



LA VALORISATION DE LA DONNÉE  
AU SERVICE DE **L'ÉMOTION**

# AGENDA

- Présentation Arenametricx
- Notre proposition de valeurs
- Nos missions
- Notre produit
- Présentation d'un cas d'usage
- Méthodologie de projet
- Roadmap produit

# LES CHIFFRES D'ARENAMETRIX

- Fondée en 2013
- Levée de fonds de **2,5M€** en 2018
- Une **vingtaine** de collaborateurs
- **+ de 130 clients** dont 47 clients sport
- Une croissance **+40% par an** depuis 2015

# ILS NOUS FONT CONFIANCE



FFHandball

# PROPOSITION DE VALEUR



**VOUS OFFRIR UNE GESTION UNIFIÉE  
DE VOS DONNÉES AFIN D'AMÉLIORER  
L'EXPERIENCE FAN ET FAVORISER LA  
CROISSANCE DES REVENUS.**

# NOS MISSIONS

## 1. CENTRALISER ET SEGMENTER VOS DONNÉES

- **Créer** un eco-système data propriétaire et sécurisé
- **Connecter** l'ensemble de vos sources de données (*ticketing, merch,...*)
- **Harmoniser** et segmenter les données selon vos critères
- **Analyser et transformer** vos données en informations exploitables

# NOS MISSIONS



## 2. AMÉLIORER L'EXPERIENCE FAN

- Favoriser une meilleure connaissance client
- Offrir des contenus personnalisés (*charte graphique, contenu, segmentation,...*)
- Favoriser l'engagement des fans en privilégiant les canaux les plus performants et des contenus graphiques correspondant aux standards du marché
- Multiplier les points de contact grâce au marketing automation (*welcome message, anniversaire, jeu concours,...*)

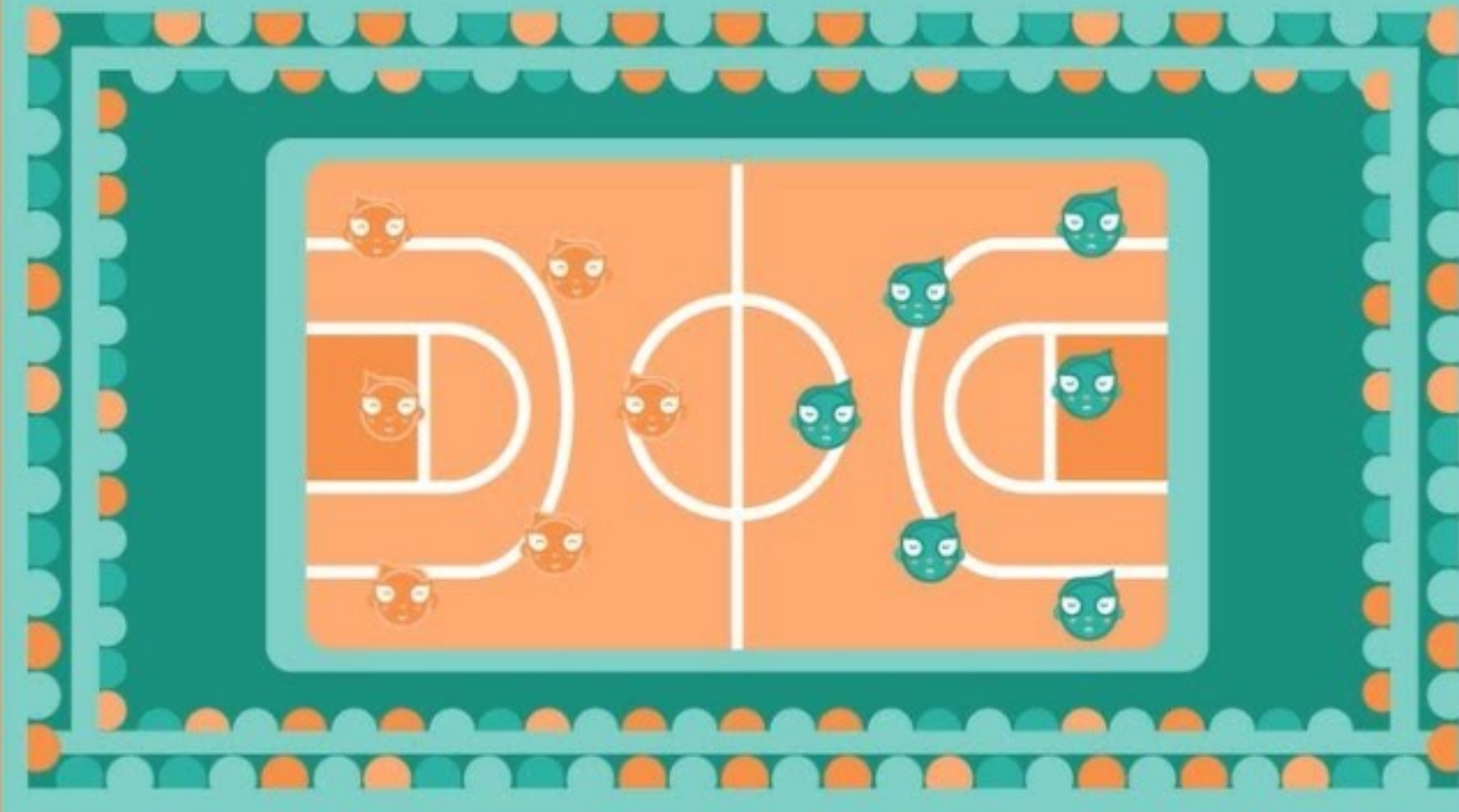
# NOS MISSIONS



## 3. FAVORISER LA CROISSANCE DES REVENUS

- **Définir des actions marketing & commerciales** en fonctions des comportements utilisateurs afin de favoriser la génération de revenus (*upselling, cross selling, ...*)
- **Activer des modules de marketing automation** favorisant la conversion dans les tunnels d'achat (*relance panier abandonné, offre promotionnelle, ...*)
- **Analyser et adapter** vos stratégies yield afin de favoriser la transformation





<https://www.youtube.com/watch?v=ulk7snMu1iU>

# CAS D'USAGE TICKETING

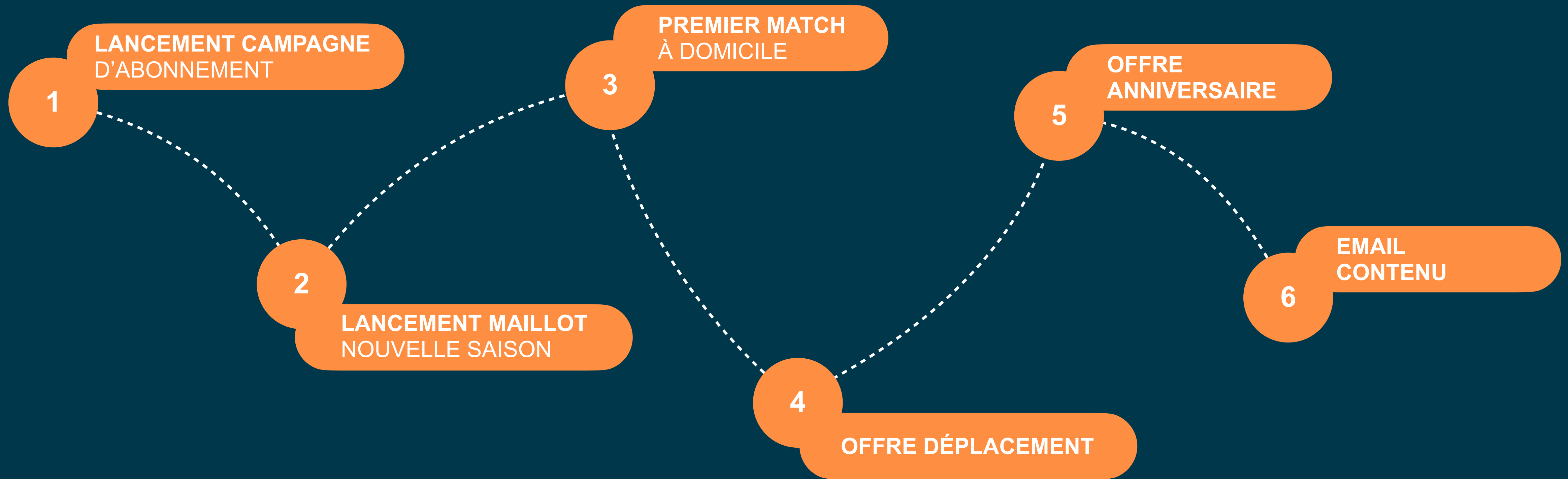


Pierre, 29 ans  
**Abonné** au club  
depuis 2 ans



# CAS D'USAGE TICKETING

► *Offrir une expérience personnalisée et enrichie à Pierre tout au long de la saison.*



# CAS D'USAGE MERCH



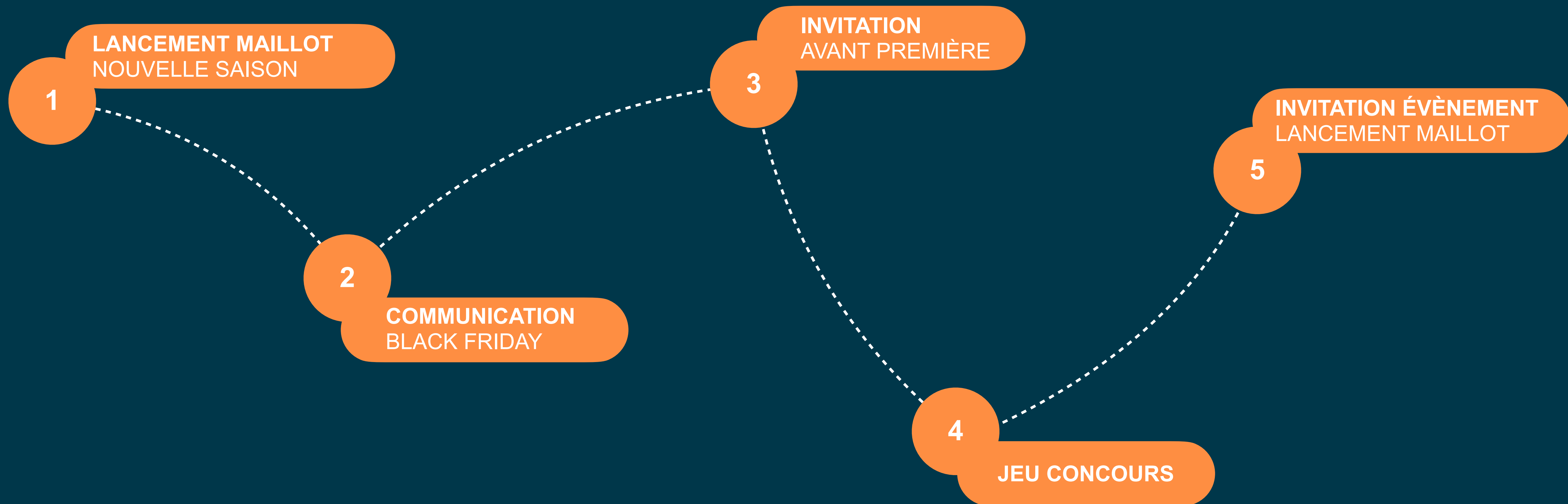
James, 43 ans  
**acheteur habitué**  
de la boutique du club.

*Il achète au minimum  
2 articles par an.*



# CAS D'USAGE MERCH

► *Offrir une expérience personnalisée et enrichie à James tout au long de la saison.*



# CAS D'USAGE FAN

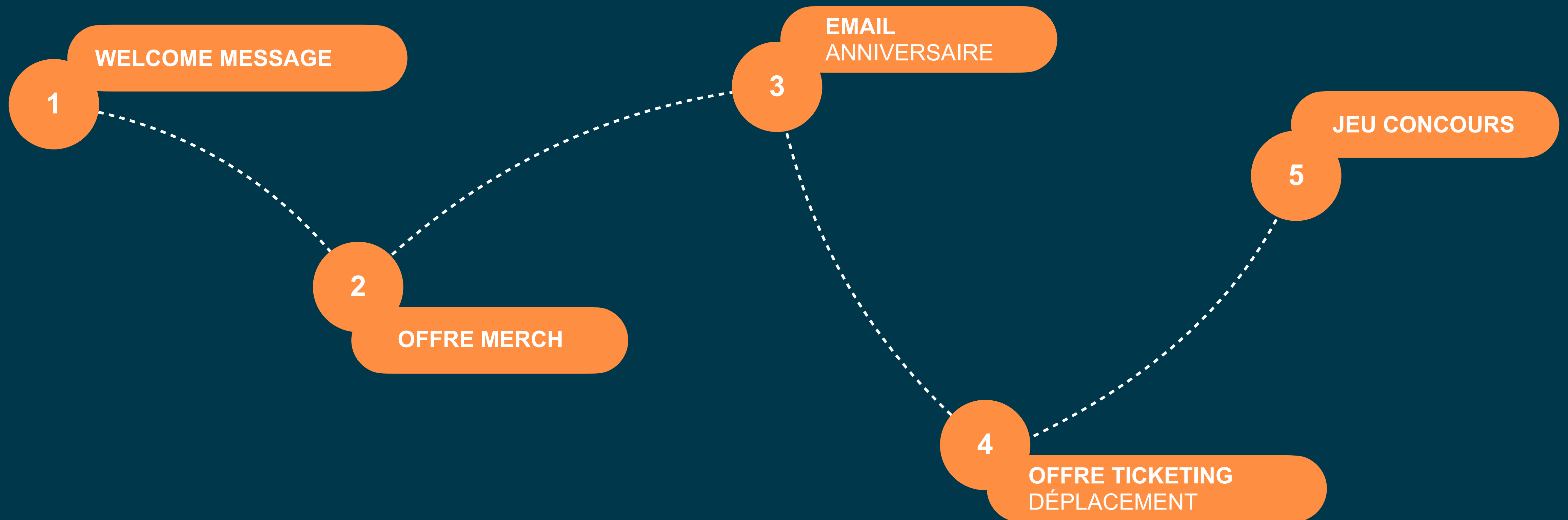


Julie, 17 ans  
**fan** du club depuis son plus  
jeune âge.

*Elle habite à 300km du stade mais  
suit le club sur les réseaux sociaux,  
fait partie du club des supporters  
etc.*

# CAS D'USAGE FAN

► *Offrir une expérience personnalisée et enrichie à Julie tout au long de la saison.*



# NOTRE MÉTHODOLOGIE



## UN CRM CLÉ EN MAIN EN 3 MOIS, UN ACCOMPAGNEMENT EFFICACE POUR DES RÉSULTATS IMMÉDIATS.

- Intégration des données - *1 à 3 mois*
- Gestion de projet et formation - *1 mois*
- Accompagnement à la conduite du changement - *en continu*
- Ateliers marketing sur mesure en fonction des KPI's - *en continu*

*La promesse de vous permettre d'envoyer vos premières campagnes marketing au bout de 30 jours.*





MERCI !