

Le Groupe Le Nouvel Observateur choisit IBM pour déployer sa stratégie digitale personnalisée

La solution cloud IBM Marketing Center, déployée par Micropole, permet au Groupe Le Nouvel Observateur d'avoir une vue à 360° de ses lecteurs et de leur proposer ainsi un contenu personnalisé en temps réel

Paris - 11 juil. 2013: IBM annonce que le Groupe Le Nouvel Observateur, éditeur du magazine du même nom ainsi que de Challenges, Sciences et Avenir et Rue89, a choisi la solution cloud IBM Marketing Center pour déployer sa stratégie CRM (Customer Relationship Management). Le groupe de presse, qui se place parmi les leaders du secteur sur le web et le mobile en France avec près de 8 millions de visiteurs uniques chaque mois*, souhaite s'appuyer sur une connaissance plus approfondie de chaque lecteur et internaute pour mieux comprendre ses centres d'intérêt afin de lui proposer des expériences de navigation personnalisées.

La solution retenue, IBM Marketing Center, lancée fin 2012, associe plusieurs fonctionnalités en un seul service :

- **Une fonctionnalité de Digital Marketing Optimization** : en fonction des articles consultés, des préférences des lecteurs et de leur comportement de navigation, la solution peut dresser de façon anonyme des profils précis de chaque internaute.
- **Une fonctionnalité de gestion de campagne multicanale personnalisée** : en reliant les profils comportementaux à la base des abonnés, IBM Marketing Center peut personnaliser, en temps réel, le contenu des sites web et mobiles mais aussi celui des newsletters et des différents messages, en fonction des centres d'intérêt des lecteurs.

Délivrée en mode cloud, cette solution peut être déployée rapidement et bénéficie d'une meilleure flexibilité avec un investissement de départ réduit. Micropole, partenaire IBM de longue date, a apporté son savoir-faire CRM en assurant le conseil en amont et l'intégration de la solution avec les systèmes du Groupe Le Nouvel Observateur.

« En misant sur le marketing digital personnalisé, le Groupe Le Nouvel Observateur souhaite conserver son avance sur le secteur de la presse magazine et continuer à gagner de nouvelles parts de marché sur le numérique » explique **Pascal Gaussen, directeur Smarter Commerce IBM France**. *« Nous sommes heureux de les accompagner pour relever ce défi et leur permettre d'offrir un meilleur service à leurs lecteurs. »*

« Avec IBM et Micropole, nous avons fait le choix de l'ambition et de l'innovation », déclare **Morvan Boury, directeur Marketing Digital du Groupe Le Nouvel Observateur**. *« Grâce aux fonctions avancées de cette nouvelle plateforme, nous sommes capables de comprendre les centres d'intérêt d'un internaute, sans pour autant connaître son identité, tout en apportant de nouveaux services à forte valeur ajoutée à nos abonnés. Plus généralement, ceci nous permet d'offrir à nos lecteurs la possibilité de bénéficier de contenus et de services personnalisés en temps réel. »*

* source : Médiamétrie NetRatings mai 2013.
