



l'IA CRM qui aide les marques
à pérenniser & développer
leur capital clients.

Dossier de Presse 2024

7

du constat au concept

Alors que 80 % des communications n'atteignent jamais les clients - quel que soit le canal utilisé - car ils ne sont pas disponibles au moment où les marques tentent de les toucher, ces mails, pushs, SMS ont une empreinte carbone considérable.

Difficile de se l'imaginer, mais la pollution numérique que nous provoquons chaque jour est colossale. Selon l'organisation Carbon Literacy Project, un e-mail standard génère environ 4 g de CO₂ ; avec une pièce jointe volumineuse, il produit jusqu'à 50 g de CO₂. Or, selon Médiamétrie, 1,4 milliard de mails seraient envoyés chaque jour en France. Le CRM atteint parfois jusqu'à 75% de la part du bilan des GES de l'activité digitale.

En parallèle, les Français sont noyés chaque jour un peu plus sous une avalanche de messages : les cibles ne perçoivent plus les sollicitations des marques qui les intéressent. D'ici 2026, le volume de mails reçus devrait augmenter de 15%, le maintien des performances des marques passant par l'accroissement de la pression marketing.



80 %

des messages émis par les marques vers les consommateurs ne sont jamais lus, quel que soit le canal.

du constat au concept

Une situation qui conduit indubitablement de la frustration et un désengagement progressif de la part des clients. On estime en effet à 20% la proportion moyenne de clients perdus des bases chaque année par les marques, générant des coûts d'acquisition très importants. La perte est immense, pourtant l'enjeu est énorme.

« Plus que jamais aujourd’hui les utilisateurs souhaitent être des interlocuteurs à part entière et pouvoir répondre et réagir face aux marques qui, elles, cherchent à engager et à entretenir une conversation personnalisée avec leurs clients. Le problème n'est donc pas tant que les cibles ne veulent plus de contacts avec les marques, mais qu'elles ne perçoivent pas les sollicitations qui les intéressent. »

Franck Lhuerre
CEO & Co-fondateur Notify



insight : l'attente croissante des clients en matière de confiance, de respect et de conscience environnementale

59%

DES CONSOS SOUHAITENT PLUS DE TRANSPARENCE / USAGE DATA

59%

SONT EN CONFIANCE AVEC DU MARKETING CIBLÉ

+15%

DE PRESSION MARKETING

+60%

D'ÉMISSIONS CARBONE NUMÉRIQUES D'ICI À 2040

+47%

DE FATIGUE NUMÉRIQUE

90%

DES CONSOS SOUHAITENT DES MARQUES + RESPONSABLES

2

l'ADN de Notify

Lancée en 2016 par Franck Lhuerre et David Martins Gonçalves, rejoints en 2022 par Ous Ouzzani, la scale-up Notify est le premier SaaS d'orchestration CRM qui aide les marques à préserver leurs performances tout en réduisant la pression marketing et leur empreinte carbone numérique.

Elle apporte une réponse unique aux enjeux de réactivation, d'engagement et de fidélisation des clients. Structure indépendante et autofinancée, elle se donne pour objectif de permettre aux annonceurs d'**activer en temps réel chacun de leur client, au moment où celui-ci est disponible.**



Le fameux
**perfect
timing**•
clé du développement
du capital client des marques.



l'IA comme enjeu stratégique et comme solution métier unique :

Pour répondre à 4 défis CRM métier que sont l' engagement , la fidélisation des consommateurs, la responsabilité des marques & la durabilité des modèles qui transforment la relation clients.

Pour répondre à 1 défi d'entreprise de transformation & d'innovation, au service d'une performance maîtrisée, sécurisée englobant tous les collaborateurs.

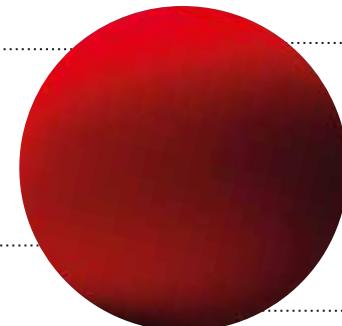
la réponse de Notify : ian, un concentré d'IA exclusive pour les enjeux de la relation clients.

DATA

propriétaires, multi-sources, temps réel avec 6 ans d'analyse

CONNEXION API EN OMNICANAL

à 100% des marketing automations du marché



FONCTIONNALITÉS EXCLUSIVES

Perfect timing d'activation & de réactivation, orchestration headless, réduction carbone

ALGORITHMES PERSONNALISÉS

-  Machine learning
-  Deep learning
-  LLM

3 comment ca marche ?

Notify s'alimente de données first party des utilisateurs et de leurs habitudes. Les algorithmes de la start-up sont ensuite à même de déterminer le moment où les utilisateurs sont le plus disponibles.

Fonctionnalités

pertinence

CONTENUS

pression marketing

ORCHESTRATION

activation

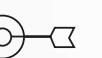
PERFECT TIMING

Data

DATA MUTUALISÉE



DATA CONTEXTUELLE



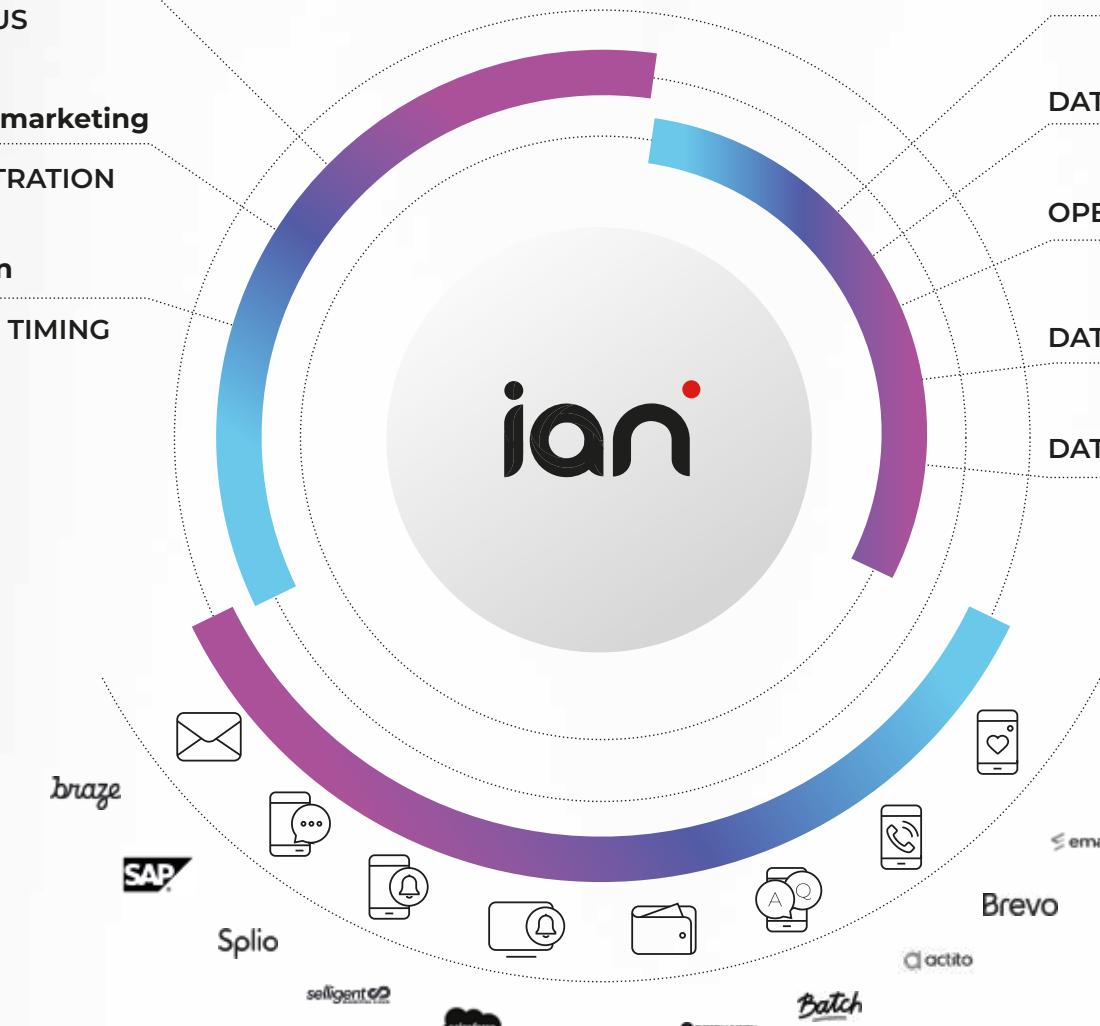
OPEN DATA



DATA PROPRIÉTAIRE



DATE DE MARQUES



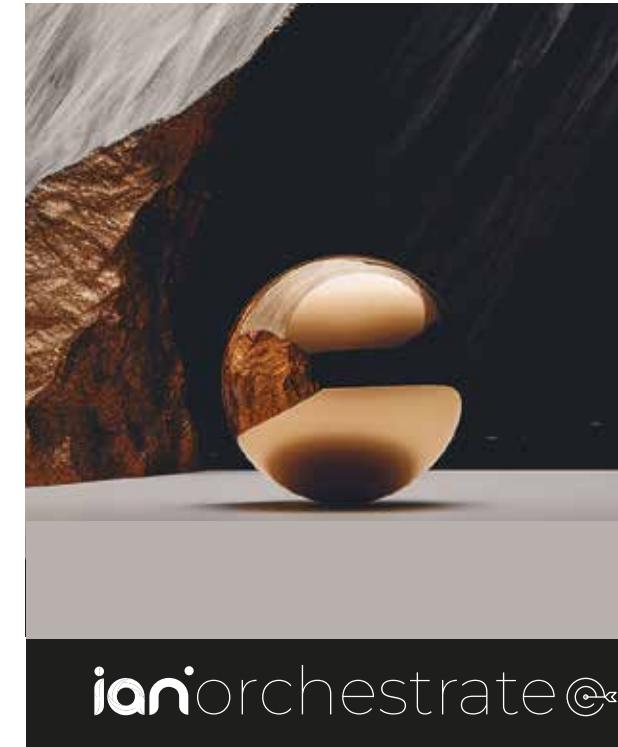
Canaux et connexions

concrètement, la start-up met à disposition de ses clients 3 outils :



ianactivate

Activez chaque message,
au bon moment. C'est le
perfect timing® omnicanal.



ianorchestrate

Orchestrer le CRM omnicanal
pour éviter la sur-sollicitation
et piloter la pression marketing.



iancare

Engager les marques dans
une démarche RSE globale,
incluant le digital et le CRM.

Défi n°1/4 : l'engagement client.

80% des messages non lus car le consommateur n'est pas disponible.
100% d'inflation des coûts d'acquisition.

Défi n°2/4 : la fidélisation client.

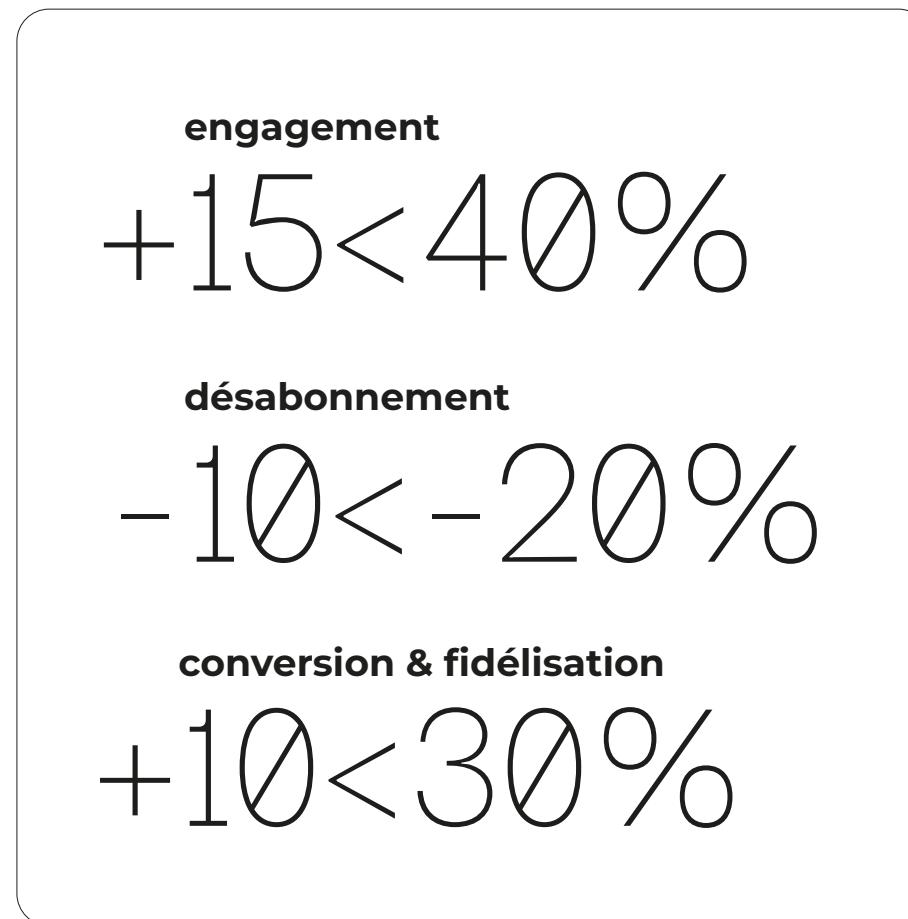
50 % des bases de données clients sont des clients **inactifs**.
20 % de churn annuel lié aux durées de conservation RGPD.

ian activate

**Activez chaque message,
au bon moment & sur le bon canal.
C'est le perfect timing® omnicanal.**

**Activez au perfect timing® pour
repartir en dialogue avec les
inactifs et servir la croissance de base.**

ian activate

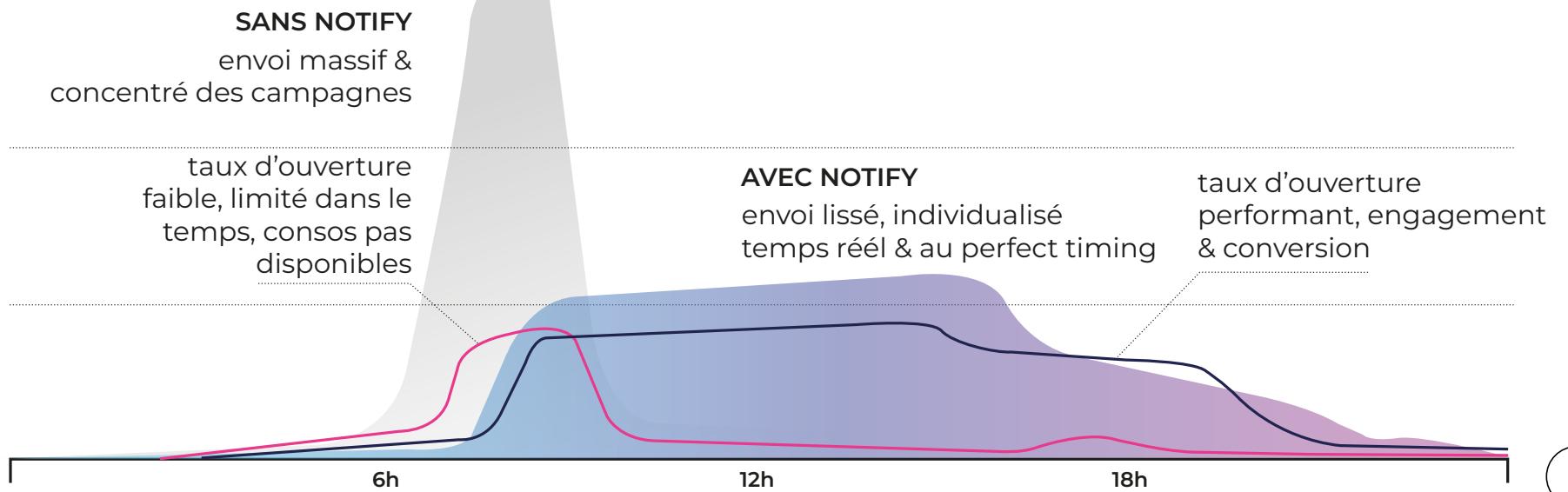


ian activate est la solution headless et compatible avec toutes les plateformes CRM pour activer au moment où le client est vraiment disponible, et garantir la lisibilité et la qualité d'expérience.

courbes d'envoi / open

Notify : envoi lissé & performances d'ouverture

SENT
OPENED



Défi n°3/4 : la responsabilité

+ 15% de pression marketing / an
68 % des Français attendent que les marques soit **vigilantes** à l'impact de leurs activités sur la santé mentale.



ian orchestrate ©

Orchestrez le CRM omnicanal pour éviter la sur-sollicitation et piloter la pression marketing.

ian individualise le parcours client, unfie les canaux et les opérations pour une meilleure expérience et plus de responsabilité.

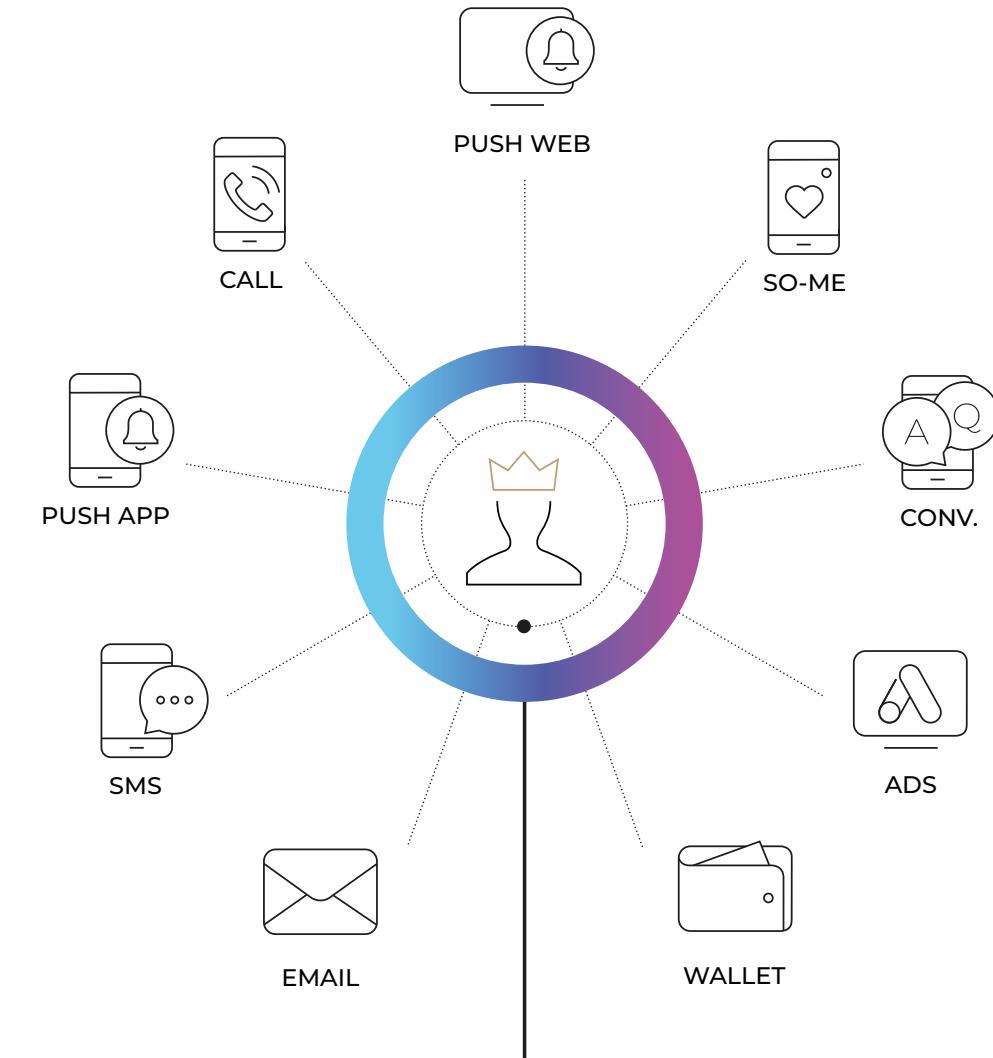
ian orchestrate

ian orchestrate permet d'arbitrer le meilleur canal à l'individu et en temps réel. Avec une connectivité à tous les touchpoints, c'est la clef de gestion de pression et de la personnalisation.

Ayant une vocation agile, Notify a été conçue pour s'adapter aux différents environnements et pour s'intégrer facilement et rapidement avec les principaux CRM. L'intelligence collective entre Notify et l'ensemble de son écosystème permet d'offrir des solutions orchestrées sur tous les points de contact avec les consommateurs.

La captation du trafic en temps réel sur les grands médias, l'IA, et une technologie propriétaire garantissent en live l'activation des contenus pour garantir la meilleure efficacité et la meilleure expérience clients.

Le machine learning s'instruit des données de navigation anonymes, s'affine en permanence, et livre une analyse prédictive de l'activité de navigation des utilisateurs, permettant alors de distribuer un message personnalisé.



Notify IA d'orchestration CRM

le message au bon moment et sur le bon canal,
moins de pression, plus de performances.

L'orchestration est la réponse capable de gérer la pression marketing à l'individu, elle garantit efficience et qualité d'expérience.

En croisant les bases de données hachées en MD5 et SHA 256, de ses marques clientes avec celles de ses partenaires média, Notify permet de délivrer le message au consommateur lorsque celui-ci est connecté, et donc disponible.

Notify cible ainsi l'instant précis où l'utilisateur est le mieux à même d'ouvrir les contenus, de les lire, voire même d'y répondre.

Dès cet instant identifié, la technologie Notify remonte les données pour déclencher le message de la marque depuis son propre CRM et de le faire parvenir au destinataire sur son canal de prédilection au moment de réceptivité maximale.

Fini l'envoi en masse de mails intempestifs qui provoquent l'exaspération du client. Les messages sont étalés dans le temps de manière personnalisée, facilitant l'échange entre la marque et son client, et déclenchés soit par e-mail, appel, push app, push web ou sms.



engagement

expérience customer centric du contenu au bon timing et sur le bon canal



conversion

gestion orchestrée du parcours clients et de la pression marketing pour plus de performances



fidélisation

excellence du dialogue au service de la lifetime-value, et réduction du churn et des inactifs.



responsabilité

respect du consommateur et des ressources pour une image de marque durable.

Défi n°4/4: la durabilité

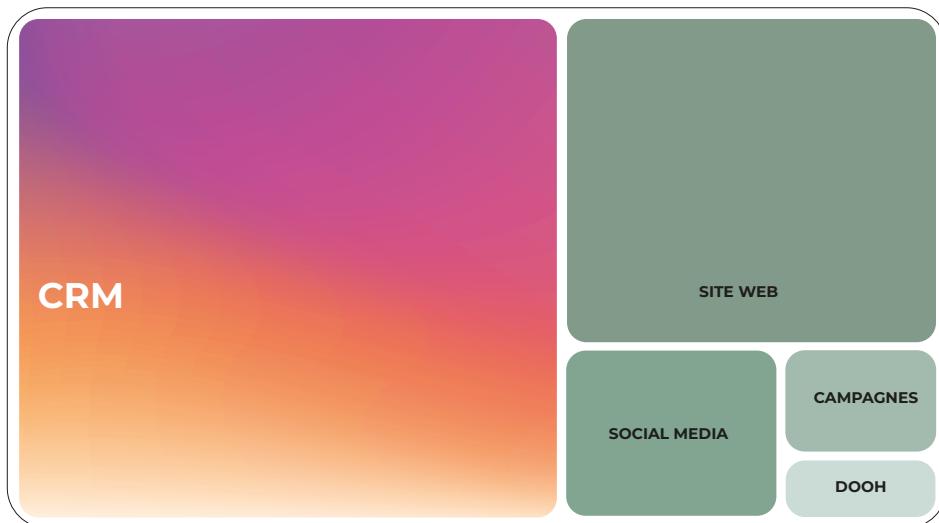
+ 45% d'émissions carbone numériques
d'ici 2030

La part du numérique sur l'empreinte
globale passera de **4%** à **7%**.
(soit plus que le trafic aérien)



**Engager les marques dans
une démarche RSE globale,
incluant le digital et le CRM.**

Le saviez-vous? Le CRM représente 40 à 70% de l'empreinte carbone numérique.



Avec ian care, la scale-up ambitionne d'accompagner les marques dans la réduction de 25 à 50% de leur impact en communiquant moins mais mieux. La scale-up souhaite dans le même temps agir sur la problématique de santé mentale, en diminuant la pression marketing à laquelle nous sommes confrontés chaque jour.

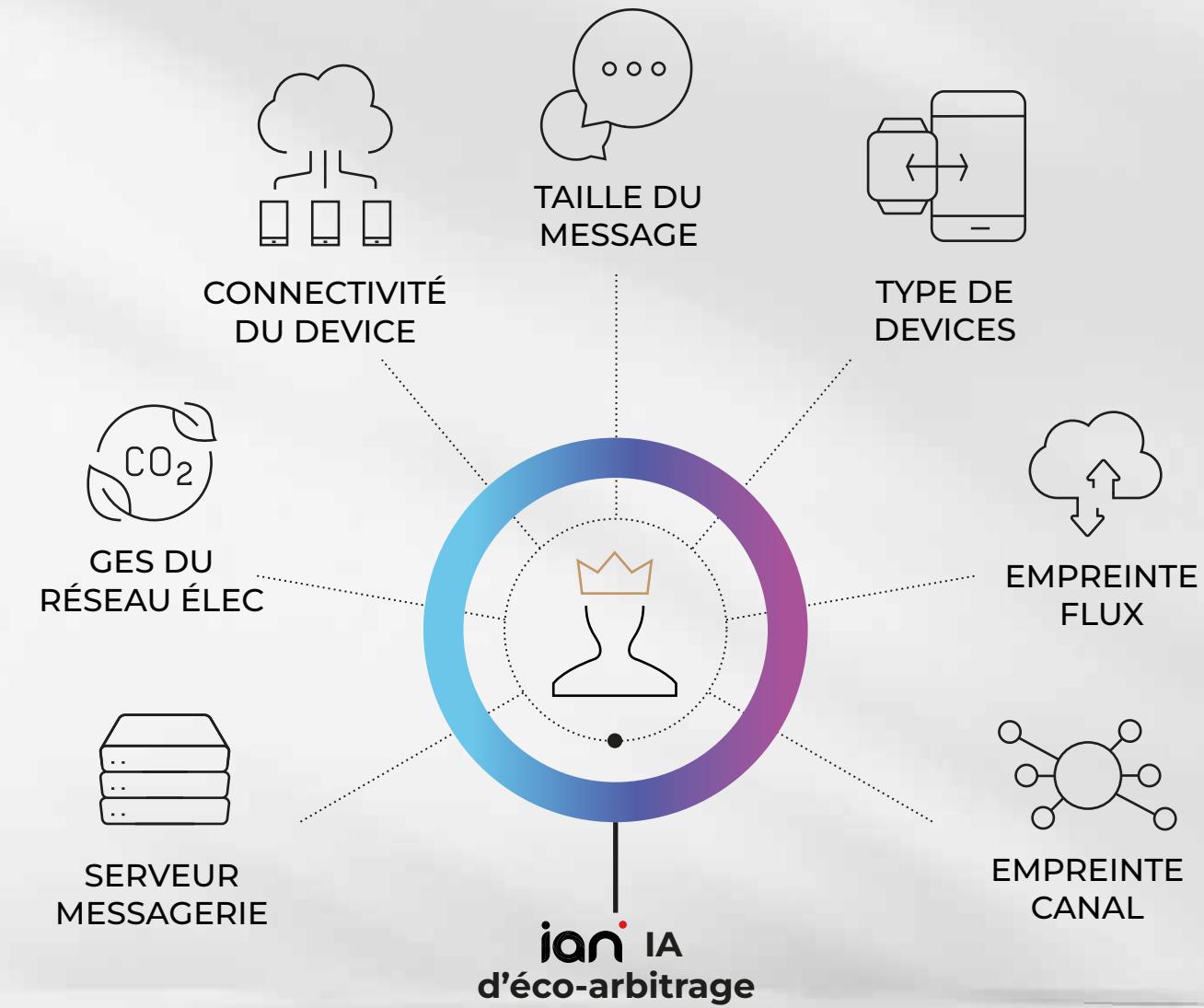
Le dialogue performant avec chaque consommateur permet ainsi de ne pas augmenter le nombre de messages.

Activer une campagne au « perfect timing » permet de rentabiliser chaque action et ainsi de lui donner un vrai sens en sollicitant mieux mais moins les clients. Notify est également en mesure de proposer un éco-arbitrage selon l'impact carbone d'un message et donc de réduire l'empreinte CRM de la marque, avec un calcul certifié VERITAS ISO 14067 (GREENMETRICS) le plus précis du marché.

éco-arbitrer chaque message en intégrant des critères carbone inédits

“Nous nous outillons en R&D en temps réel pour affiner tous les paramètres, sourçons les datas comme les consommations de devices, ordinateurs, smartphones, wifi en fonction du mix énergétique. Certaines marques sont aujourd’hui prêtes à intégrer toutes ces données dans leurs arbitrages. L’objectif est de baisser son empreinte carbone de 25 à 50% et nous y parviendrons de façon collective.”

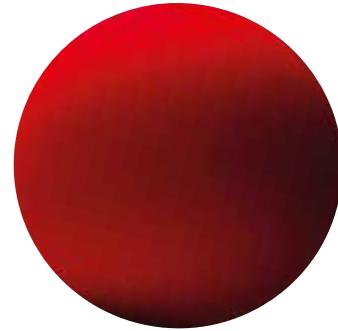
Ous Ouzzani
Directeur Général Notify



4

le résultat

Et les résultats sont là : Notify permet d'augmenter de +30% la visibilité et l'engagement par rapport à un CRM classique, de +50% la réactivation de client inactif dans les bases, et de +20% de conversion supplémentaire.



+30%

visibilité &
engagement

AVEC UN PARFAIT MONITORING
DES PERFORMANCES MÉDIAS
DES ACTIVATIONS CRM ET PRM

50%

réactivation
d'actifs

50% D'UNE BASE INACTIVE RÉACTIVÉE
EN 6 MOIS SANS RISQUE DE
DÉLIVRABILITÉ

+24%

conversion
& fidélisation

UN TAUX DE RENDEMENT CA SUR LES
CLIENTS EN FORTE CROISSANCE EN
WEB & MAGASIN

5

les clients Notify

Notify collabore actuellement avec plus de 100 marques dans de multiples univers de marché.

GRANDE DISTRIBUTION

BRICO/DÉCO/AMEUB.

BEAUTY

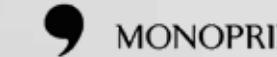
FASHION

MÉDIA

TECH + TELCO

TRAVEL & LEISURES

MISCELLANÉES



6 l'équipe

L'équipe est actuellement composée de 40 personnes avec une forte expertise technologique et un savoir-faire marketing reconnu.



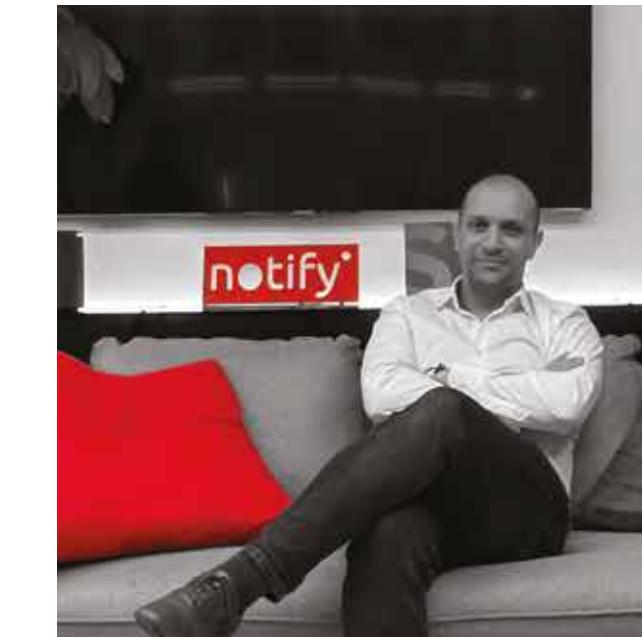
Franck Lhuerre

Franck est ce que ce l'on peut appeler un serial entrepreneur, expert de la tech, avec un track record reconnu et un business angel actif (Beauté Privée, Voyage Privé, Naki, Bankin, Delta Business School, etc ...)



David Martins Gonçalves

David a un parcours académique et scientifique hybride, entre universités de renom (MIT, Harvard) et le développement de solutions tech concrètes.



Ous Ouzzani

Ous est arrivé en 2022, après 1 an d'advisory pour renforcer le management et accélérer la croissance, avec une forte expérience COMEX de grands groupes media & retail combinée à une expertise entrepreneuriale et a notamment cofondé la start-up clickndress.

7

chiffres
clefs

+100

2016

DATE DE CRÉATION

MARQUES CLIENTES

40⁵
PERSONNES

5 PAYS EU EN MODE
POC

BUREAUX (PARIS, FRANCE
ET COIMBRA, PORTUGAL)

1,5M€

70%

TAUX DE CROISSANCE 2023

LEVÉE DE FONDS MENÉE EN JUIN 2023

8

perspectives de développement

L'ambition de Notify est d'atteindre une dizaine de comptes avec un AARRR supérieur à 200k à horizon 2024. Le besoin d'expertises produit / tech conjugué à la croissance des équipes commerciales sur une échelle géographique et un portfolio clients grandissants, réclament un process de recrutement important.

Le plan RH prévoit pour 2026 d'étoffer les équipes (+50 collaborateurs sur les 36 prochains mois) sur 3 volets : Opérations (renfort des équipes Produit et Tech), Clients (intégrations profils Sales & Customer Success), Marketing (nouveaux profils complémentaires).

Notify développe actuellement d'autres canaux activables : le wallet et le social media. Elle se donne également pour objectif de pouvoir répondre au Web3 (metavers) dans les prochains mois.

La start-up compte également accélérer les intégrations avec les CDP et CRM des clients.

Notify, dans son approche disruptive, a très vite convaincu de grands comptes de déployer la solution sur leur marché Européen. L'accompagnement des clients à l'international est engagé avant de prévoir des implantations locales courant 2024.

"Notre technologie headless se déploie à l'international avec toute la capacité requise d'extension d'acquisition de datas & de conformité réglementaire."

David Martins Gonçalvez
CTO & Co-fondateur Notify



agence presse

Impulse Communication Paris

Marie LEGRAND - 06 09 88 62 27
marie@impulse-communication.fr

Julie DALSACE - 06 78 70 96 05
julie@impulse-communication.fr

Frédéric VINCENT - 06 29 27 69 48
frédéric@impulse-communication.fr

contact@impulse-communication.fr

espace presse

www.notify-group.com/espacepresse



DOSSIER DE PRESSE
COMMUNIQUÉ DE PRESSE
ACTUALITÉS

contact

Notify Paris
01 45 61 30 30
3 rue d'Uzès, 75002 Paris
timing@notify-group.com

FRENCHWEB.FR

FRENCH
TECH 500



100%
OMNICALAN
LSA 2024



LES
CAS D'OR
GRAND PRIX 24



RADAR 2023
AFRC

radar 2024
WAVESTONE

LA NUIT
DES ROIS
2024 viuz



notify 

