

"SELECTIONNIST"

INNOVATION PUBLICITAIRE

SELECTIONNIST propose aux éditeurs de magazines et aux annonceurs d'amplifier leurs campagnes print en offrant un service digital interactif aux lecteurs



SELECTIONNIST, première solution web et mobile permettant d'identifier et de retrouver tous les produits présents dans la presse magazine grâce à une technologie de reconnaissance visuelle, offre désormais aux éditeurs et annonceurs un nouvel outil publicitaire permettant de transformer une parution éditoriale et une publicité "Print" en un second écran "Digital" via une simple photo.

SELECTIONNIST, UNE TECHNOLOGIE INNOVANTE AU SERVICE DES ÉDITEURS

SELECTIONNIST propose désormais son offre et ses nouveaux formats publicitaires aux éditeurs de presse magazine. En rendant connecté l'ensemble des contenus présents dans les magazines féminins notamment, SELECTIONNIST crée un nouvel outil publicitaire à destination des éditeurs.

Grâce à sa technologie de reconnaissance visuelle développée en partenariat avec l'INRIA, SELECTIONNIST permet de flasher les contenus éditoriaux et les publicités visibles sur certains supports de presse magazine.

Une fois la publicité reconnue, les utilisateurs sont redirigés depuis leur Smartphone vers un service associé (liste des points de vente, demande d'échantillons...) ou un contenu dédié (site web dédié, tutoriel ...)

En lançant ce nouvel outil sur le marché publicitaire, SELECTIONNIST élargit le champ des possibles pour les éditeurs de presse magazine qui peuvent désormais commercialiser de nouveaux formats innovants de publicité connectée. Enfin et afin d'associer les supports à cette co-création de valeur, SELECTIONNIST prévoit de reverser une partie de ses revenus aux éditeurs partenaires.



SELECTIONNIST, UN OUTIL PUBLICITAIRE CROSS CANAL POUR LES ANNONCEURS

Fort d'une première expérience réussie avec un grand nom de la presse féminine haut de gamme, Selectionnist propose désormais son offre publicitaire aux annonceurs mode, beauté, culture, enfance et décoration et associe les éditeurs de presse à ce nouveau modèle économique.

Côté beauté, dans le cadre de la campagne **Lancôme sur le mascara Hypnose**, la double page du Cosmopolitan de juin a été rendue flashable par la technologie SELECTIONNIST. Afin d'inciter les lectrices à photographier la page et à découvrir le mascara associé, le dispositif prévoyait d'associer une surprise à destination des lectrices ayant flashé - un lipstick était offert pour tout achat.

Côté mode, à l'occasion de la campagne **Comptoir des Cotonniers x Sarah Lavoine**, SELECTIONNIST a relayé l'univers de la marque sur son site web et son application au travers d'une page dédiée mettant en avant les produits de la collection et les visuels associés ainsi qu'un relai sponsorisé des actualités de la collection au sein des résultats de recherches et des thématiques dédiées.



SELECTIONNIST, DES OUTILS POUR ALLER PLUS LOIN DANS L'INTERACTION AVEC LES LECTEURS

SELECTIONNIST propose à ses partenaires les fonctionnalités suivantes :

- **Option redirection** : Une redirection du flash vers la page de leur choix
- **Option de collecte mail** : Pop-up d'inscription proposant de bénéficier d'une offre spéciale
- **Option jeu-concours** : page jeu concours auto-promo, qualification de la base d'utilisateurs ayant participé, relais sur les supports SELECTIONNIST
- **Option drive to store** : Géolocalisation de l'utilisateur lors du flash et redirection vers le point de vente du choix de l'annonceur
- **Option contenu enrichi** : Intégration d'un contenu interactif (tutoriel, vidéos, photos, articles ...)

L'application SELECTIONNIST invite le lecteur à préciser le titre qu'il est en train de lire, ce dispositif est prévu pour pouvoir être différent d'un support à l'autre selon la cible et l'objectif et peut s'adapter aussi bien à une parution publicitaire qu'à un relai éditorial.

Séduisant de nouveaux annonceurs en quête d'innovation, ce nouveau format publicitaire « second écran » sera disponible dès la rentrée.

Enfin, SELECTIONNIST fait bénéficier à ses partenaires d'un data reporting mettant en exergue l'analyse des parutions (magazine, numéro, visibilité, type de produit, earned vs. paid), le profiling utilisateurs (géolocalisation, CSP, genre, âge) ainsi qu'un reporting sur la pertinence du dispositif associé.

A Propos de Selectionnist :

Start-up fondée en France en 2014 par 2 serial entrepreneuses. Tatiana JAMA et Lara ROUYRES, SELECTIONNIST est le premier site internet permettant aux lecteurs de presse magazine de retrouver l'ensemble des produits sélectionnés par la presse à travers 5 univers dédiés : Mode, Beauté, Déco, Culture, Enfant.

Souvent vu par les lectrices de presse et les marques comme le service que l'on attendait ou « la destination inspiration pointue du moment », Selectionnist a été élue start-up innovante de l'année 2015 par les IMC Awards.

L'application **SELECTIONNIST** est disponible gratuitement sur [l'App Store](#) et [Google Play](#).