



**DIGITAL &
MARKETING
SERVICES**

Graphic Design
Portfolio

webhelp

Offline \ Online

Powerpoint \

\ Prezi

Pop up Banners \

\ Infographics

Posters \

\ Web Banners

Brochures \

\ Webdesign

White Papers \

\ Newsletters

Logos \

A collage of various wooden letters and numbers scattered on a dark, textured surface. A prominent diagonal white line runs from the top-left towards the bottom-right, bisecting the scene. The letters and numbers are in different colors, including natural wood, dark grey, and black. The number '1' is the most prominent, positioned in the center-right area.

1

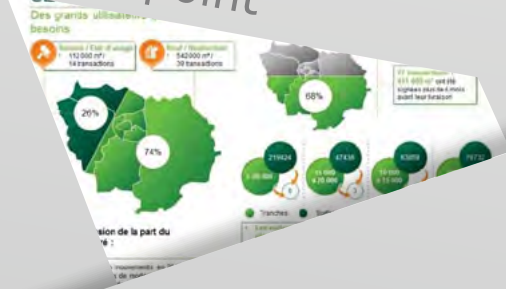
Offline

Officine

Pop up Banners



Powerpoint



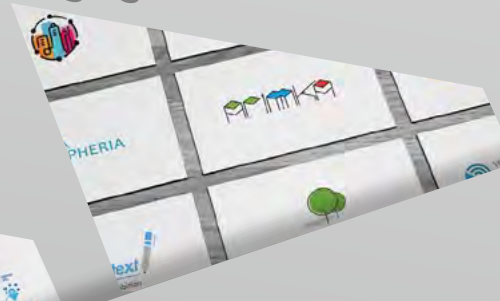
Brochures



Posters



Logos

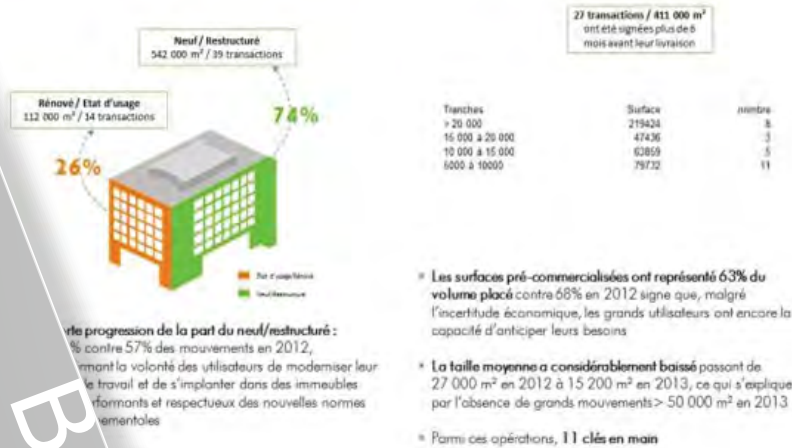


White Papers



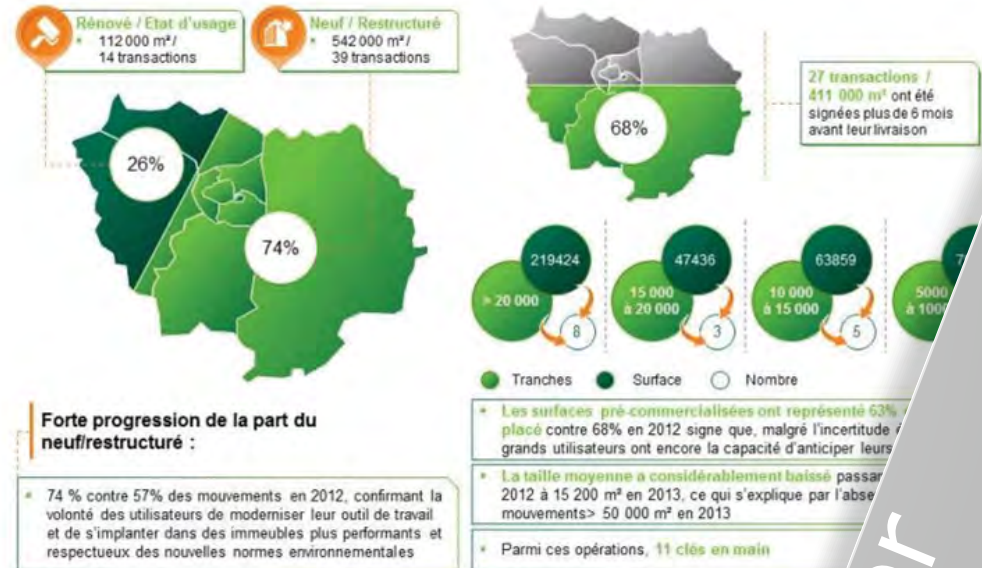
SEGMENTATION ET TYPOLOGIE

Des grands utilisateurs qui privilégient toujours les locaux de qualité et anticipent leurs besoins



SEGMENTATION ET TYPOLOGIE

Des grands utilisateurs qui privilégient toujours les locaux de qualité et anticipent leurs besoins





Mediametrie



La révolution numérique : un environnement moteur

Le foisonnement et la généralisation des équipements numériques : **3 millions de TV connectées**
x écrans par foyer

Des modes d'accès aux contenus transformés : **2/3 d'équipés ADSL inscrits réseaux sociaux**

Nouveaux comportements « any time, anywhere, any device » :
45% d'équipés smartphones

Une consommation de médias accrue :
+15% de contacts médias et loisirs numériques en 5 ans



Before

LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE :

UN ENVIRONNEMENT MOTEUR



Des modes d'accès aux contenus transformés :

67% d'équipés ADSL
inscrits réseaux sociaux

After

[Back to contents page](#)

HAVING DIRECT CAMPAIGNS PRIORITIZED BEFORE THE EXCHANGE

PROVIDING MORE VALUE

- RTB is based on second price, while **RTA gives you full value for each user**
- When Criteo accesses the primary adserver more users are visible, with higher CTRs → **more impressions bought by Criteo at higher CPMs**
- We do not have tools to push our RTB buys, while we're ready to spend more in direct

In some markets RTB is not currently mature enough to be viewed as a true auction marketplace: you will **get more by going direct!**

Copyright © 2012 Criteo

criteo

Before

HAVING DIRECT CAMPAIGNS PRIORITIZED BEFORE THE EXCHANGE

PROVIDING MORE VALUE



RTB is based on second price, while **RTA gives you full value for each user**

When Criteo accesses the primary adserver more users are visible, with higher CTRs → **more impressions bought by Criteo at higher CPMs**

We do not have tools to push our RTB buys, while we're ready to spend more in direct

In some markets RTB is not currently mature enough to be viewed as a true auction marketplace: you will **get more by going direct!**

Copyright © 2012 Criteo

After

➤ **Notre mission :** être la voix des entrepreneurs de croissance auprès des pouvoirs publics

S'informer :

- Actualité
- Médias
- Analyses
- Tendances de marché
- Evolutions réglementaires
- Innovations
- Business Model
- création d'entreprises
- financements

Débattre :

- Points de vue
- Expérience
- Expertise
- Petits déjeuners
- Dîners débats
- Partage
- Témoignages
- « Be to Be »
- Evénements

Recommander :

- Articles de presse
- Talk-Shows TV
- Spring Campus
- Manifestes de campagne
- Journaux de campagne
- Guides pratiques
- Business International
- Influence

Before

Notre mission : fédérer les dirigeants d'entreprises en forte croissance et leurs partenaires



After

CAP WINE INTERNATIONAL

Overview



April 5, 2012

Before



After



Pocket Result

PROMESSE de PR



Pocket Result c'est le **waze** de la **BI**

!

- ❖ Nos solutions vous permettent de choisir rationnellement « le meilleur chemin ». Les décisions deviennent faciles à prendre.
- ❖ Nos solutions vous permettent de décider instantanément
- ❖ Dans un environnement complexe et en perpétuel mouvement, nous vous disons où vous êtes et où vous voulez aller !



© 2014 Pocket Result

PROMESSE de PR



Pocket Result
c'est le **waze**
de la **BI** !

- Nos solutions vous permettent de choisir rationnellement « le meilleur chemin ». Les décisions deviennent faciles à prendre.
- Nos solutions vous permettent de décider instantanément
- Dans un environnement complexe et en perpétuel mouvement, nous vous disons où vous êtes et où vous voulez aller !



© 2014 Pocket Result

Before

After

Pop up Banners

**A VENDRE
A LOUER.fr**

A pop up banner with a white background and a large grey house outline. The top left features a red and white logo with the text 'A VENDRE A LOUER.fr'. The right side is a grid of colorful squares (red, blue, white) containing various icons: a house, a key, a hand holding a key, a house with a checkmark, a house with a plus sign, a house with a minus sign, a house with a dollar sign, a house with a percentage sign, a house with a gear, a house with a magnifying glass, a house with a speech bubble, a house with a location pin, a house with a calendar, a house with a clock, a house with a play button, a house with a stop sign, a house with a refresh icon, a house with a share icon, a house with a print icon, a house with a download icon, a house with an upload icon, a house with a delete icon, a house with a restore icon, a house with a redo icon, a house with a undo icon, a house with a redo icon, a house with a undo icon.

SatisFactory
SOLUTIONS DE SATISFACTION CLIENT

Speed up
your customer's
satisfaction.

Baromètre Nouvelle Génération

- Interrogation des clients aux moments clés via le bon canal
- Indicateur(s) clé(s)
- Questionnaire intelligent
- Partage des résultats
- Gestion des insatisfaits

Technologie

- Solution SaaS en ligne, architecture Cloud, depuis 2003
- Gestion d'enquêtes multicanal et multilingue
- Analyses statistiques temps réel
- Gestion multiutilisateurs
- Interfaçage avec système d'information de nos porteurs

SatisFactory
HELPS YOU DRIVE AND IMPROVE CUSTOMERS SATISFACTION.

Partners: **Pierre & Vacances (Groupe Fun)**, **AA**, **MEUBRECOOT**, **gan**, **L'OCCITANE DE FRANCE**, **TOTAL**, **PlusMort**, **Gen-ed.com**, **NAVTEO**, **Virgin**, **ELITE**, **LAPEYRE**, **SFR**

LOOK VOYAGES

A pop up banner for Look Voyages. It features a white background with a red logo at the top left. The main image is a collage of travel-related photos: a person hiking on a mountain, a woman taking a photo, and a collection of suitcases. The bottom right corner has a red banner with the website URL.

www.look-voyages.fr

Medina Foot
The true experience of football

Le Foot à 5 débarque enfin au Maroc...

★ A 10 minutes du centre-ville, ★

le premier centre de Foot à 5 du Maroc ouvre ses portes

Medina Foot t'accueille
7j/7 de 9h à minuit :

4 terrains indoor et bientôt
5 terrains outdoor

Des vestiaires avec douches cosy et confortables

Des places de parking réservées

RADIO MARS
Coca-Cola
HIT RADIO



CONSULTATION A2C
Gare de Lille flandres
Lot n°1

Mémoire global pour l'ensemble des emplacements
22 mars 2013

SNCF

SSP France **a2c**

Pour l'occupation et l'exploitation sur le réseau ferré de 5 Emplacements (d'une surface totale d'environ 1000m²) à usage de Vente à emporter afin à consommer sur place de produits de restauration.

01

Que cherchent les consommateurs à travers le "Fraisieur des produits" ?

- » un goût bon (17%)
- » un produit préparé sur le moment (36%)
- » un goût délicieux (33%)
- » une boisson rafraîchissante (21%)
- » une fraîcheur des ingrédients (29%)

PRIX

52%

52% des voyageurs seraient prêts à accepter de payer plus cher pour être satisfaits.

SATISFACTION DES CONSOMMATEURS

» Les produits, les services et le confort et l'esthétique des lieux de vente sont les dimensions contribuant le plus à la satisfaction des consommateurs.

OFFRE DE SERVICES

Les attentes des voyageurs portent sur des fonctionnalités :

- » La propreté du service (61%)
- » Le personnel attentif et professionnel (54%)
- » La propreté (54%)

Des besoins de services complémentaires :

- » Valuiter les déchets des trays (72%)
- » Le confort de l'espace de restauration (64%)
- » La tenue de service garanti (57%)
- » Prix et accès Wi-Fi (16%)

61% 54% 54%

72% 64% 57% 16%

» La propreté (64%)

» La tenue de service garanti (57%)

» Prix et accès Wi-Fi (16%)

Brochures



BIG PICTURE, SMART DATA

SOYEZ SURPRIS PAR VOS (DONNÉES) CLIENTS !

03 **webhelp**

Une autre tendance émergente est l'expression de l'Internet des Objets* qui donne lieu à la collecte de nouveaux données et à l'intégration de nouvelles méthodes d'analyse.

Orange a ainsi lancé le **challenge Data+voice** sur le thème « Les objets connectés et les données ». Le concours invite les écoles, le grand public, les développeurs et les entrepreneurs Français à imaginer le monde connecté du futur. Ce challenge vise à fédérer un écosystème des objets connectés et du Big Data de demain.

Le photographe **Eric Sadin**, invité du congrès Big Data 2015, évoque quant à lui dans son dossier **«L'Internet des Objets : une révolution disruptive ?»** pour décrire l'impact de cet Internet des objets et du Big Data sur nos existences.

webhelp

ACHIEVING OBJECTIVES

It's clear that VOC needs to be managed by a multi-disciplinary team that breaks down organizational silos, uses VOC to identify problems and getting the whole business to resolve them. If VOC remains the control of the customer management department it may do much to improve the service experience but will have limited impact on the business and its financial performance.

So, when establishing a VOC programme organizations must:

- 1. Draw data from multiple VOC techniques and touch points.
- 2. Establish a multi-disciplinary team with senior management sponsorship to ensure insights from the data are used to drive change across the business.
- 3. Establish business insight teams to interpret the data for business change.
- 4. Use insight teams to change management behaviours will be responsible for implementing recommendations.
- 5. Create a feedback loop to measure the impact of change on both financial performance and customer experience.

A CLOSED LOOP VOC STRATEGY



White Papers

[Back to contents page](#)

Logos



storetail
CONSEIL EN MARKETING POINT DE VENTE

Quotidien



ImmoSt

apimka

SPHERIA

votre
client



Saforia

business**text**



2

online

OrdiLine

Prezi



Web Banners



Infographics



Newsletters



Webdesign



Prezi



[Back to contents page](#) >

Prezi



[Back to contents page](#) 

Infographics

DARE TO SHARE INNOVATION AWARDS 2015 EDITION!

This year **SECURITIES SERVICES** will join **CIB** for a common event.

Discover how to participate to the CIB/Securities Services innovation awards starting 24 February!
N.B: Only projects implemented within 2014 will be eligible for the awards.

A selection process in 3 steps

- 1st selection, by the regions
- Shortlist, by Securities Services Executive Committee
- Final selection in June, by a mixed CIB/Securities Services jury.

Key dates to keep in mind

- 24 February - 17 March: Each head of region with the help of the local innovation leaders will collect the innovations
- 17 March - 24 March: The regions will shortlist up to 6 innovations (except France with 11). The final innovation projects will be selected by the Global Innovation Committee
- 25 March - 1 April: The rest of the Executive Committee (excluding the regional heads) with the help of the global innovation team will select 30 prospects.
- Week of April 6: The global innovation team will announce the Securities Services shortlisted projects and then send them to the CIB/Securities Services Jury for final selection
- June: CIB/Securities Services winners to be announced!!!

15 categories

Breaking silos (cross group)	CSR	Originate to Distribute	Simple & efficient	Innovative Structuring
BNP Paribas Brand	Employee satisfaction	Process optimization	Agility and adaptability	Regulatory monitoring and security

Customer Experience AT A GLANCE

WHAT IS TNT'S BRAND SENTIMENT?

POSITIVE: 84.7%
 TOTAL POSTS: 11,000

WHERE ARE CONVERSATIONS HAPPENING?

FACEBOOK: 104,000
 TWITTER: 104,000, 8,721

WHAT ARE TNT'S CUSTOMERS SAYING?

- CALL RESPONSE TIME: 15 min
- WANT TO IMPROVE THIS? [CLICK HERE](#)
- WANT TO MAXIMISE THIS? [CLICK HERE](#)
- WANT TO REDUCE THIS? [CLICK HERE](#)
- EMAIL RESPONSE TIME: 8.9 hrs
- >24 hrs

CUSTOMER EXPERIENCE FACTS

WEBHELP 710 SCORE

Unbelievable! Two separate occasions of being left on hold for 6 mins and both times my calls were dropped by your system!!!

Really struggling to get through to someone who can help us with an invoicing query keep getting bounced about

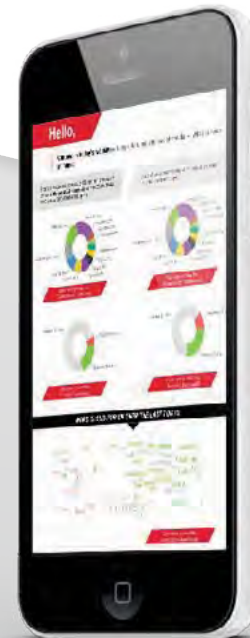
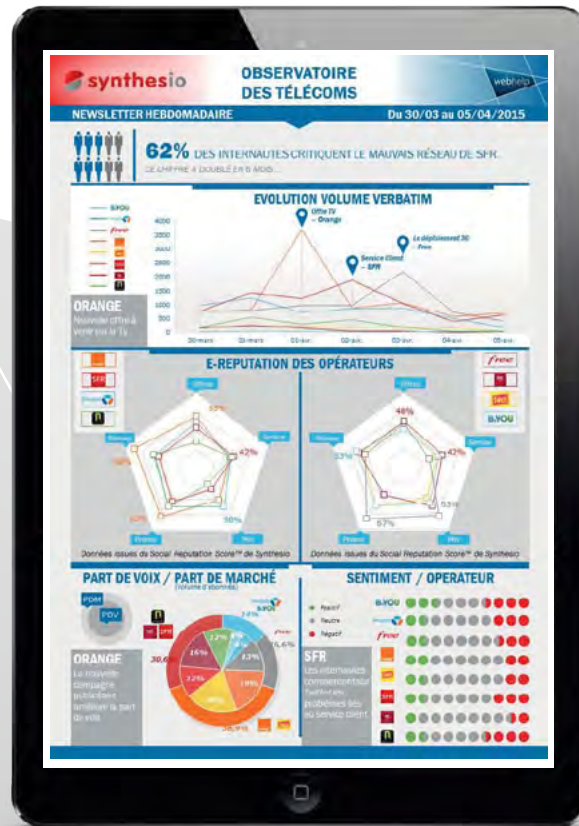
Web Banners



Webdesign



Newsletters



Contact us :
Marianne TAUDIERE
Digital Project Manager
+44 (0) 74 6841 4644
mtaudiere@uk.webhelp.com

FEEL LIKE
REACHING
OUT ?