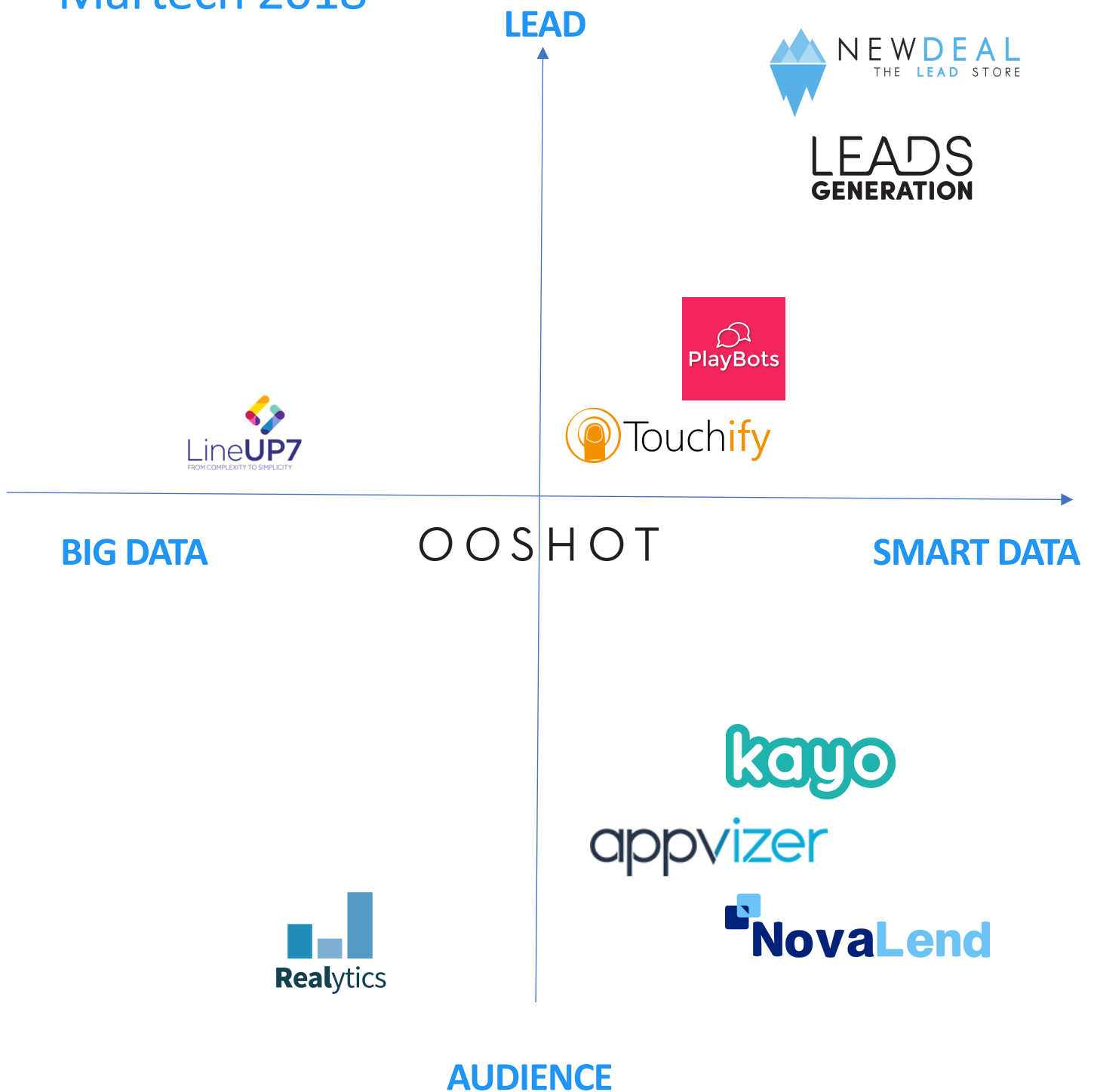
Site web :

<https://touchify.co/>

Nom du dirigeant :

Maxime Luce

Mapping des start-ups – Trophée CMIT Martech 2018



Témoignage du jury

Etienne Maraval

Directeur marketing de Lexmark, Vice-président du CMIT

« Portail services dédié, chatbots et big data sont les 3 tendances de fonds que l'on retrouve dans les start up martech. BtB 2018. »

Michel Mariet

Directeur marketing d'Oracle, Président du CMIT

« Cette édition valide les motivations initiales des trophées : faire une veille sur l'innovation, trouver de l'inspiration, détecter des solutions nouvelles, profiter de l'énergie du mouvement startups #MarTech et leur apporter un retour bienveillant et une exposition pour accélérer leur développement. »

Maud Samagalski

Directrice marketing de HPE

« Ces trophées Martech évaluent les projets de Startup BtoB ciblés marketing et communication ce qui présente l'avantage d'adresser directement et de manière innovante les préoccupations propres à ces métiers »

Christophe Boitiaux

Directeur marketing de T-Systems

« Au-delà des innovations technologiques, nous nous sommes également attachés à évaluer les services proposés par ces start-ups, et notamment l'accompagnement client. »

Yvanie Trouilleux

Directrice marketing France Mitel

« Un beau panel de start-ups Martech cette année avec un regret néanmoins sur la très faible représentativité des femmes parmi les candidatures, alors que plus de la moitié des responsables marketing sont des femmes. Avis aux candidates pour la prochaine édition ! »

Claire Arnoux

Directrice marketing Vade Secure

« Un des éléments importants lors de l'évaluation des dossiers a été les outils de mesure ROI mis en place par les entreprises dans le cadre de leur innovation : un axe important pour tous les marketeurs du BtoB »

Romuald Ribault

Directeur marketing Ecologic France, Commission dynamique entrepreneuriale du Medef

« Bien que cela n'ait pas été un critère de sélection des dossiers, nous avons senti une dimension RSE de plus en plus forte dans le pitch des start-ups. Cela ne fait pas encore totalement partie de la présentation mais j'espère que la tendance se confirmera. Et peut-être que nous entendrons parler d'écoconception des services numériques dès la prochaine édition...»

Eric Ochs

CEO MMMedia

« Sur les 2,5 milliards d'euros de fonds levés en capital-risque cette année, le BtoB ne représente que 7% des projets d'investissements. Pourtant, les dossiers présentés au CMIT Martech témoignent de l'existence d'une véritable filière dédiée au BtoB.»

Et vous, pour quelle start-up auriez-vous voté ?

avec SPOKING POLLS

VOTEZ ICI !