

# KM Media Group leader de la publicité multimédia avec la plateforme Adpoint

## LE DÉFI

Intégrer tous les médias sur une plateforme unique et simplifier la commercialisation d'offres multicanal grâce à une infrastructure informatique adaptée.

## LA SOLUTION

Déployer Adpoint pour commercialiser des audiences, simplifier les flux et réduire les coûts IT.

## LE RÉSULTAT

- Augmentation des revenus publicitaires
- Simplification des processus
- Connaissance de l'activité client
- Suivi des performances
- Automatisation

Depuis plus de 200 ans, KM Media Group (KMG) est le principal média du Kent, Royaume-Uni. Depuis la création du quotidien local, The Kentish Post, en 1717, l'entreprise s'est développée tout en diversifiant ses activités. C'est aujourd'hui une société florissante, récompensée pour ses reportages sur de nombreux supports print, digitaux et radio.

Les succès enregistrés ces dernières années par le groupe découlent de son approche pionnière de la publicité multimédia. Ayant décelé très tôt le potentiel d'une offre commerciale multicanal ciblée sur les audiences, le groupe a souhaité s'associer à un partenaire technologique capable de proposer l'agilité, les fonctionnalités et les capacités de vente multicanal pour l'accompagner dans sa transformation. C'est ainsi que Lineup Systems a été retenu comme partenaire.

## LE DÉFI

En 2014, le groupe s'est retrouvé à la tête d'un grand nombre d'actifs multimédias. Parmi ceux-ci, sept stations de radio et des sites Internet toujours plus nombreux, en complément de son portefeuille print. « Nous avons vu dans cette situation une formidable occasion de globaliser nos actifs et de recentrer nos offres publicitaires sur nos audiences, plutôt que sur nos supports.

Vendre le média Radio dans une offre combinée avec les autres canaux était à la fois une opportunité et un défi pour s'intégrer avec des outils commerciaux orientés print », explique Duncan Gray, Directeur des Opérations de KM Media Group.

Duncan Gray et son équipe se sont mis à la recherche d'une solution qui permettrait au groupe d'intégrer tous ses médias sur une plateforme unique et de simplifier la commercialisation d'offres multicanaux grâce à une infrastructure informatique adaptée.

« Les données fournies par Adpoint sont précises et fiables à 100 %. Nous n'avons jamais eu une aussi bonne connaissance de l'activité clientèle ni d'aussi bons résultats de la part des équipes commerciales. »

Duncan Gray, Directeur des Opérations, KM Media Group



## KM Media Group en chiffres

Création  
du journal  
1717

278 000+  
Lecteurs (données  
auditées)

1 600  
Annonces print &  
numériques chaque semaine

2,7 millions  
Visiteurs  
uniques par mois

160 000+  
Auditeurs par semaine  
(données auditées)



## LA SOLUTION

# Des offres commerciales packagées au service du client

La solution retenue a été la plateforme Adpoint de Lineup. Contrairement à d'autres solutions de vente publicitaire dont les capacités d'intégration se résument à une suite d'interfaces entre systèmes, Adpoint a été conçu comme une solution multimédia unique permettant une gestion fluide du flux des annonces sur tous les supports. Une caractéristique qui a séduit Duncan Gray.

Les différents éléments de la solution Adpoint pour la commande et la vente d'espaces sur la radio, le numérique et le print garantissent des fonctionnalités de réservation de premier ordre. Des packages prédéfinis ont été intégrés à un nouvel outil de réservation pour aider l'équipe commerciale à proposer, réserver et passer des commandes complexes en temps réel pour chaque support. Cette fonction permettant l'achat multiple fait aujourd'hui partie des capacités de base de la solution Adpoint.

Le groupe KMG a également bénéficié des fonctionnalités complètes de la solution Adpoint, qui vont de la génération de leads à la facturation,

### PRINCIPALES EXIGENCES DU PROJET

- 1 **Plateforme de gestion de vente publicitaire multicanal centrée sur les audiences et non sur le support**
- 2 **Simplification du workflow par intégration de tous les processus de vente et prise d'ordres jusqu'à la facturation**
- 3 **Hébergement sur le Cloud et baisse du budget informatique**
- 4 **Une seule plateforme pour éliminer les systèmes disparates existants et les silos d'information**

en intégrant les modules CRM (relation clients), finances et reporting.

Le système intégré de gestion de la relation client (CRM) s'est révélé très avantageux pour KMG. En ajoutant l'intelligence des données aux outils de

vente publicitaire, les performances commerciales ont pu être améliorées.

Le partenariat avec Lineup, conjugué à son expertise du secteur des médias, a contribué au succès de l'implémentation de la solution. « Dès les premiers contacts, ajoute Duncan Gray, nous avons pu mesurer la réelle compétence des équipes de Lineup en matière de processus de vente et de relation au client. Les discussions techniques ont été limitées, ce qui nous convenait parfaitement. Nous avons surtout abordé la question des processus et la manière d'utiliser Adpoint pour valoriser notre base client et gagner de nouveaux marchés. »

La solution Adpoint a été déployée par KMG en juillet 2015. Duncan Gray précise : « Notre objectif était d'opérer une transition en douceur vers le nouveau système, de manière à ne pas passer à côté d'une opportunité de vente publicitaire et des recettes correspondantes. Nous avons parfaitement réussi. Saluons le travail de notre équipe qui a su gérer cette transition tout en assurant la continuité des activités. »

*« Dès les premiers contacts avec Lineup, nous avons mesuré la réelle compétence des équipes dans les domaines de la vente et de la relation client. Les discussions techniques ont été limitées, ce qui nous convenait parfaitement. Nous avons surtout abordé la question des processus et la manière d'utiliser Adpoint pour valoriser notre base client et gagner de nouveaux marchés. »*

**Duncan Gray**, Directeur des Opérations, KM Media Group

## LE RÉSULTAT

# Plus d'efficacité, moins de contraintes

Depuis le déploiement d'Adpoint, le groupe KMG a constaté plusieurs améliorations : une simplification de ses ventes multicanal, mais surtout un processus d'achat simplifié pour ses clients. Plusieurs millions de livres (environ 15 % de ses ventes) sont générés par la vente de packages multicanaux prédéfinis. Résultat : une amélioration de la trésorerie et une planification plus aisée pour la finance. La simplification des processus, tels que le prépaiement automatisé, a contribué à la rationalisation des opérations. Comme le souligne Duncan Gray, le travail s'en trouve aujourd'hui « grandement facilité et les packages font désormais partie du quotidien. »

Les données fournies par les fonctionnalités d'analyse et de reporting de l'outil Adpoint sont devenues des éléments-clés de la planification stratégique de KMG. Le service commercial n'est pas le seul à en bénéficier. « Nous avons maintenant une bonne expérience de la solution. Nous sommes en mesure de traiter l'information aussi finement que nous le souhaitons, » se félicite Duncan Gray. « Les données fournies par Adpoint sont précises et fiables à 100 %. Nous n'avons jamais eu une aussi bonne connaissance de l'activité clientèle et nos équipes



commerciales enregistrent à ce jour leurs meilleurs résultats. »

Au-delà de la vente de publicité, KMG utilise la plateforme Adpoint pour le suivi d'autres flux financiers, pour le

département création, les abonnements, la diffusion et la concession de licences, ce qui lui donne une vision globale et cohérente de la croissance de ses résultats.

Au niveau de l'informatique, le système est également entièrement autonome puisqu'il est hébergé, maintenu, géré et mis à jour par Lineup. Des processus automatisés, accompagnés d'une gestion rigoureuse des coûts de la part de KMG et d'une meilleure efficacité de toutes ses activités ont conduit, ces dernières années, à une réduction significative des coûts, un élément important pour assurer à l'entreprise un bon retour sur investissement.

Le groupe KMG a exploité tous les avantages de la solution Adpoint, mais il entend aller encore plus loin. Il prévoit notamment d'améliorer les prévisions en matière de revenus ainsi que le taux de conversion des prospects. Toutefois, comme le souligne Duncan Gray : « Ce projet n'a pas de fin. Par sa nature, il est voué à évoluer en permanence. Nous sommes déterminés à faciliter l'investissement publicitaire de nos clients sur tous nos supports. Notre force, c'est que nous disposons d'une plateforme suffisamment flexible pour atteindre ce but. »

*« Les données fournies par Adpoint sont précises et fiables à 100 %.  
Nous n'avons jamais eu une aussi bonne connaissance de l'activité clientèle ni d'aussi bons résultats de la part des équipes commerciales. »*

**Duncan Gray**, Directeur des Opérations, KM Media Group