

THE SPECTATOR

Accélère la transformation de ses ventes de publicité

www.spectator.co.uk | www.apollo-magazine.com

Fondée en 1828, désormais propriété de Press Holdings, The Spectator est toujours considéré comme « l'hebdomadaire le plus influent en langue anglaise » en version imprimée et en ligne. L'éditeur britannique s'est considérablement développé ces dernières années, se lançant avec succès dans les domaines du style de vie, des suppléments éducatifs et financiers, des événements et des arts avec sa revue très appréciée Apollo. À l'instar de nombreux groupes multimédias, ses technologies anciennes et disparates se sont révélées des obstacles au développement.

Lorsqu'il a décidé d'investir dans une technologie de vente de publicité, l'éditeur s'est tourné vers Lineup Systems. Il a fallu seulement trois mois pour implémenter et mettre en production, la solution de vente globale Adpoint - une transformation qui a permis à l'entreprise de réduire considérablement l'administration des ventes et d'accélérer l'ensemble du processus de commercialisation. Pour la première fois, la société dispose d'une vue globale et consolidée du chiffre d'affaires, ainsi que de données exploitables en temps réel lui permettant d'identifier et d'exploiter de nouveaux segments de ventes, d'acquisitions de clients et opportunités.



Un jour, nous utilisons Excel plus un système de réservation plus une multitude d'autres formats. Trois mois plus tard nous avons une optimisation complète de l'ensemble du cycle publicitaire : ventes, réservations, facturation et reporting

Shez Shafiq

Directeur des opérations,
The Spectator

Les demandes de

THE SPECTATOR

- ☰ Consolider des données disparates dans une seule plateforme
- ☰ Intégrer CRM et Digital dans la même solution
- ☰ Adopter un outil prêt à l'emploi, avec un minimum de développement
- ☰ Déployer vite en maîtrisant les budgets



Les pièges de l'ancienne technologie

« Avant Adpoint, nous avions des processus manuels fastidieux et une saisie de données laborieuse. Conséquence les commerciaux consacraient une grande partie de leur temps à des tâches administratives plutôt qu'à la vente. Il était également très difficile pour le management de suivre les performances des équipes de vente et les revenus publicitaires », se souvient Shez Shafiq, Directeur des opérations.

The Spectator utilisait un système simple pour traiter les ventes et les commandes. L'absence de CRM signifiait que les fiches clients étaient conservées dans une multitude de formats : Excel, Word, papier, emails et même SMS ! Les commerciaux ne pouvaient pas suivre avec précision leurs prospects et clients potentiels. Shafiq déclare : « Il était clair que de nouvelles approches commerciales nécessitaient une nouvelle technologie. L'adoption de capacités CRM et une meilleure manière de capturer, traiter et suivre les ventes s'imposaient comme une priorité. »

Suite à une recommandation de l'industrie, The Spectator est entré en contact avec Lineup. « A ce moment nous avons réalisé qu'il existait une solution standard qui nous aiderait à

optimiser l'ensemble de nos opérations et processus de vente du jour au lendemain. Combinant efficacement plusieurs systèmes au sein d'une même solution, Adpoint s'est avéré rentable et beaucoup plus efficace. L'expérience de Lineup dans les médias et sa compréhension rapide de nos besoins nous ont rassurées dans l'idée que nous avons trouvé le bon partenaire », explique Shafiq.

« Il était clair que de nouvelles approches commerciales nécessitaient une nouvelle technologie. L'adoption de capacités CRM et une meilleure manière de capturer, traiter et suivre les ventes s'imposaient comme une priorité. »

Shez Shafiq
Directeur des opérations,
The Spectator



Prêt à fonctionner

Après la sélection de Lineup, et avec l'aide précieuse du Directeur de production de The Spectator, Gareth Kime, Adpoint était opérationnel en quelques mois.

En adoptant les fonctionnalités standards d'Adpoint, peu de développements ont été nécessaires pour répondre aux demandes en matière de réservation et de vente. L'intégration prédéfinie avec l'Adserveur DFP et l'infrastructure Cloud ont favorisé une mise en œuvre fluide.

Parallèlement, les experts de Lineup ont formaté et migré les données existantes, donnant un coup de fraîcheur à l'environnement de travail de l'équipe de vente. Le déploiement s'est conclu par une formation complète, dispensée par des experts métiers de Lineup, aux utilisateurs des départements ventes, administration, IT et finances, afin d'assurer une adoption rapide.



D'Excel à l'excellence

Shafiq était impressionné. « Nous avons réussi à respecter à la fois le budget et le calendrier initial. Un jour, nous utilisons Excel plus un système de réservation plus une multitude d'autres formats. Trois mois plus tard nous avons une optimisation complète de l'ensemble du cycle publicitaire : ventes, réservations, facturation et reporting », dit-il. « L'équipe Lineup a fait preuve d'un grand professionnalisme, du début à la fin. Ses consultants ont pris le temps de nous écouter et de comprendre nos besoins et sont allés bien au-delà nos attentes au cours de la phase de mise en œuvre. »

The Spectator bénéficie désormais de toutes les fonctionnalités d'Adpoint, de la génération de campagnes à la facturation. Les commerciaux suivent les prospects plus efficacement, avec la promesse d'une augmentation des ventes. Les produits Print et Digital sont désormais réservés dans une seule commande avec un traitement fluide reflétant l'offre multicanal de la société.

La gestion des commandes est facilitée et l'automatisation des processus a permis de réduire les erreurs et d'améliorer la précision de la facturation. Kime est heureux de noter que, en interne, « de nombreuses personnes ont maintenant une meilleure compréhension du business, ce qui n'était pas le cas auparavant ».

Disparus les rapports, générés dans de multiples domaines et formats ! Adpoint favorise désormais des pratiques plus intelligentes, délivrant de meilleures informations grâce à des rapports plus simples et plus flexibles..



Booster les résultats

Shafiq conclut : « Adpoint a eu un impact profond sur l'efficacité de nos opérations et ses effets se font déjà sentir. Les commerciaux peuvent générer des revenus supplémentaires et les équipes de support, y compris la finance, consacrent moins de temps à la gestion du contrôle crédit. Pour la première fois, nous disposons d'informations instantanés et facilement accessibles sur les performances et les revenus et la direction peut mesurer les résultats de chaque département et de chaque campagne. Nous n'avons pas besoin de compter sur « l'intuition ». Ces informations peuvent désormais éclairer notre stratégie et nous nous attendons à un effet d'accélération sur notre efficacité et nos résultats. »



Adpoint au Spectator : des résultats tangibles



Augmentation des revenus grâce à un suivi efficace des prospects



Efficacité opérationnelle du prospect à la facturation



Réservation et facturation précises



Capacité accrue de mesure des performances et des revenus



Diminution de la charge administrative

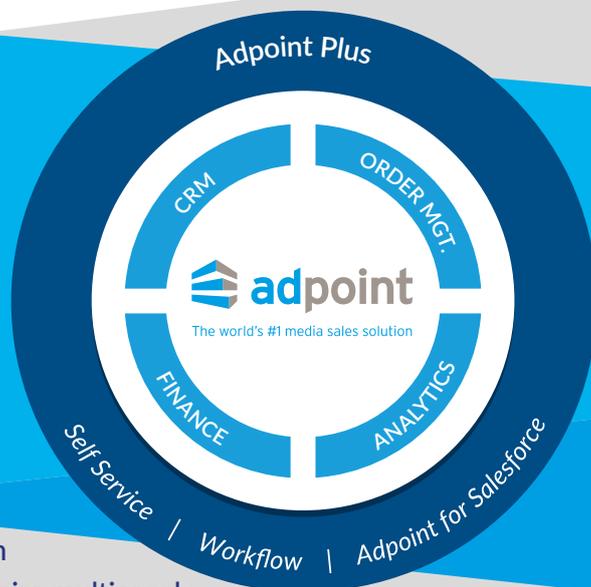


Réduction des risques de perte de données



The world's #1 media sales solution

Adpoint, basée sur le Cloud, est une solution de vente et gestion publicitaire multicanal au service de 4 800 marques ou entités dans le digital, le print, l'événementiel, le broadcast.



Adpoint a été conçue pour doter les éditeurs et régies d'un seul outil gérant l'intégralité de la chaîne de valeur publicitaire multicanal : génération de leads, CRM, commandes et facturation. Ses fonctions avancées en font la solution leader du marché pour maximiser les revenus, améliorer le retour sur investissement des opérations publicitaires et augmenter l'efficacité des organisations.

Trois changements à la règle du jeu



Adpoint CRM

Avec Adpoint, The Spectator bénéficie désormais des fonctions complètes d'un CRM conçu pour la vente de produits médias. Grâce à de puissants outils de génération de campagnes, les commerciaux sont en mesure de suivre les activités de leurs prospects et d'identifier les tendances et les opportunités. Les objectifs et les tâches sont définis pour l'équipe de vente qui peut les poursuivre plus efficacement entraînant donc une augmentation des ventes. Le CRM est entièrement intégrée à la solution complète Adpoint. Aussi, une fois une proposition acceptée, Adpoint se charge du reste, en automatisant le traitement de la commande jusqu'à livraison, sans double saisie et avec précision.



Adpoint Analytics

Avec un seul ensemble de données unique et cohérent sur la totalité du cycle de vente, toutes les informations publicitaires du Spectator sont consultables et disponibles en temps réel. Grâce aux capacités de Business Intelligence d'Adpoint, l'utilisateur a la possibilité de créer des rapports balayant le spectre global de l'activité : des informations sur les campagnes jusqu'à l'évaluation des performances. Différents niveaux d'autorisation sont attribués aux utilisateurs en fonction de leur responsabilités. L'encadrement peut évaluer les performances des équipes et utiliser des données clients consolidées pour fournir des prestations commerciales améliorées.



Intégration DFP

L'intégration bidirectionnelle Adpoint - DFP, c'est la certitude d'une installation rapide et efficace. L'inventaire digital complet de The Spectator a été importé dans Adpoint, où il a été associé à des données financières et de reporting. Désormais, les vendeurs sélectionnent par filtrage des packages commerciaux permettant un flux sans erreur. Les annonces sont directement liées à l'Adline de la page Web. Les conflits d'inventaires en particulier, sont vérifiés directement à la prise de la commande, sans recours aux équipes d'administration des ventes. Une fois les inventaires vérifiés, il suffit d'un simple « push » par les équipes de trafic, pour passer à l'étape suivante, avec toutes les informations requises pour servir l'annonce. Les équipes du Digital (ventes et trafic) bénéficient dans Adpoint d'une visibilité totale sur les performances des annonces servies par DFP, avec une capacité de reporting sur les impressions, les clics et les objectifs.