



Lancement de BeOp : La solution qui transforme la publicité en conversation

De l'Adtech à la ComTech, la solution bousculent le marché

Paris, Octobre 2018 - Alors que le marché publicitaire digital est en profonde mutation depuis 10 ans, des pointures chevronnées du secteur lancent BeOp.

La mission de BeOp : reconstruire un environnement publicitaire sain et agréable pour l'utilisateur, efficace pour l'annonceur et rémunérateur pour l'éditeur. BeOp reconsidère les mécanismes du contenu afin de reproduire les mêmes effets que la publicité, sans ses ressorts actuels. Désormais active sur plus de 90 marques médias premium, dans tous contextes éditoriaux (*Les Echos, Le Monde, Grazia, AutoPlus, Forbes, Les Numériques ou encore Challenges...*), BeOp ouvre aujourd'hui aux annonceurs sa solution publicitaire de création de contenus conversationnels.

La conversation est la plus efficace des publicités

En créant des modules conversationnels, BeOp permet l'interaction avec les lecteurs et ainsi une meilleure mémorisation des messages. Placées à la fin d'un article ou directement sur un site annonceur, les conversations publicitaires BeOp sont toujours en lien avec le contenu éditorial et interviennent lorsque l'utilisateur se sent disponible, permettant ainsi aux éditeurs ou aux annonceurs d'entamer une conversation avec l'utilisateur au moment le plus opportun.

Cette nouvelle méthode conversationnelle permet à BeOp d'observer des performances hors-normes :

- **34 secondes de temps passé sur la conversation BeOp** - En moyenne 6 fois plus de temps que sur des publicités vidéo sur Facebook
- **Plus de 1% de taux de clics** - En moyenne 10 fois plus que sur des formats display classiques
- **78% de taux de complétion** - En moyenne 2 fois plus que sur des formats vidéo skippables

« Google, Facebook et Amazon sont les trois plus grands réseaux publicitaires mondiaux et ont un positionnement bien défini. Google sait ce que vous cherchez. Facebook sait qui vous êtes et Amazon sait que ce que vous achetez. Demain, BeOp saura sur quoi vous voulez converser. » **explique Nicolas Sadki, co-fondateur de BeOp.**



Contact presse
 La Nouvelle Agence – Océane Simon
oceane@lanouvelle-agence.com
 01 83 81 76 81

Forbes | Les Plus Riches | Opportunités | Guides | Tendances | Intelligence Artificielle | Recherche | Abonnements

Home | Technologie | Entrepreneurs | Management | Finance | Santé | Éducation | L'Asie | France | Forêts | Forêts France | Vidéo | Forêts France

Entrepreneurs / #vacances

Les Entrepreneurs Déconnectent-ils Assez En Vacances ?

André Chabal, Auteur
 Spécialiste de la stratégie Management / Entrepreneurs / Forêts France

14/07/2018




À la veille du 14 juillet et des grands sports, une étude menée par le cabinet d'expertise comptable Wity et Oqpa montre que 80% des entrepreneurs français prennent des congés. Des vacances qui ne vont pas forcément de pair avec la déconnexion. En effet, seulement 8% des entrepreneurs interrogés déclarent ne pas consulter leurs courriels pendant la coupure estivale. Le droit à la déconnexion est pourtant inscrit dans la loi depuis 2016.

Plage ou montagne, France ou étranger. Les entrepreneurs vont-ils partir en vacances cet été ? Oui, à 80% selon un sondage Wity-Oqpa réalisé auprès de 135 000 entreprises françaises (des commerçants et artisans, des patrons de petites et grandes sociétés).

Dans le détail, 63% des chefs d'entreprise ne partent pas plus de deux semaines, et seulement 12% font une coupure estivale de plus de trois semaines.

Des chiffres qui diffèrent légèrement par rapport à une étude Visagymix menée l'an passé auprès des chefs de petites et micro entreprises. Seulement 40% de ces patrons indiquaient prendre des vacances d'une période supérieure ou égale à huit jours. Et 12% affirmant qu'ils ne prendraient pas du tout de vacances.

Le sondage Wity-Oqpa de 2018 montre que 26% des patrons préparent leur séjour à la dernière minute. Trop occupés pour programmer leurs vacances ? C'est destinations, l'étranger est privilégié par 52% des patrons, avec l'Espagne en tête (48%), puis l'Asie (29%) et l'Amérique du Nord (14%). Quant aux activités, ils privilégient la détente et la "touristique" (73%), les visites culturelles (28%), les activités sportives (48%) et la randonnée (41%).

Déconnecter un peu, beaucoup ?

Si la nuit une pause, seulement 8% des répondants déclarent ne pas consulter leurs courriels durant leurs vacances et 33% ne pas appeler leurs équipes, 2% ne décrochent pas du tout et comptent appeler leurs équipes deux à trois fois par jour. Ils consultent, grâce à différents outils, leur plateau-forme de gestion d'activités (25%), leur banque (25%) et leur messagerie professionnelle (29%).

Attention, ne pas déconnecter peut être la source de multiples problèmes. L'étude Visagymix de l'an passé montrait ainsi que 39% des entrepreneurs avouaient avoir déjà souffert de troubles du sommeil en raison de leur activité et 37% ont vu leur niveau d'anxiété augmenter. Un stress qui se répercute sur l'entreprise : 39% des entrepreneurs constatent alors une dégradation de leur vie de famille.

Petit conseil avant de boucler vos vacances : deux semaines consécutives seraient le minimum pour un repos digne de ce nom. Pas de blues de la rentrée chez les entrepreneurs qui sont 26% absolument contents de reprendre le chemin du travail, et 22% un peu contents.

Assurances

Pensez votre lundi, Assurances, vous offre la même nuit : Avec qui partez-vous ?

Ma famille

Mon entreprise

Mes collègues / Mes collègues

Vous avez aimé cet article ? Likez Forbes sur Facebook.

Abonnez-vous au magazine et découvrez chaque trimestre :

- Des dossiers et analyses exclusifs sur des stratégies d'investissement
- Des témoignages et interviews de stars de l'entrepreneuriat
- Des recommandations de livres et d'ouvrages d'affaires
- Nos sélections d'objets
- Et de nombreux autres avantages

1 an, 4 numéros 139 €

Challenge's

ENTREPRISE | ÉCONOMIE | POLITIQUE | MONDE | MÉDIAS | TECH | AUTO | EMPLOI | PATRIMOINE | LUXE | FEMMES


FRANCE | FINANCE ET MARCHÉS | START-UP | TRIMOBILITÉ | VIE DE BUREAU | CINÉMA | VIE PRATIQUE | LIFESTYLE | VIDÉOS

SOMMET START-UP À LILLE | MONDIAL 2018 | CLUB ENTREPRENEURS | LES CLÉS DE DEMAIN | LE LAB/SANTÉ

Actualités | TOP NEWS

La France se qualifie pour la finale de la Coupe du monde de football

Par Reuters le 10.07.2018 à 22h08



La France s'est qualifiée mardi en finale de la Coupe du monde de football en battant à Saint-Petersbourg 1-0 une équipe de Belgique qui s'est accrochée jusqu'au bout. /Photo prise le 10 juillet 2018. REUTERS/Action Images © ANTON NIKANDROV

Saint-Petersbourg (Russie) - La France s'est qualifiée mardi en finale de la Coupe du monde de football en battant à Saint-Petersbourg 1-0 une équipe de Belgique qui s'est accrochée jusqu'au bout.

L'équipe de France, maintenue à la première mi-temps, a profité d'un corner pour ouvrir le score par une tête de Samuel Umtiti à la 54e minute de jeu. Les joueurs de Didier Deschamps ont résisté aux redoutables attaques d'Eden Hazard.

Emmanuel Macron assistant à la demi-finale dans les tribunes du stade. Selon ses entourage, il devrait assister également à la finale, dimanche, "sauf événement (en empêchant)".

Les Bleus affronteront alors le vainqueur de l'autre demi-finale, qui opposera mercredi à Moscou l'Angleterre à la Croatie.


La dernière finale à laquelle la France avait participé, en 2006, s'était soldée sur un carton rouge infligé à Zinedine Zidane et par une défaite face à l'Italie.

Une foule en liesse a envahi les Champs-Élysées mardi soir après le coup de sifflet final.

(Claudine Paillet, édité par Eric Filye)

Coca Cola

Quel est votre joueur de l'équipe de France préférée ?



Medias

Entre excentriques et caprices, la France a vu rêver des tycoons

Google dope ses appareils à l'intelligence artificielle

Finance et marchés

Les nouvelles méthodes des banques pour recruter

Coup de froid sur les Bourses mondiales

Tous les articles Finance et Marchés

Bande-annonce Le Bureau des Légendes (saison 3)

A propos de BeOp

Grâce à une levée de fond de 2,8 millions d'euros (par les fondateurs et des business angels du secteur des médias et de la publicité) et près de deux ans de R&D autour de la création de la technologie, BeOp est une technologie "world class" de content serving contextuelle et est constituée d'un réseau d'éditeurs premium. BeOp s'est lancé auprès des éditeurs en 2016 et en 2018 auprès des annonceurs. Issue de la collaboration de plusieurs noms de la publicité, BeOp regroupe Julien Leroy (Advideum), Philippe Besnard (Quantum Advertising), Pierre Danon (SoLocal), Alexandre Crazeover (Datawords), Nicolas Sadki (Teads), Louis Prunel & Martin Comar (Advideum, Welcoming, P comme performance), Olivier Poitrey (Dailymotion), Sylvain Eche (Social Moove), Jonathan Vidor (JV Web) et Oualid Barouchi (PRM Factory).