



Trophée start-up Martech 2020 : les start-ups finalistes

SOMMAIRE

- Introduction

01

- Les start-ups finalistes

02

- Excense
- Datacook
- Hubstairs
- KTMX
- Leadseed
- Pitchboy
- Popsell
- Speedianet

Introduction

La 5ème édition des Trophées startups Martech du Club des marketeurs in Tech se tient le 19 novembre. De nombreuses start-ups innovantes en technologie marketing ont répondu à l'appel à candidature, du 28 septembre au 26 octobre 2020.

Depuis 2016, le Club des Marketeurs In Tech (CMIT) distingue les startups les plus prometteuses à lors de ses Trophées Martech annuels. « Cette année nous allons donner la possibilité à toutes les start-ups candidates de pitcher directement auprès de l'ensemble des membres du CMIT « en live » pour favoriser le contact » précise Etienne Maraval, administrateur du CMIT. Chaque candidat retenu disposera de sept minutes pour exposer son dossier et de sept autres minutes pour répondre aux questions du jury lors d'une présentation ouverte à tous les membres du CMIT.

Les Trophées start-ups Martech du CMIT sont ouverts aux startups développant des solutions dans les domaines des relations presse, des réseaux sociaux, du marketing automation, du content marketing, du marketing analytics, de l'account based marketing, du marketing collaboratif, de la gestion de marketing en mode projet, du social selling.

L'objectif de ces trophées est de permettre aux jeunes entreprises de se faire connaître auprès de leurs clients marketeurs. Le jury sera composé de personnalités influentes et représentantes de l'IT en marketing/communication, de la presse, du capital-risque.

Les startups seront mises en relation avec une centaine de directeurs et responsables Marketing et les nominés profiteront de la notoriété du Club et du plan média: réseaux sociaux et presse notamment.

Les finalistes 2020

- Excense
- Datacook
- Hubstairs
- KTMX
- Leadseed
- Pitchboy
- Popsell
- Speedianet



Nom de l'entreprise :

Excense

Mots-clés :

Présentation de Contenus Marketing

Solution :

Excense a créé un nouveau standard de présentation sur écran tactile utilisé quotidiennement sur les chaînes France Info TV et France 2. Grâce à sa solution logicielle le Compositeur Digital, Excense permet aux entreprises de réaliser des présentations marketing et commerciales plus convaincantes, plus efficaces et plus humaines. L'expérience Excense se vit aussi bien en face à face qu'à distance.

Cible :

Entreprises de tous secteurs réalisant des ventes en B2B ou sur usages collaboratifs

Nom du dirigeant :

Valérie Benoit

DATAHOOK

Empowered segmentation

Nom de l'entreprise :

Datahook

Mots-clés :

Marketing automation, Marketing analytics

Solution :

Datahook est la solution SaaS qui permet de caler les actions marketing sur le comportement des clients dans le temps : pour cela, elle segmente votre base clients de manière dynamique, et injecte les segments mis à jour en continu dans votre outil de CRM ou de campagnes, pour une activabilité 100% opérationnelle.

Les organisations marketing qui utilisent Datahook animent spécifiquement chacun de leurs segments de clients, sans effort ni bagage technique : leurs clients fidèles, les fragiles, les digitaux, ceux à potentiels, ceux appétents à leurs nouveaux produits, leurs anciens clients partis / revenus, etc. Il en ressort une efficacité redoutable des actions marketing : les résultats obtenus vont de 800% sur le ROI des campagnes, à +200% des objectifs réalisés sur le retour des clients post-confinement, et jusqu'à des poches de valeur à +12M€ de CA. En B2B, et en B2C.

Vos données sont de mauvaise qualité ? Vous n'avez pas la vision client 360 ? Votre connaissance client est insuffisante ? Le module « Data Improvement » de Datahook assure la réconciliation de vos données clients multicanales, leur mise en qualité, et leur enrichissement par les données de l'Open Data.

Nous sommes lauréat 2020 "Meilleure Entreprise Innovante" BPIFrance.

Cible :

Notre solution s'adresse aux entreprises qui ont assez de clients pour se doter d'une direction marketing. Nous adressons aussi bien les entreprises B2C que B2B. Nous comptons déjà parmi nos clients des grands groupes comme Best

Nom du dirigeant :

Elodie Vaillant

hubstairs

Nom de l'entreprise :

Hubstairs

Mots-clés :

Content marketing, Marketing collaboratif

Solution :

Hubstairs is the Visual Content Creation Solution for all businesses

Creating visuals for your products has never been so simple.

hubstairs SaaS platform enables e-commerce and marketing teams to create, display and manage unlimited visual content in only a few clicks.

Create - Import product catalog, access product digital twin and create all your product visuals (packshots, 360, Inspiration, zoom)

Display - Print, publish your content anywhere (online, instore, catalog etc.)

Manage - Update, change, decline, improve and share your content

We automate visual content production to unleash creativity of the team.

Cible :

1-Home & Living: Furniture, Accessories, Appliances

2-Consumer Goods: Fresh Food, Food, Beverage, Grocery, Electronics, Household Essentials, Toys , Office

3-Costmetics: Personal care & Beauty

Nom du dirigeant :

Alexandre de Vigan



Nom de l'entreprise :

KMTX (Keymantics)

Mots-clés :

Marketing automation, Marketing analytics

Solution :

KMTX, l'adtech enregistrant la plus forte croissance en France, offre la solution publicitaire la plus avancée pour une approche scientifique et basée sur les données de la publicité programmatique.

Grâce à sa base de données sémantique permettant de cartographier le comportement des internautes, KMTX permet aux annonceurs de détecter et comprendre avec précision les intérêts et intentions des acheteurs à chaque étape de leur parcours d'achat pour définir les meilleures stratégies d'activations médias.

L'IA de Media Trading de KMTX optimise automatiquement et en temps réel l'achat publicitaire pour garantir à chaque moment de la campagne les meilleures performances. Cette approche permet de complètement éliminer l'intuition des décisions médias qui fait perdre des milliards de dollars en ROI aux annonceurs chaque année.

Avec plus de 120m de cookies en France et 1.5 milliards de pages vues analysées, KMTX possède la plus grande base de donnée sémantique conforme à la RGPD autour de la navigation des internautes pour permettre aux annonceurs de mieux comprendre et cibler la totalité des parcours d'achat.

KMTX fournit des outils d'analyses d'audiences, de ciblage par mots clés et d'automatisation d'achat qui repensent de bout en bout l'expertise média pour proposer une approche data-driven à la publicité digitale.

Leurs solutions permettent aux annonceurs d'obtenir un ROI de 50% à 150% plus important que les solutions des GAFA.

Cible :

KMTX travaille avec les annonceurs, les agences médias et les Directeurs Marketing.

Nom du dirigeant :

Arthur Querou



Nom de l'entreprise :

LeadSeed

Mots-clés :

Content marketing, Marketing collaboratif, Gestion de marketing en mode projet

Solution :

LeadSeed est à la fois une agence de conseil et une plateforme logicielle.

Nous sommes convaincus que la conversation de vente est un différentiateur dans vos campagnes de « Leadgen » marketing. LeadSeed aide à générer des leads hautement qualifiés et à détecter des projets. Utilisant une méthodologie de vente éprouvée SPIN & BANT, vous attirerez vos prospects soit :

- Dans une expérience digitale : Le prospect s'auto-interviewe à travers une conversation pertinente ; questionnement interactif et ponctuée par un document personnalisé en ligne
- Dans une expérience de guide de conversation pour vos vendeurs ; agents de développement des ventes-télémarketing et Inside sales, ponctué d'un rapport communicable pour le prospect/client.

Notre ADN : le « Give to Get » : Nous parlons vraiment de contenu, d'un contenu personnalisé correspondant à leurs besoins, qui résonne à leurs oreilles. Dès que le client commence à donner des détails sur sa situation, sa satisfaction ou sa dé-satisfaction par rapport au besoin implicite, il est temps de lui faire parvenir un rapport contenant des informations personnalisées de haute qualité.

Nous observons un engagement supérieur de + 30% par rapport à des assets marketing traditionnels (statiques et sans personnalisation).

Interactivité digitale, Personnalisation, Give2Get.

Cible :

Les grandes entreprises dans les secteurs de la technologie IT.

Nom du dirigeant :

Olivier Hemmer

PITCHBOY

Nom de l'entreprise :

Pitchboy

Mots-clés :

Content marketing, Marketing analytics

Solution :

PITCHBOY révolutionne l'expérience client en proposant de vivre des situations digitale au plus proche du réel. Grâce à sa technologie de reconnaissance vocale et d'analyse du langage, la solution vous permet de transporter votre client et de lui faire vivre une expérience dans votre univers.

Cible :

Toutes entreprises souhaitant mettre en avant un produit/service, faire vivre une expérience à leur clients/collaborateurs ou leurs faire découvrir un lieu. N'importe qui peut initier une discussion avec l'intelligence artificielle de Pitchboy qui transportera votre interlocuteur là où vous le souhaitez.

Nom du dirigeant :

Homéric de Sarthe



Nom de l'entreprise :

Popsell

Mots-clés :

Modèle de vente C2C

Solution :

Popsell est une application personnalisable par marque, qui permet de créer un nouveau canal de vente digital en C2C (consumer to consumer). Le consommateur vend ses produits préférés à ses amis via l'application et ses réseaux sociaux, et il est commissionné à chaque vente.

Cible :

Des entreprises B2C et B2B

Nom du dirigeant :

Alric Nicol



SPEEDIANET

Nom de l'entreprise :

Speedianet

Mots-clés :

Marketing automation, Content marketing, Marketing analytics, Intelligence artificielle

Solution :

Notre solution en mode SAAS :

- 1/ détecte l'initiative d'intelligence artificielle la plus pertinente à déployer au sein de votre service marketing grâce à un diagnostic de performance en ligne
- 2/ Sélectionne grâce à un moteur de recherche intelligent la solution du marché la plus adaptée à votre secteur d'activités parmi un catalogue vivant de +200 éditeurs d'IA
- 3/ Augmente votre compétitivité via le déploiement de cette solution d'IA dont les bénéfices peuvent renforcer la différenciation et la personnalisation des offres, les prévisions des ventes, la fidélisation ou encore la qualité du service client.

Cible :

Tous types d'entreprises : CAC 40, ETI, PME - tous secteurs d'activités à partir du moment où l'entreprise a des données digitalisées disponibles.

Nom du dirigeant :

Sylvie Simon

Partenaires

EPOKA

Epoka, l'agence de communication corporate, RH et BtoB.

Le monde est devenu complexe, les entreprises sont en mutation permanente et le temps compacte tout. Pour faire face à l'effervescence de notre époque, nous aidons les entreprises à reprendre le contrôle du temps dans l'objectif d'être la bonne entreprise avec le bon discours, à chaque public, à chaque instant et chaque media. Nous développons des stratégies et des marques autour des problématiques corporate, RH et BtoB. Nos clients sont des entreprises (de toutes tailles), des institutions, des écoles et des start-up autour des problématiques d'information, d'adhésion, de recrutement, acquisition, d'engagement...

En 2019, Epoka va accompagner près de 300 clients pour un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros et 200 collaborateurs. L'agence est dirigée par Mathieu Gabai et Manuel Lagny. Epoka est présente dans plus de 40 pays au travers de ses différents réseaux internationaux d'agences engagées, agiles et indépendantes.

www.epoka.fr



Le CMIT est le Club des marketeurs de la Tech. Fondé en 2003, il réunit plus de cent adhérents autour de préoccupations plutôt B2B. Sa mission est de promouvoir la valeur et la contribution des métiers du marketing et de la communication au sein de son écosystème. Le Club accélère la circulation des idées et des savoirs notamment au travers de formations, de conférences et d'échanges de bonnes pratiques. Il favorise de nouvelles opportunités business pour l'entreprise au travers d'innovations marketing et communication.

<https://cmit.fr/>

DIGITAL CMO

DigitalCMO le média & études des tendances tech dans le marketing

Sur le plan éditorial DigitalCMO mixe l'information technologique, l'analyse du secteur digital et le décryptage des évolutions de l'automatisation et de la digitalisation des fonctions commerciales et marketing. Sans oublier l'analyse de la transformation digitale des entreprises grâce aux nouvelles technologies. Sur le plan des services nous proposons sur nos bases contact (25 000 contacts) ou celles de nos partenaires des services de qualification ABM, des sondages qualifiants et des études digitales et téléphoniques sur les tendances des projets des CMO en France.

digitalcmo.fr