

Mixdata révolutionne la prospection d'entreprise ultra ciblée

Par la rédaction du Journal de l'éco | Le 18/12/2015 à 05:30



Mixdata, basé à Boulogne-Billancourt (92), détient le statut de Jeune Entreprise Innovante (JEI) depuis 2014. Et pour cause. L'entreprise innove dans la Smart data BtoB, en proposant un moteur de recherche ultra ciblé qui mixe les données légales et les données provenant du web. Franck Lévy, directeur général, nous en fait la présentation.

“ Identificateur d'entreprises nouvelle génération

Des datas ultra segmentées. Mixdata a créé un moteur de recherche novateur, qui s'adresse principalement au service commercial et marketing des entreprises. « Nous avons appliqué les technologies du Big Data à l'univers du BtoB », précise Franck Lévy. Pas moins de 9 millions de sites web sont régulièrement crawlés et analysés par Mixdata. Toutes les données légales des sociétés sont accessibles (coordonnées complètes, CA, effectif, Siren...), mais pas seulement, puisque Mixdata détecte aussi et surtout les informations contenues sur les sites des entreprises. « Une recherche avancée permet de restituer une liste d'entreprises, avec des critères très précis », poursuit le directeur général. « Vous pouvez rechercher des entreprises selon des critères inédits comme les mots-clé contenus sur les sites, les technologies utilisées, le caractère marchand ou non du site, la présence sur les réseaux sociaux, etc. » Les utilisateurs bénéficient également d'un accès direct aux contacts rattachés aux sociétés.

La recherche par mots-clés est très pointue. Franck Lévy indique : « Imaginez que vous recherchiez toutes les entreprises qui vendent des bougies parfumées. Mixdata propose alors une liste de quelques milliers d'entreprises. Vous affinez ensuite votre recherche, avec d'autres critères : région, chiffre d'affaires, site e-commerce ou non. Et même le mode de livraison des e-commerçants de bougies parfumées (colissimo, Point Relais...), ou les banques partenaires, vous seront connues. » Tout devient possible. Un véritable bijou pour les commerciaux et les services marketing qui trouvent, en un rien de temps, les sociétés susceptibles d'avoir besoin de leurs produits. Une vraie manne aussi pour tous les prestataires qui souhaitent cibler les e-commerçants !

“ Cibler les sites similaires

A partir des caractéristiques d'une entreprise et de l'analyse sémantique de son site web, l'algorithme développé par Mixdata propose des entreprises similaires. « Une liste d'entreprises est élaborée, à partir des points de similarités de votre portefeuille de clients actuels. Cela devient ainsi un cœur de cible pour les équipes commerciales. » L'hyper-personnalisation est également valable pour identifier les entreprises en croissance dans un marché cible, les entreprises qui recrutent, ou encore rechercher des nouveaux partenaires solides financièrement.

“ Un gain de temps pour les commerciaux

Franck Lévy déclare : « Notre objectif est de proposer Mixdata à toutes les entreprises qui souhaitent identifier plus facilement des prospects stratégiques et faire gagner du temps à leurs commerciaux. »


Les data de Mixdata :

- 7 millions de sociétés en entrée
- 9 millions de sites analysés
- 800 000 sites web associés
- 300 millions de pages indexées
- 900 technologies détectées
- 5 millions de profils sociaux rattachés en temps réel aux entreprises



(<http://lejournaldeleco.fr/wp-content/uploads/2015/12/mixdata1.jpg>)

Un publi-rédactionnel du Journal de l'éco

 En savoir plus sur cette entreprise

 Commenter cet article

