



Innovations en Mobile messaging : quelles exploitations en marketing client ?

* * *



Entreprise : numberly - Groupe 1000mercis
Période : idéalement avril **2019** – septembre **2020**
Lieu : 28 rue de Châteaudun, Paris 9e

Présentation de l'entreprise

1000mercis ? Des humains dans la data !

L'histoire commence dans une cuisine en 2000, puis c'est l'entrée en bourse, quelques acquisitions, une croissance à deux chiffres, et nous voici.

Pionnier du Data Marketing et expert reconnu en CRM digital et Display Programmatique, de la collecte de données à l'activation sur tous les supports digitaux (PC, tablettes, mobiles, iBeacon et objets connectés In-store). Nous concevons des dispositifs omnicanal (display, email, mobile, réseaux sociaux) et à fort ROI pour les annonceurs souhaitant optimiser leurs actions de conquête et de fidélisation.

1000mercis , c'est avant tout un environnement qui réunit les ingrédients de l'innovation. Aujourd'hui, nous sommes une équipe soudée de 500 collaborateurs opérant dans plus de 50 pays. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 58,7 millions d'euros en 2017. Présent aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, au Moyen Orient et en France. Coté sur Alternext, 1000mercis consacre plus de 10% de son chiffre d'affaires à la R&D en particulier dans le domaine du machine learning et a la qualification « Entreprise Innovante » de BPI France.

Thématique et descriptif du projet

La capacité des annonceurs à collecter la data client et à l'activer au service de la qualité de la relation est essentielle. Fort de cette conviction, nous accompagnons nos clients,

marques comme distributeurs, dans cette Data Battle par dispositifs innovants de collecte de données. Ces données permettent aux annonceurs de dialoguer avec leurs clients avec pertinence. Ce dialogue s'opère à travers un nombre croissant de canaux relationnels : offline, web et mobiles. Au sein de cet écosystème relationnel de plus en plus riche, le mobile joue un rôle central. Alors que le taux de pénétration des smartphones en France dépasse désormais les 75%, le Mobile messaging est en profonde mutation. Longtemps basé sur le SMS marketing et à la marge la push notification, le Mobile messaging constitue un terrain d'innovation inédit.

Parmi les innovations majeures sur le marché du mobile messaging citons : les messageries sur IP ou OTT (Over The Top) telles que WhatsApp ou Messenger, les agents conversationnels (Chatbots, Callbots...) et l'arrivée du RCS (Rich Communication Services) qui vise à remplacer le SMS par un format plus riche et plus interactif...

Bref, les usages en matière de messaging sur mobile sont à réinventer, notamment dans une logique d'intégration du mobile dans une stratégie de contact omni-canal, personnalisée et temps-réel. Cette mission s'inscrit dans ce cadre !

Profil(s) recherché(s)

Le projet est proposé idéalement à un binôme ingénieur et business school mais peut convenir à un seul étudiant ingénieur.