



BatiMédia

Une chaîne complète de communication digitale



Ce que nous faisons

Nous diffusons de l'information technique sur les produits et services du bâtiment auprès de l'ensemble des acteurs du bâtiment, prescripteurs et entreprises pour leur permettre de les choisir et de les intégrer à leurs projets.

Comment ? par une chaîne complète d'interaction avec nos abonnés, une information technique détaillée et de qualité obtenue auprès de nos partenaires sur leurs produits, leurs stratégies et leurs réalisations.

Notre dispositif multi-supports a été conçu pour nos abonnés s'améliorant au fil des années pour s'adapter aux technologies et à leurs besoins.

Il est ouvert librement à la fois aux entreprises et à nos abonnés.

Quels sont nos supports ?



Les objectifs que nous pouvons réaliser

Amener les prescripteurs et les entreprises à choisir vos produits ou services, grâce à vos contenus.

Avant toutes choses, et à tout moment, la démarche rédactionnelle va permettre de baliser le terrain pour votre entreprise, de disposer de beaucoup d'espace, librement, pour présenter vos réalisations, les spécifications techniques, le lancement d'un nouveau produit, les actions de RSE, de décarbonation.

Par la suite, en fonction de vos objectifs nous allons vous proposer de booster votre contenu pour développer votre notoriété, faire comprendre vos stratégies, identifier des contacts intéressants chez les prescripteurs, de réaliser des ventes en direct ou par l'intermédiaire de la distribution.

Stratégie rédactionnelle

Historiquement, BatiMédia a toujours été le fournisseur en informations techniques sur les produits et services du bâtiment pour la profession grâce notamment à l'armoire à docs (nous fournissons aux acteurs du bâtiment, les documentations papiers et catalogues de l'ensemble des industriels, par courrier, sous 24 heures.)

BatiMédia a été également la première entreprise à proposer un portail produit sur internet. En 2018, tournant total vers le web pour proposer plusieurs supports totalement libres et sans publicité, ouvert aux entreprises qui peuvent proposer leurs informations techniques et de réalisations et pour les acteurs du bâtiment d'y trouver les informations qu'ils recherchent et télécharger les documentations des industriels de façon anonyme ou pas.

Notre démarche tient compte de ces attentes, tant au niveau des industriels qu'au niveau des acteurs du bâtiment.

1. Nous nous intéressons principalement à de l'information technique sur les produits et services proposés et aux réalisations documentées techniquement.
2. Par définition, en dehors de nos magazines d'un côté Prescription batimedia (maitre d'œuvre, maitre d'ouvrage et collectivités) et de l'autre Entreprises batimedia (artisans, installateurs et entreprises du bâtiment) nous souhaitons que nos supports puissent reprendre l'ensemble des sujets liés à la construction et au bâtiment.
3. L'information va être reprise sur nos différents supports qui sont interconnectés (par exemple, un article va indiquer un lien sur la fiche produit ou proposer un contact, inversement sur la fiche produit certains liens seront mentionnés tels que les FDES, les modules BIM, les articles, un lien vers le site web ou vers une page spécifique-à partir d'un mot clé-. Ce travail est inclus dans la démarche de partenariat avec une entreprise pour laquelle nous allons mettre en lumière son information de façon à disposer ensuite d'une liste de lecteurs motivés (email au minimum mais la plupart du temps métier, nom de l'entreprise, adresse, téléphone).
4. En 2023, plusieurs nouvelles approches vont être mises en place :
 - a. Reportage sur un bâtiment proposé par un architecte avec focus sur les différents acteurs ayant participé, maitre d'ouvrage, architecte, bureau d'étude, entreprise et mise en avant de 2 ou 3 produits utilisé avec ses spécificités. Ces reportages nous seront proposés par l'architecte ou par les industriels. Nous pourrions également proposer des mises en œuvre des produits directement sur le chantier.
 - b. Interviews vidéo de prise de parole que nous rajouterons en tête des articles et/ou rubrique « 3 questions à ».
 - c. Suivi des normes régulièrement
 - d. Reprise d'informations provenant des observatoires de BatiEtude sur la construction neuve, la rénovation, la décarbonation, la végétalisation, les chauffe-eaux, les pompes à chaleur et la climatisation.
5. Et pour finir, il faut insister sur le fait que la mission première de BatiMédia est de permettre à ses clients de se développer et que notre démarche globale est de concevoir avec l'entreprise et ses conseils une stratégie globale de mise en avant de façon très personnalisée pour atteindre l'objectif précis (avec un suivi mensuel) qui est poursuivi.

Le marketing digital

1. L'ensemble de notre démarche est digitale, elle a pour objectif outre de mettre à disposition de nos abonnés une information produit, de faire émerger des contacts intéressants.
2. Le principe du marketing digital est que le message est personnalisé par rapport à la cible et/ou à son comportement ou profil et que grâce au marketing automatisé, il est possible de réagir de façon adaptée en fonction du comportement du lecteur et de la manifestation de son intérêt.
3. Nos personnalisations peuvent être extrêmement efficaces puisque nous allons construire une présentation différente en fonction de la personne, de son métier, de sa localisation géographique par exemple.
 - a. Ainsi, dans la revue de presse, le résumé de l'article et l'image peuvent être personnalisées
 - b. Pour l'armoire à docs, nous utilisons principalement le métier. Nous mettrons en avant les documentations en fonction de cela. Le deuxième intérêt est que la newsletter reçue va sembler beaucoup plus intéressante puisque ciblée.
4. Le marketing automation
 - a. Pour chaque contact identifié, des scénarios pourront être mis en place pour assurer un suivi immédiat après la manifestation de l'intérêt d'un contact.
 - i. Suite à un clic, envoi x jours après d'un email commercial sur le produit
 - ii. Le follow up par téléphone des lecteurs
 - b. Envoi d'emails de rappel aux lecteurs de la revue, des mags où nous mettrons en avant nos clients (avez-vous vu l'article x de notre client dans le mag par exemple)

L'armoire à docs, portail produit et services, newsletter et magazine

- c. Le constat
 - i. Il y a eu une évolution fondamentale ces dernières années, c'est que les entreprises ont investi dans leur site internet qui est en général très bien fait et qui propose de façon très updatée toutes les informations et les documentations sur les produits. Le recours à des portails produits pour avoir les documentations est donc moins indispensable.
 - ii. La mise à jour des fiches produits sur les différents portails prend beaucoup de temps aux équipes
- d. Notre idée pour 2023 pour nos clients
 - i. Nous présentons vos fiches produits à partir des données que vous nous proposez, de façon à avoir sur notre portail des présentations originales permettant un meilleur SEO. Nous pourrons faire également les mises à jour très rapidement à partir de vos alertes. Nos experts pourront également sélectionner des produits à intégrer dans l'armoire à docs dans la mesure où ils pourront intéresser nos abonnés.
 - ii. Nous allons connecter votre fiche produit avec l'écosystème du bâtiment de façon à donner au visiteur le plus d'informations :
 1. Fiches fdes
 2. Caractéristiques détaillées (Edibatec)
 3. Objet BIM
 4. Articles de presse ou d'informations
 5. Site internet
 6. Des liens vers des pages de votre site ou des landing pages
 7. Connection avec les distributeurs (fournir les adresses, envoyer le client directement sur la fiche produit sur le site de vente)
 8. Vidéos
 9. Prise de rdv ou demande de contact
 10. Prise de rdv pour une présentation en visio
 - iii. Donc la fiche produit devient la vedette et le pivot pour les entreprises qui mettent en place un partenariat avec nous.
- e. La diffusion se fera sur deux niveaux, un magazine trimestriel reprenant la liste des documentations pour lesquels les industriels souhaiteront acheter un espace et une newsletter « armoire à docs » envoyée tous les lundis à nos 150 000 abonnés qui reprendra d'une part l'accès au magazine « armoire à docs » et la mise en avant d'une ou de plusieurs documentations spécifiques. Une semaine après la diffusion, la liste des lecteurs sera envoyée à l'entreprise avec toutes les informations requises (email au minimum mais la plupart du temps métier, nom de l'entreprise, adresse, téléphone).

L'information avec batimédialive.com

Articles en ligne

BatiMédia live

SE CONNECTER
HOME
MONDIAL DU BÂTIMENT EN LIVE
MONDIAL DU BÂTIMENT 2022 +
RE 2020
ACTUALITÉ ENTREPRISES
NOMINATIONS
INNOVATIONS
OUTILLAGE
VIDÉOS ET TUTOS

Hoffmann certifie et valorise ses crédits carbone avec son partenaire Inuk

Innovation : dormakaba lance KTV Atrium Flex, les premières portes tournantes à propulsion électromagnétique directe

En plein cœur de Paris ,NEXITY et PERL transforment un parking silo en logements sociaux

Celsius Energy et VINCI Construction s'engagent pour accélérer la rénovation globale des bâtiments

Avec Equans Digital, la Région Ile-de-France accélère dans la digitalisation de l'action publique

Portail d'informations en continu

- f. La démarche information se base dans un premier temps autour de batimedialive.com, nous travaillons les informations envoyées par les agences de presse, par les entreprises ou collectées lors de nos rencontres avec vous.
- g. Mise en ligne régulière de plus de 5 articles par jour, diffusion également sur les réseaux sociaux avec comme perspective de développer fortement les communautés spécifiques.
- h. Sur 2022, 953 articles, 144 000 lecteurs, provenant pour moitié des moteurs de recherche et pour moitié suite à l'envoi de la revue de presse.

La revue de presse



- i. La revue de presse par email est diffusée deux fois par semaine. 4 à 8 articles sont repris, une belle image, un résumé complet ainsi le cliqueur, c'est-à-dire celui ou celle qui souhaite lire l'article en entier, représentera un intérêt commercial pour nos clients. Une entreprise sera présente dans la mesure où elle aura acheté un booster (ponctuellement ou par abonnement). Fichier lecteurs communiqué une semaine après la parution (email au minimum mais la plupart du temps métier, nom de l'entreprise, adresse, téléphone).
- j. Chaque article proposé par nos clients pourra disposer de liens comme indiqué plus haut (site internet, espace produit, fiche produit, accès à un distributeur, demande de rdv ou de visio, etc...). Ainsi de l'intérêt à l'action l'effort doit être minime.
- k. **Modèle de revue de presse** avec, le fil d'actu batimat, le push article, les magazines : https://batimedianews.com/news/20220705_revue.html
- l. Résultats (exemple de résultats obtenus)

	Nb	%
Nombre de courriels délivrés	137487	
Lecteurs uniques	11088	12,40
Nombre d'ouvertures	13206	10,41
Clics	1204	11%
Dont		
Lire et télécharger magazines	270	
Push article	243	
Fil d'actu	225	
Articles (4 entreprises)	209	

Nos magazines



- m. Deux magazines web principaux, Prescription batimedia et Entreprises batimedia dans lesquels nos clients pourront prendre des espaces
- Le point sur : 2 pages côte à côte, l'une avec la publicité, l'autre avec un article technique rédigé par vos responsables techniques qui apportent une information pointue sur les spécificités de vos produits ou services. Impact très fort car exclusif et disponible uniquement sur les magazines. Un push article sur notre revue de presse deux fois par semaine est inclus (le push article incite le lecteur de la revue à aller voir votre article et donc votre publicité mais nous permet d'identifier précisément les coordonnées du lecteur qui vient se rajouter au fichier des lecteurs qui vous est délivré.)
 - La page de publicité qui va accompagner un article repris à partir de batimedialive, ou d'un reportage spécifique et exclusif que nous ferons en lien avec votre entreprise.
 - L'info pro (¼ de page) qui met en avant un de vos produits avec un lien direct sur la fiche produit sur votre site internet ou sur nos espaces « armoire à docs ». Très utile pour faire le lien immédiat entre l'article et le produit.
 - L'email lecteur exclusivement réservé à nos annonceurs, sera envoyé à un lecteur du magazine 48 heures après sa première visite et aura pour objectif de l'inciter à lire les articles de nos clients ou voir leur publicité.
- n. Un sujet sur l'accessibilité universelle (pour l'instant non programmé)
- o. Batimaison est destiné aux particuliers constructeurs de maison individuelle ou rénovateur, un site et un guide téléchargeable.
- p. L'étude végétalisation des bâtiments va être disponible sous la forme d'un fascicule à télécharger par les mairies, les acteurs du bâtiment. Nous donnons la possibilité aux entreprises intéressées d'y inclure un article technique ou une page de publicité.
- q. L'étude décarbonation proposera la même démarche.

Et pour concrétiser l'intérêt du lecteur.rice,

- r. Aujourd'hui, l'objectif principal, au niveau commercial, n'est pas d'avoir du contact, mais des contacts utiles dans la mesure où les équipes des entreprises ne sont pas infinies et qu'elles sont quand même plus efficaces lorsqu'elles échangent avec des prospects ou des clients qui ont un projet.
- s. Nous pouvons donc proposer plusieurs actions (mixtes téléphone et online) pour aider les forces de vente.
 - i. Le follow up par téléphone : un appel à un lecteur pour lui délivrer un questionnaire de qualification sur sa situation et son projet. Très efficace et très rapide car permettant de battre le fer pendant qu'il est chaud.
 - ii. L'action de qualification : à partir d'un ciblage sur notre mégabase, nous allons systématiquement contacter l'ensemble de la cible pour :
 - Faire le repoussoir : tel ou tel ne peut pas être intéressé car il n'intervient pas sur le sujet
 - Découvrir le profil de façon à proposer une argumentation ciblée
 - Identifier des projets à travailler rapidement.

En marge de l'offre batimédia, nous vous rappelons l'offre de BatiEtude qui propose :

- t. Des observatoires : construction neuve, rénovation, sanitaire, végétalisation des bâtiments, décarbonation.
- u. Des études ad'hoc à la fois sur les acteurs du bâtiment et sur les clients finaux.

Exemple de stratégie d'action

Ces stratégies supposent la mise en place d'une démarche personnalisée, de reportages exclusifs, d'une réflexion sur la meilleure façon de présenter l'entreprise et ses produits. Il y aura également un travail de ciblage basé sur les informations dont nous disposons sur chacun de nos abonnés.

Création de trafic

- ✓ *Privilégier le flux vers vos sites internet*
- ✓ *Lien systématique sur tous vos articles*
- ✓ *Mots clés à l'intérieur des articles*
- ✓ *Lien de votre site web sur vos fiches produits*

Diffusion

- ✓ *Espace entreprise avec vos fiches produits et le téléchargement de vos documentations.*
- ✓ *La news armoire à docs, envoyée tous les lundis*
- ✓ *Marketing automation (par exemple un email est envoyé deux jours après à un cliqueur pour lui faire une offre spéciale)*
- ✓ *Espace produit repris dans le magazine catalogue armoire à docs*

Distribution

- ✓ *Aider à assurer le travail d'information et de formation*
- ✓ *Création de trafic sur des événements organisés par le fabricant*
- ✓ *Analyse des zones de chalandise*
- ✓ *Envoi de contacts*

Notoriété et contact

- ✓ *Diffusion de vos articles.*
- ✓ *Reprise dans la revue de presse*
- ✓ *Liste de vos lecteurs fournie*
- ✓ *Marketing automation*
- ✓ *Follow up par téléphone (un appel sera fait au lecteur pour lui demander s'il a apprécié l'article, l'information, s'il a un projet- livraison du contact complet dans la minute sur votre email)*

Exemple de programme

Très orienté information, expérience et contact très qualifiés

Marketing digital

Création et mise à jour de votre espace

Articles avec lien direct vers les documentations associées

Revue de presse, mise en avant de votre article une fois par mois

News armoire à docs qui présente votre espace et vos docs

Enews et Emails

E News dédiée : reprise des articles du trimestre armoires à docs, nouveautés. Une fois par trimestre

Emailing sur votre modèle avec ciblage

Marketing automatisé : Sur tous les cliqueurs, envoi d'une offre personnalisé suivant un timing précis

Publicité

Une page de publicité dans le Batimédia des prescripteurs et/ou dans le batimédia des entreprises. Une page par mois durant 10 mois

Le push article dans la revue de presse

Follow up par téléphone

Un appel téléphonique auprès de vos lecteurs pour assurer le suivi du contact et l'identification des projets

Tarif complet

la base de vos programmes personnalisés

L'armoire à Docs, la démarche produit/service		
Détail	Prix HT €	Descriptif
Espace entreprise	1000,00	Abonnement annuel Coordonnées, site web, contact Informations complémentaires (fdes, edibatec, bim, demande devis, prise rdv) 5 fiches produits incluses
Fiche produit en plus	200,00	
Slider sur home page	200,00	Par mois, gratuit avec une page de publicité
Espace dans la Newsletter « Armoire à docs »	50,00	Envoyée tous les lundis Filtrage et personnalisation Mise en avant de l'espace entreprise ou de 3 fiches produits
Magazine « Armoire à docs » le tarif est valable pour 3 mois		
2 pages	2000,00	Une page de publicité et une page de présentation des produits avec boutons actions
1 page	1000,00	Une page de publicité incluant la présentation d'un produit
Batimédialive.com et la revue de presse, l'info rédactionnelle		
Revue de presse		Envoyée tous les mardis et jeudis à 150 000 acteurs du bâtiment
Booster un article	200,00	Avec liste des lecteurs, possibilité de personnaliser les messages en fonction de la cible
Push article vers web mag	20,00	Avec liste des lecteurs
Marketing automation	100,00	Avec suivi
Emailing		
Newsletter dédiée (articles)	1500,00	Plusieurs articles sur votre entreprise diffusés sur batimédialive.com, votre espace entreprise, votre site internet, un texte d'incitation à l'action
Emailing (commercial)	1800,00	Sur modèle fourni par l'entreprise
Marketing automation	inclus	
Follow-up		
Par courriel	200,00	Forfait
Par téléphone	10,00	Par contact. Chaque lecteur est contacté par téléphone pour faire le point sur son besoin.
La publicité avec Prescription batimédia et Entreprises batimédia		
Info pro ¼ page	250,00	
½ page	500,00	
1 page	1000,00	Y compris 3eme et 4eme de couverture
Le point sur	2000,00	2 pages, une de publicité et la deuxième contenant un article technique rédigé par un manager technique de l'entreprise
Espaces sur page de couverture	250,00	3 espaces sur la page de couverture avec un avantage c'est que la couverture est mise en avant dans toutes nos publications
Page de couverture	3000,00	Première ou deuxième de couverture



37 Bis, rue du Général Leclerc 92130 Issy les Moulineaux

Téléphone : +33 970 407 007

Mail : m.soufir@batimedia.com

Site : <http://www.batimediamarketing.com>

Axiome Média