

HUBTALK Grande Consommation

Sauver le marketing digital dans un monde cookieless : quelle stratégie mettre en place ?

Jeudi 14 avril 2022

En partenariat avec :



HUBTALK Grande Consommation

Sauver le marketing digital dans un monde cookieless : quelle stratégie mettre en place ?

Jeudi 14 avril 2022

En partenariat avec :



Votre host pour cet événement



GUILHEM CADORET
Senior Content Manager
HUB INSTITUTE



SUSTAINABLE
& INCLUSIVE
TRANSITION



+ de 100 événements

organisés par an, online ou offline
(Webinar, conférences, Learning Expeditions...)



15 Rapports annuels



600 articles de tendances chaque année

(Livres blancs, interviews...)

UN ÉCOSYSTÈME DE MEMBRES

ENGAGÉ À L'ANNÉE AVEC LES CONTENUS, FORUMS & ACTIVITÉS DU HUB INSTITUTE

Biens de consommation

Mode, Luxe & Beauté



Retail



Agroalimentaire & Co.

Acteurs financiers

Banque & Finance



Assurance & Mutuelle



Media

Médias & Agences



Infrastructure

Aménagement urbain



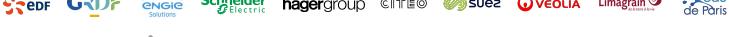
Centres commerciaux



Energies & Environnement



Voyage & Hôtellerie



Opérateur OEM

Mobilité & Logistique



Télécom & hardware



Equipementiers

Autres acteurs

Gouvernement



Santé

Solutions

Software & SaaS



LANCEMENT 2022



INSTITUTE

MEMBERSHIP

SUISSE

En collaboration avec **COMINMAG.CH**



LA CRÉATION D'UN COMPTE SUR L'ESPACE MEMBRE



DES RAPPORTS DE TENDANCES RICHES EN INSIGHTS



DES ÉVÉNEMENTS À PARIS, EN SUISSE & EN LIGNE

LES HUBTALK 2022 : INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT !

Par secteurs :

BANQUE & ASSURANCE

LUXE, MODE & BEAUTÉ

GRANDE CONSOMMATION

SANTÉ & MUTUELLE

TRAVEL & HOSPITALITY

INDUSTRY 4.0

Par verticales métiers :

MARKETING, DATA, CRM

MARKETING B2B

RH & MANAGEMENT

SUPPLY CHAIN





Maison de la Mutualité, Paris 5e

DATA & AI FOR BUSINESS

Mardi 17 & Mercredi 18 mai 2022

INSCRIPTION

DEVENIR PARTENAIRE



2

JOURS POUR ÉCHANGER



1500

DÉCIDEURS



15

MASTERCLASS



50

BUSINESS CASES

2022



NOTRE PROCHAIN RENDEZ-VOUS

Retail & E-commerce

HUB talk

RETAIL & E-COMMERCE

JUIN 2022

• Priorité Membres

HUBTALK DIGITAL BUSINESS ECOMMERCE

Social commerce : des communautés d'amis aux communautés de consommateurs

Jeudi 30 juin 2022
9h00 - 12h00
HUB LAB, Paris & En ligne



SAVE THE DATE !



NOTRE PROCHAIN RENDEZ-VOUS

Grande Consommation



The poster features a background image of various fruits and vegetables. In the top left corner, there's a small logo for "HUB talk". The main title "GRANDE CONSOMMATION" is in large, bold, white capital letters. Below it, a red box contains the date "SEPTEMBRE 2022". On the left side, there's a white sidebar with several categories listed in black boxes: "Priorité Membres", "HUBTALK", "DIGITAL BUSINESS", and "GRANDE CONSOMMATION". At the bottom, there's descriptive text in French: "Grande Consommation", "Jeudi 22 septembre 2022", "9h00 - 12h00", and "HUB LAB, Paris & En ligne".



SAVE THE DATE !



**VIVATECH
EXPLORER
TOUR**

VIVATECH EXPLORER TOUR 2022

Get the most out of your VIVATECH experience

With a **personalized** tour of the show floor, led by HUB Institute experts.

15 - 18 june 2022

REPORTS : DES INSIGHTS AU PLUS PRÈS DE VOS ENJEUX



Posez vos questions !



Présentations accessibles
aux membres



Replay disponible

Chat Questions Sondages

M Agnès Mascla 11:01
Bonjour à toutes et à tous !

SP Sophie Provost 11:01
Bonjour !

CC Cecile Coutheillas 11:01
Bonjour !

I Peggy Vaugard 11:02
Bonjour à tous ! 😊

MC Maxime Caufment 11:02
Bonjour à tous

IC Isabelle Chetrit 11:02
Bonjour

R Rémy Daffix 11:02
Bonjour à tous 😊

PL Patrice Laubignat 11:02
bonjour à tous !

C Christel Capella 11:02
Bonjour à tous

XR Xavier Rouzier 11:03
Hello à toutes et tous ! 🙋‍♂️😊

Entrez votre message...

Appuyez sur entrée pour envoyer votre message

VOS INTERVENANTS



GUILLAUME ARTHUR
Sales Specialist Digital Experience
ADOB



BENOIT GOURDON
Président EMEA
BOTIFY



CAROLINE NOTTER
Head of Sales Europe du Sud
ASANA



JEAN-FRANÇOIS ROUSSEAU
Directeur commercial
INFINITY ADVERTISING



JACQUES-ÉDOUARD SABATIER
CEO & Co-Founder
JOW



SONIA DAHECH
Directrice CRM & Data Omnicanal
BUT



ROLAND KOLTCHAKIAN
Customer Experience Specialist
ORACLE



MARION ROGER
Directrice Commercial
CAJOO



MARTIN FEBVRE
Senior Sales Executive
AKENEO



CLÉMENT POYADE
Co-Fondateur
YENCY

Réagissez en temps réel !



#HUBTALK

WIFI : HUB VISITEUR
MDP : 0102030405

[Opening Keynote]

Quick Commerce : Un nouveau modèle de consommation



GUILHEM CADORET
Senior Content Manager
HUB INSTITUTE

[Opening Keynote]

Quick Commerce : Un nouveau modèle de consommation



GUILHEM CADORET
Senior Content Manager
HUB INSTITUTE

[ICEBREAKING]

Nom, poste, entreprise

Vos enjeux !

La fin des cookies tiers, une opportunité pour les marques, une aubaine pour les clients.



GUILLAUME ARTHUR
Sales Specialist Digital Experience
ADOBE

Investir dans le SEO pour faire face à la concurrence et booster l'acquisition clients



BENOIT GOURDON
Président EMEA
BOTIFY

Le référencement naturel, pilier du marketing digital et canal d'acquisition le plus rentable

HUBTALK Grande Consommation - 14/04/22



Benoit Gourdon

Président EMEA

botify

Les entreprises sont obligées d'accélérer leur transformation digitale

↗ 15,1%

Du secteur du e-commerce en France sur l'année dépassant les 129 milliards d'euros en 2021

↗ 53%

Du trafic Google entre 2019 et 2012

↗ 11%

Du nombre de sites de e-commerce en un an

60%

Du trafic en ligne provient du référencement naturel

Le référencement naturel est essentiel.



83%

des acheteurs **font des recherches avant d'acheter en ligne et en magasin**



1 / 3

des **conversions** viennent du référencement naturel. Le SEO contribue à plus de ventes.



20%

des clics non-branded provenant du SEO **mènent à une visite en magasin (Drive to Store)***

Sur le mobile, la compétition se joue sur les 3 premières positions

75%

du trafic vient du mobile*

80%

des utilisateurs ignorent les paid ads

Top 3

SEO nécessaire pour être visible



Le SEO n'est structurellement pas impacté par la fin des cookies tiers



Fin progressive des cookies tiers



96% des utilisateurs d'iPhone ont refusé le tracking des applications*



Volatilité et portée limitée des canaux payants.

*depuis le lancement d'iOS 14.5

Le ROI du Paid se réduit

Augmentation des coûts de publicité entre 2020 et 2021

+ 108%

Google

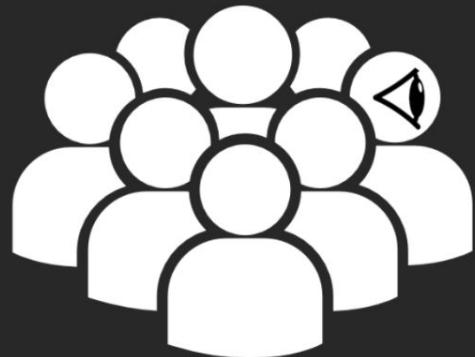
+ 89%

facebook

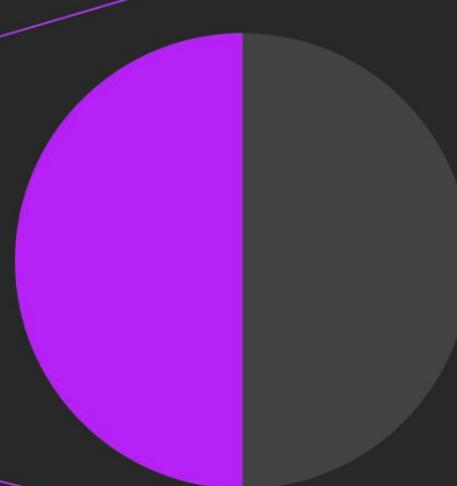
Le référencement naturel maximise le ROI du paid

50%

seulement de votre site est visible par vos consommateurs dans les moteurs de recherche



VOS CLIENTS



VOTRE SITE
www

Le SEO, la discipline qui ne dort jamais

**1 mise à jour majeure
par mois de Google en
moyenne**

**Les modalités de
classement changent
en permanence**

**Les moteurs de
recherche ne peuvent
pas indexer tout le web**

La méthodologie Botify pour transformer le SEO en un canal pilotable

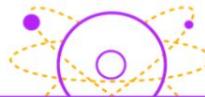
Analyser



Botify Analytics

Comprendre
la situation

Décider



Botify Intelligence

Identifier les impacts sur
le chiffre d'affaires

Automatiser



Botify Activation

Implémenter
la solution plus vite

Use Case Grande Distribution

Profil de l'entreprise



Groupe français de la grande distribution

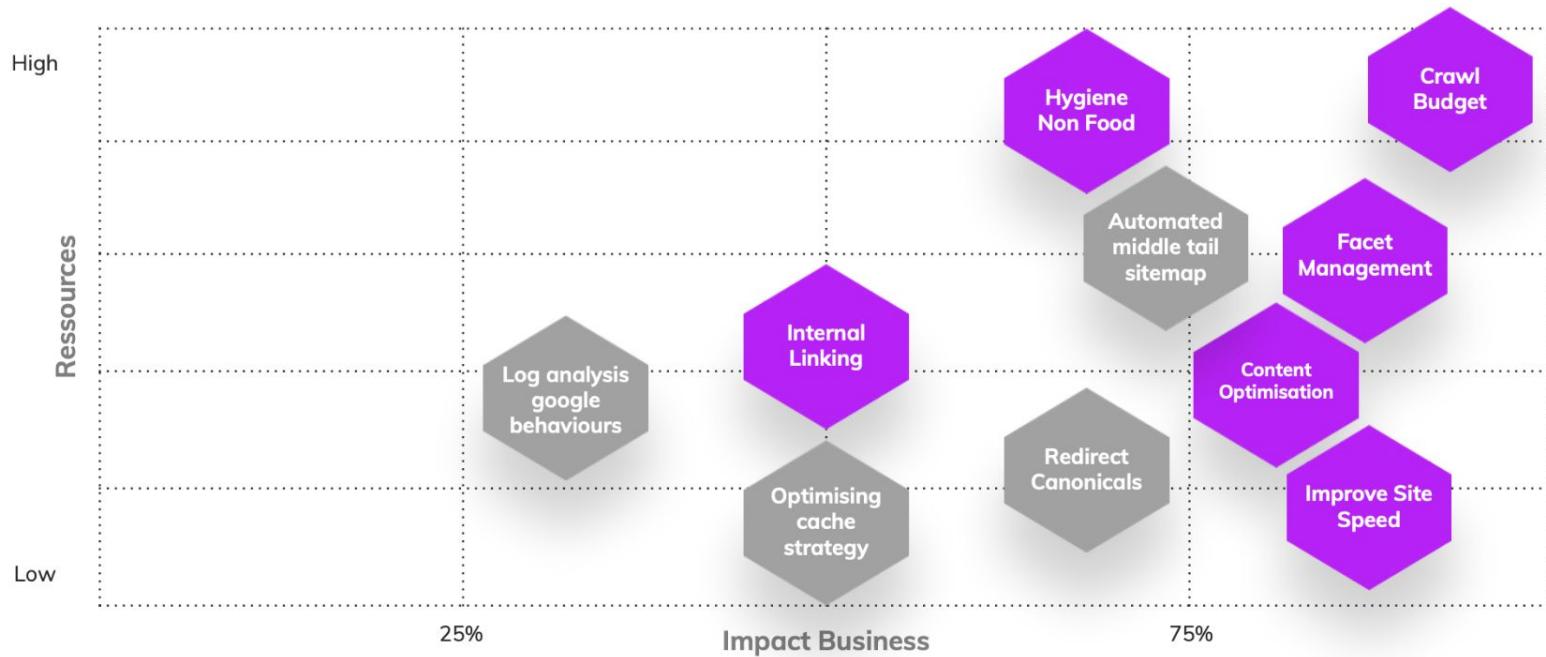


Site web à forte volumétrie

Problématiques

- Forte concurrence, notamment Food & Non-Food
- Sites à forte volumétrie, pages produits peu visibles de Google
- Gestion de la navigation à facettes
- Pilotage du SEO en interne

Matrice de priorisation des actions à mener



Les facettes, une problématique récurrente du secteur

1M de produits

mais Google voit

+40M de pages

La combinaison des options multiplient le nombre d'URLs



Exemple de filtres sur une page de catégorie de produits.

Les facettes, une problématique récurrente du secteur

1M de produits

mais Google voit

+40M de pages

Comment faire pour que Google passe plus de temps à visiter mes pages produits ?

- Focus sur le **SEO technique** pour restructurer le site
- La collaboration avec Botify a permis de nettoyer le site

Des premiers résultats prometteurs

- ★ Augmentation de **110%** du nombre de pages produit crawlées par Google
- ★ Équipes de la chaîne de production sensibilisées et formées aux enjeux SEO

En 2022, la grande distribution ne peut pas se priver de SEO

Le SEO est une compétition

si vous n'êtes pas dans les premiers pas de visibilité

SEO = 1ère étape du parcours client +Revenus

Canal clé pour l'acquisition et la fidélisation clients

L'automatisation est clé
pour identifier les opportunités et accélérer l'implémentation des solutions



Merci !



Benoit Gourdon

Président EMEA

Pour plus d'informations :

benoit@botify.com
www.botify.com

botify

Investir dans le SEO pour faire face à la concurrence et booster l'acquisition clients



BENOIT GOURDON
Président EMEA
BOTIFY

Comment répondre aux enjeux de la grande consommation en 2022 en améliorant les processus collaboratifs



CAROLINE NOTTER
Head of Sales Europe du Sud
ASANA

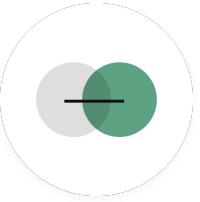






Devenir plus agile pour s'aligner
aux exigences des nouveaux
consommateurs





Casser les silos et adapter ses processus pour optimiser la transformation digitale

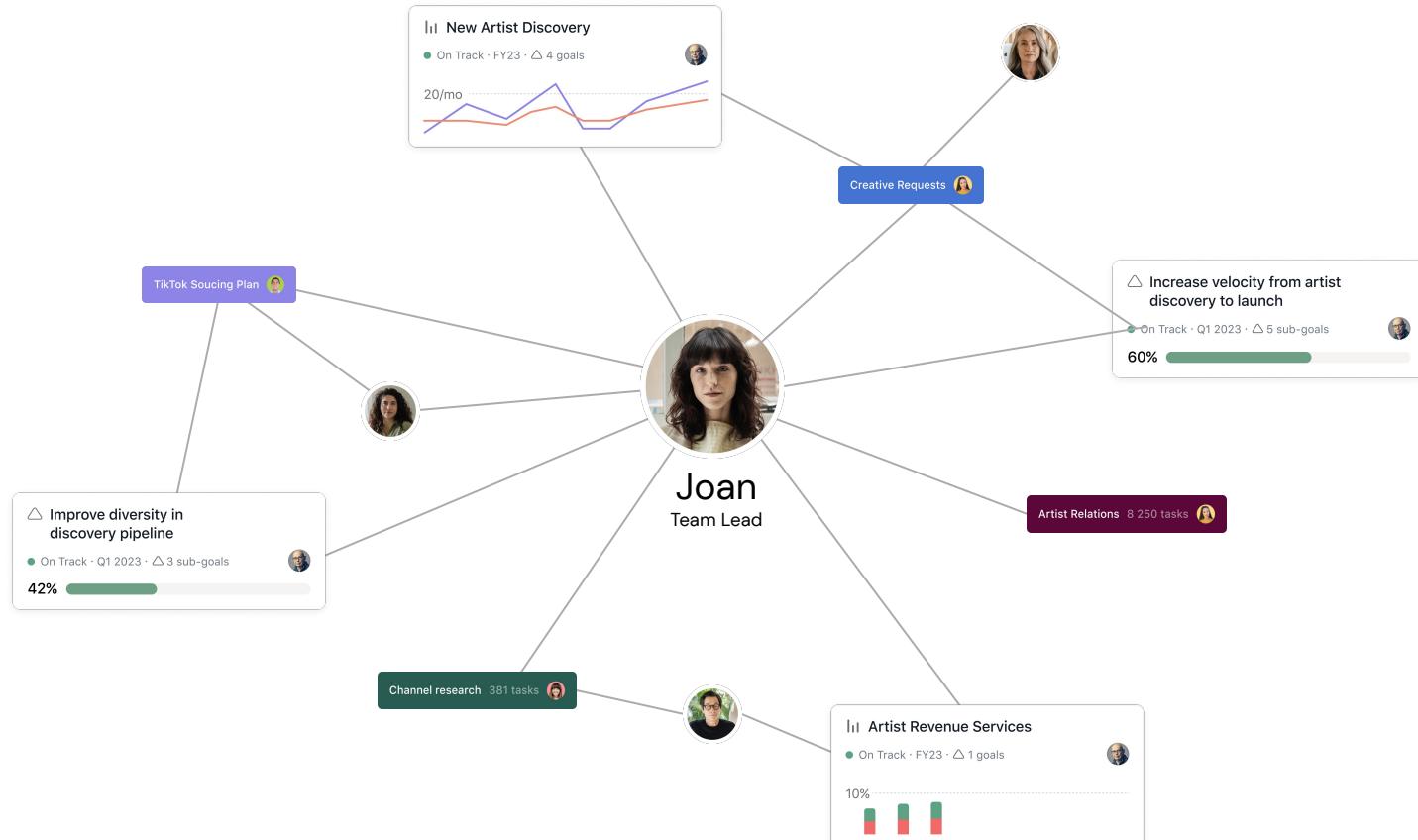




S'adapter au monde de demain et répondre aux nouvelles mutations



La collaboration au centre des organisations



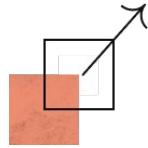
Des bénéfices mesurables

38 %



de temps en moins
consacré aux tâches
administratives

42 %



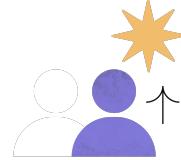
de temps gagné
sur l'exécution des
processus métier

34 %



de projets en plus
réalisés à temps

72 %



d'augmentation du
taux de satisfaction
des employés



Merci.

Comment répondre aux enjeux de la grande consommation en 2022 en améliorant les processus collaboratifs



CAROLINE NOTTER
Head of Sales Europe du Sud
ASANA

Comment Infinity Advertising accompagne Danone dans son activation data shopper et la mesure du ROAS sur YouTube sans cookies tiers ?



JEAN-FRANÇOIS ROUSSEAU
Directeur commercial
INFINITY ADVERTISING

Vers une nouvelle vision de l'expérience omnicanale et de la Customer centricity grâce aux Customer Data Platform : Le témoignage de BUT



SONIA DAHECH
Directrice CRM & Data Omnicanal
BUT



ROLAND KOLTCHAKIAN
Customer Experience Specialist
ORACLE

Quick commerce : comment mettre l'expérience produit au service des mobile shoppers



MARION ROGER
Directrice Commercial
CAJOO



MARTIN FEBVRE
Senior Sales Executive
AKENEO



Quick commerce : comment mettre l'expérience produit au service des mobile shoppers ?



Martin Febvre

Global Account Manager
AKENEON



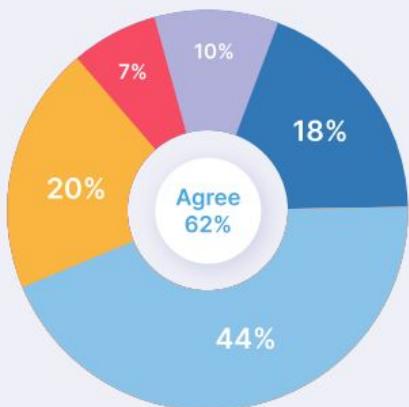
Marion Roger

Directrice Commerciale
CAJOO

La qualité de l'expérience produit a un impact direct sur l'acte d'achat



I would abandon buying a product / a brand due to a bad product information experience that I obtained from any source.

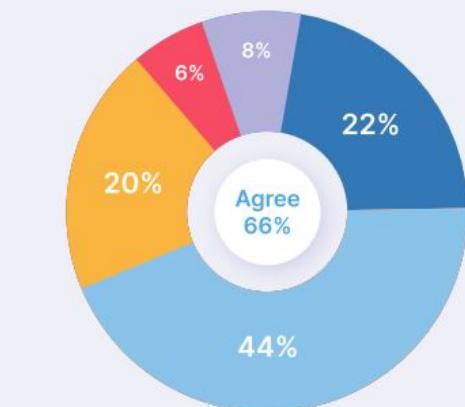


- Totally agree
- Somewhat agree
- Somewhat disagree
- Totally disagree
- Don't know

Base : all respondents (n=1,800)



I would cease buying a brand because I lost trust following a bad product information experience

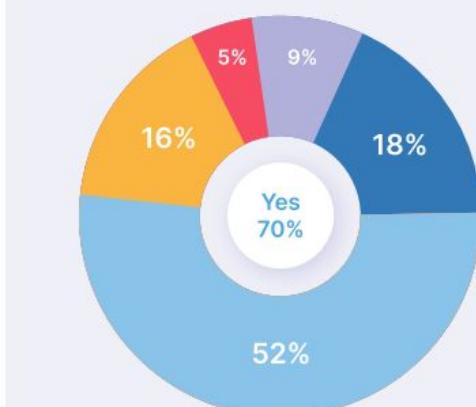


- Totally agree
- Somewhat agree
- Somewhat disagree
- Totally disagree
- Don't know

Base : all respondents (n=1,800)



And if a brand/retailer offers you a more exciting and compelling shopping experience, how likely would you be, to *become a loyal customer* of this brand/retailer?



- Yes, certainly
- Yes, probably
- No, probably not
- No, certainly not
- Don't know

Base : all respondents (n=1,800)

cajoo



Enjeux



Développer les ventes et le repeat en conseillant le client grâce à des informations claires et de qualité



Maîtriser les obligations réglementaires qui sont de plus en plus exigeantes



Optimiser la chaîne logistique et garantir la promesse de la livraison

3 conseils



Documenter !

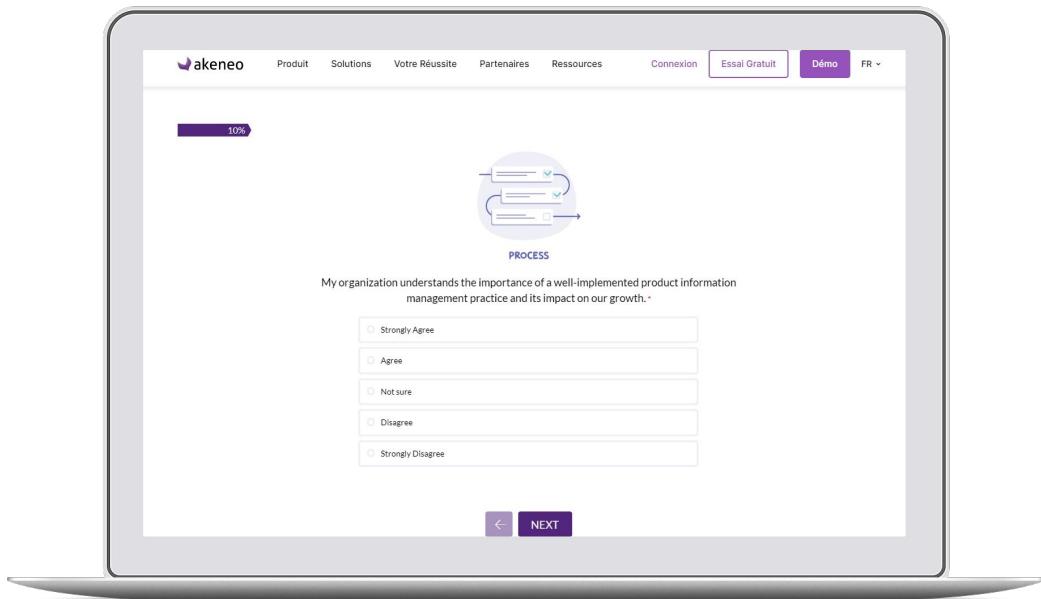


**Le bon niveau de
granularité !**



**Le bon outil pour
le métier !**

Evaluez votre maturité PXM !



Quick commerce : comment mettre l'expérience produit au service des mobile shoppers



MARION ROGER
Directrice Commercial
CAJOO



MARTIN FEBVRE
Senior Sales Executive
AKENEO

First Mile & Last mile.



JACQUES-ÉDOUARD
CEO & Co-Founder
JOW

Yency, le sucre en moins, le goût en plus.



CLÉMENT POYADE

Co-Fondateur

YENCY



L'alternative saine du petit-dej'
le sucre en moins, le goût en plus



2021, un chiffre d'affaires généré en fonds propres !

Début d'activité
Mai 2021

180K € HT CA

70% en ligne - 30% retail

20 000

produits vendus
Mai 21-Mar 22

4,2 € CAC

Avec 3.2k € budget
influenceurs, 1k € FB ads
et 0.7k € Google ads

Hectar

Intégration Hectar x
Station F

Let's get in touch

Construisons l'avenir de l'alimentation ensemble.



Clément Poyade

clement@yency.co

06 46 47 00 65



Yency, le sucre en moins, le goût en plus.



CLÉMENT POYADE

Co-Fondateur

YENCY



[TOUR DE TABLE]

Les thématiques abordées,
vos problématiques
quotidiennes

Quelles solutions ?

SESSION Q&A

Create a Healthcare platform : a new paradigm to transform the patient journey





Maison de la Mutualité, Paris 5e

DATA & AI FOR BUSINESS

Mardi 17 & Mercredi 18 mai 2022

INSCRIPTION

DEVENIR PARTENAIRE



2

JOURS POUR ÉCHANGER



1500

DÉCIDEURS



15

MASTERCLASS



50

BUSINESS CASES



NOTRE PROCHAIN RENDEZ-VOUS

Retail & E-commerce

HUB talk

RETAIL & E-COMMERCE

JUIN 2022

• Priorité Membres

HUBTALK DIGITAL BUSINESS ECOMMERCE

Social commerce : des communautés d'amis aux communautés de consommateurs

Jeudi 30 juin 2022
9h00 - 12h00
HUB LAB, Paris & En ligne



SAVE THE DATE !



NOTRE PROCHAIN RENDEZ-VOUS

Grande Consommation



The poster features a background image of various fruits and vegetables. In the top left corner, there's a small "HUB talk" logo. The main title "GRANDE CONSOMMATION" is in large, bold, white capital letters. Below it, a red box contains the date "SEPTEMBRE 2022". On the left side, there's a white sidebar with several categories in black boxes: "Priorité Membres", "HUTALK", "DIGITAL BUSINESS", and "GRANDE CONSOMMATION". At the bottom, there's descriptive text in French: "Grande Consommation", "Jeudi 22 septembre 2022", "9h00 - 12h00", and "HUB LAB, Paris & En ligne".



SAVE THE DATE !



**VIVATECH
EXPLORER
TOUR**

VIVATECH EXPLORER TOUR 2022

Get the most out of your VIVATECH experience

With a **personalized** tour of the show floor, led by HUB Institute experts.

15 - 18 june 2022

Merci à nos partenaires !

En partenariat avec :

