

Infuser une culture data et orientée consommateurs chez Hachette Livre

3^e groupe d'édition grand public au monde (Trade et Education), Hachette Livre fédère **plus de 200 marques d'édition** et publie près de 15 000 nouveautés chaque année couvrant tous les segments éditoriaux grand public. Depuis quelques années, le Groupe se diversifie dans des marchés adjacents au livre tels que les jeux de société et la papeterie haut de gamme.

Hachette Livre s'appuie sur imagino pour **optimiser ses outils de data marketing** en facilitant la gestion des données consommateurs, afin d'affiner la compréhension de son audience et de renforcer la personnalisation de ses actions.

Les enjeux

La transformation digitale dans le monde de l'édition s'accélère :

- Émergence de nouveaux modèles économiques autour de l'abonnement.
- Environnement très concurrentiel avec l'explosion des plateformes numériques.
- Développement de nouveaux modes de lecture et pratiques culturelles (format audio, ebook, podcasts).

Le saviez-vous ?
1/3 des 16-19 ans ne lisent pas du tout dans le cadre de leurs loisirs.

Source Etude CNL/Ipsos - avril 2024

Le défi d'Hachette Livre : intégrer une culture data et consumer-centric au cœur d'une entreprise historiquement dédiée aux contenus.

1

Favoriser la découverte de nouveaux ouvrages et des auteurs

2

Augmenter l'engagement des lecteurs et générer de l'intérêt notamment auprès des jeunes

3

Optimiser la stratégie de communication multicanale

Les spécificités du projet

- Un projet international : **des contraintes et cas d'usage variés en France et au Royaume-Uni.**
- **Une équipe réduite** pour accompagner **150 utilisateurs.**
- **10 millions de contacts qualifiés** dans la base de données.
- Un projet exigeant et une approche ambitieuse avec **l'arrêt immédiat des systèmes legacy** pour déployer la plateforme imagino.
- **Collecte de parcours de navigation** sur les sites afin d'analyser les usages, de segmenter les audiences et activer des campagnes publicitaires ciblées.

La solution

Au cœur d'un projet international de data marketing, l'implémentation de la plateforme imagino (CDP et outil de gestion de campagne marketing) a permis de recréer **un Référentiel Client Unique**, de l'enrichir, de permettre d'initier des campagnes marketing directement au sein de la plateforme et de **servir 150 utilisateurs en France et au Royaume-Uni** !

Les facteurs clés de succès

« Depuis l'implémentation de la plateforme imagino, nos utilisateurs métier apprécient sa simplicité, son efficacité et sa rapidité pour déployer leurs cas d'usage. »

Guillaume Pech-Gourg

Group Chief CRM & Digital Marketing Officer
Hachette Livre

L'agilité, flexibilité et rapidité d'implémentation d'imaging ont permis à Hachette Livre de mettre en place **une stratégie data et marketing adaptée à leurs besoins**.

La définition pointilleuse des cas d'usage en amont du projet a permis de bien cadrer les besoins des équipes métier. Ce travail, ainsi que la création d'un modèle de données orienté métier, a permis de rendre les utilisateurs de la solution autonomes rapidement.

Résultats

- Réduction du coût de run grâce à la **rationalisation et la mutualisation des plateformes** : imagino remplace les plateformes legacy (gestion de campagne et DMP).
- **Transformation aboutie en temps et en heure** avec une donnée disponible et exploitable en temps réel.
- Envoi de **12 millions d'e-mails** tous les mois.
- Collecte des parcours de navigation des visiteurs de **15 sites éditeurs**.
- Lancement d'une **newsletter quotidienne** personnalisée et automatisée, **mise en place en 1 jour sans support technique**, grâce aux relations calculées et collections.
- **7M de profils activables** sur Xandr (DSP) grâce au taggage via imagino des sites des éditeurs du groupe Hachette Livre : + de 50 campagnes d'activation publicitaire initiées en 2024 auprès de segments d'audiences ainsi définis.
- Utilisation d'un algorithme de recommandations de livres pour alimenter les campagnes emailing avec des contenus personnalisés et pertinents. **1,6M de recommandations personnalisées envoyées** !

« Nous avons opté pour une migration rapide en débranchant les plateformes existantes avec une transition courte. Ce choix ambitieux, rare sur ce type de projet, nous a permis d'obtenir un ROI positif très rapidement. »

Guillaume Pech-Gourg

Group Chief CRM & Digital Marketing Officer
Hachette Livre