 MEDIA GROUP

meltygroup multiplie ses revenus publicitaires natifs par quatre avec Taboola

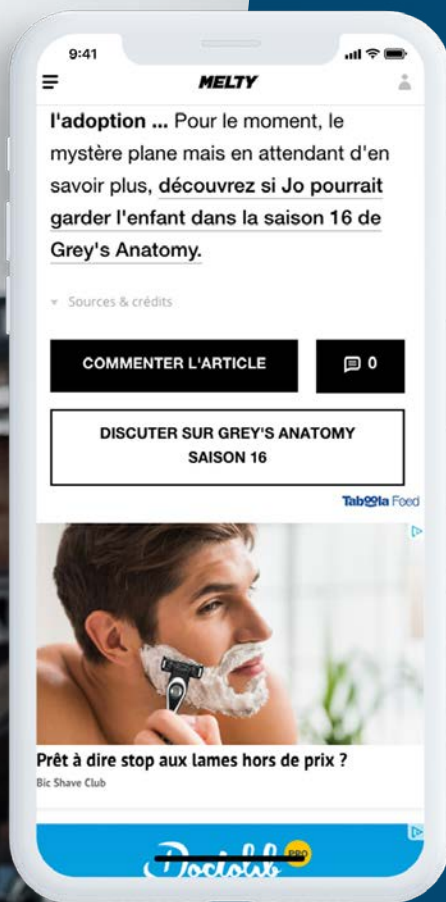
MELTY

« La transition vers le Taboola Feed et notre partenariat avec Taboola sont un véritable succès. Grâce au savoir-faire et à la détermination de leurs équipes, nous avons réussi à trouver un très bon équilibre entre la monétisation de contenus sponsorisés, la recirculation de nos contenus organiques et une expérience optimale pour nos utilisateurs. »

-Jean-Marc Yildiz,
Directeur Digital meltygroup

x4

Des revenus publicitaires
natifs du groupe avec une
implémentation plus ambitieuse



SOCIÉTÉ

meltgroup est le premier groupe média spécialiste de la “youth culture” sur internet en France. Ses sites dédiés aux 15-35 ans, son écosystème social et ses trois chaînes Snapchat Discover comptabilisent plus de 100 millions de visites chaque mois.

CHALLENGE

Optimiser la monétisation des pages contenu et la recirculation organique, tout en offrant une expérience adaptée aux usages de ce lectorat.

SOLUTION

Déployer le **Taboola** Feed sur les supports mobiles, afin d’offrir aux internautes un flux continu et personnalisé de contenus sponsorisés et organiques.

RÉSULTATS

Grâce aux solutions **Taboola**, parfaitement intégrées dans les environnements de **meltgroup**, le revenu par mille (RPM) a sensiblement augmenté et la recirculation organique est restée puissante.

Le Taboola Feed engage les lecteurs dans une expérience personnalisée de contenus sponsorisés et organiques

Introduction

Fondé en 2008 par Alexandre Malsch et Jérémy Nicolas, et présidé depuis février 2018 par Bruno Massiet du Biest, melty est l'un des principaux médias français d'information et de divertissement dédié aux millennials et à la Youth Culture sur Internet. Avec une audience qui rassemble 50% des jeunes en France, le groupe enregistre chaque mois 100 millions de visites cumulées sur toutes les plateformes numériques comportant notamment cinq sites internet, trois chaînes Snapchat et 10 pages Facebook.



Trouver le juste équilibre entre monétisation et recirculation

Fin 2018, **meltygroup** a choisi de déployer **Taboola** pour proposer une expérience comparable à celle rencontrée sur les réseaux sociaux : **Taboola Feed**, un flux de contenus vertical et infini. Le lecteur interagit donc plus longtemps avec les contenus sponsorisés, maximisant ainsi les performances de monétisation.

meltygroup devait par ailleurs faire face à un autre défi, celui de la recirculation de ses contenus organiques. Avant d'intégrer le **Taboola Feed**, les articles étaient en "infinite scroll", proposant aux utilisateurs de découvrir l'article suivant uniquement via un scroll. En résultait un nombre de pages vues par utilisateur significatif, mais avec un engagement relativement faible.

Aujourd'hui, **meltygroup** a trouvé son équilibre avec le **Taboola Feed**, qui alterne contenus sponsorisés et contenus organiques. Le nombre de pages vues par visite a atteint 80% des performances antérieures, un score particulièrement élevé quand on sait qu'il s'agit désormais d'une audience réellement engagée, et qu'en parallèle, la monétisation a fortement progressé.

Un déploiement en mode "test and learn" et sur tous les supports

La collaboration entre **meltygroup** et **Taboola** s'est avérée être un véritable modèle d'agilité. L'engagement des équipes **Taboola** d'une part, et la volonté de **meltygroup** à tester de nouvelles choses d'autre part, ont donné naissance à un partenariat évolutif, au service de la performance monétaire, du respect de l'audience et de la recirculation des contenus organiques.

De nombreux tests ont en effet été mis en place pour trouver le parfait équilibre entre ces trois objectifs. La personnalisation graphique et l'équilibre sponsorisé vs. organique du **Taboola Feed** sont ainsi passés par de multiples versions afin de trouver la plus optimale, répondant aux attentes et aux besoins de **meltygroup**.

Parce que les technologies **Taboola** sont extrêmement flexibles, **meltygroup** a également pu les déployer facilement sur toutes les plateformes - sites Internet, sites mobiles, pages AMP et applications mobiles.

Ce modèle de partenariat 'Test and learn' fait de **Taboola** un allié de poids dans tous les challenges éditoriaux et monétaires du **groupe Melty**.