

ZeKom ze-kom.com

Le site de référence du microcosme de la communication

Conçu pour les professionnels de la communication, soit 40 000 personnes en France, ZeKom dévoile tout sur le secteur de la presse. Guide des médias, annuaires, pages de la publicité, campagnes en cours et passées, participations aux *bus-mailing* et aux salons, vous connaîtrez tout des supports, même leurs plannings rédactionnels. Ainsi, vous serez au courant des plans média de vos concurrents. Sans surprise, le premier domaine visé est l'informatique, avant le secteur automobile. ZeKom déclare suivre



Outre sa base de données, ZeKom propose des services comme, par exemple, des alertes *e-mail*, des études et des listes de diffusion.

7 000 sociétés et 8 000 campagnes avec, à ce jour, 20 000 pages de publicité pigées dans 538 supports. 30 personnes assurent le fonctionnement du

site. Toutes les saisies sont réalisées dans une base 4D synchronisée avec le site web, qui met en œuvre une base MySQL couplée à un serveur Linux/Apache. L'accès sera facturé à partir de 2 000 F (305 €) par mois.

Alain Clapaud



Conception Interne
Plate-forme PC/Linux/Apache
Hébergement interne
Mise à jour Quotidienne puis horaire

LA LETTRE DE L'ATELIER BNP PARIBAS
18/12/00

- ZeKom, portail dédié aux professionnels de la communication informatique.

Créé en octobre 2000 par Paul Kuhn, le portail zekom (<http://www.zekom.fr>) donne accès à toutes les campagnes de publicité des annonceurs du secteur de l'informatique, à toutes les piges publicitaires parues ainsi qu'aux différentes informations sur les sociétés référencées.

Au total, plus de 8 000 sociétés, dont 110 groupes et 450 supports de presse, plus de 10 000 campagnes de pub, plus de 29 000 pages de pub pigée, plus de 14 000 visuels scannés et plus de 400 salons.

ZeKom aide les professionnels de la communication à construire, comparer et analyser toutes les informations dont ils ont besoin.

Le concept, focalisé aujourd'hui sur le marché français de la communication informatique, sera décliné ultérieurement dans d'autres pays européens ainsi que sur d'autres secteurs d'activité.

(Christine Weissrock – Atelier BNP Paribas – 18/12/2000)

01net. Recherchez dans... ok

Comment conquérir de nouveaux et fidéliser vos clients

sage

TROUVEZ PLUS VITE!

rubriques

- ▶ actualités
- ▶ emploi informatique
- ▶ s'équiper/choisir
- ▶ informatique d'entreprise
- ▶ sites et surf
- ▶ jeux
- ▶ nouvelle économie
- ▶ pratique
- ▶ magazine
- ▶ page d'accueil

matériels/logiciels

Trouvez votre produit parmi nos 60 000 références...

 ok

Puis comparez les prix chez nos affiliés

offres d'emploi

Chercher un poste

 ok

- ▶ Recherche multicritères
- ▶ Mon 01netemploi : gérez votre carrière

- ▶ 01net recrute

lettres gratuites

Abonnez-vous à la lettre 01net éco

 mon e-mail ok

html texte

- ▶ Découvrez nos lettres
- ▶ Gérez vos lettres

nos partenaires

- ▶ enchères high-tech avec ibazar
- ▶ librairie informatique avec Eyrolles

accès internet

01net.perf

comparez les performances des fournisseurs d'accès

références

Chercher une définition dans le glossaire

nouvelle économie



- actualité
- chiffres clés
- études
- liens utiles
- start-up
- levées de fonds
- investisseurs
- carrière
- rendez-vous
- guide d'achat

ACCUEIL > NOUVELLE ÉCONOMIE > ACTUALITÉ > MARKETING

WEBMARKETING

Zekom prépare une nouvelle pige publicitaire spécialisée

Le site ze-kom.com ouvrira en 2001 exclusivement en ligne sa base de données sur la publicité, destinée aux annonceurs du secteur informatique et des nouvelles technologies.

Par William Coop, Newbiz, le 24/11/2000

À LIRE RUSSE

▶ Publicité Internet: croissance en vue pour 2001 (01net. - 20/11/2000)

▶ e-pub en France: 462 millions de francs au premier semestre 2000 (01net. - 26/10/2000)

Afficher cette page pour l'imprimer

Envoyer cet article à un ami

fondateur, Paul Kuhn, toujours à la tête de la société Canopee Software, cette pige couvre trois fois plus de titres que celle de Sécodip (330 contre 93). A terme, le site devrait s'étendre sur d'autres secteurs d'activités comme la presse sur l'automobile ou le luxe. « Notre objectif est de générer 200 annonceurs abonnés, sur les 4 000 existants sur la première année », déclare ce pro des bases de données qui a investi 3 millions de francs pour lancer son site.

Prévu pour le 1^{er} janvier 2001, ce nouveau portail dédié aux professionnels de la communication proposera différentes prestations sur abonnement. Pour 300 francs par mois, un annonceur ou une agence de communication pourront souscrire à un service de veille sur les investissements publicitaires de leurs concurrents et accéder à l'annuaire de tous les acteurs du secteur.

Pour un tarif allant de 2 000 à 40 000 francs, ils pourront obtenir la pige de l'ensemble des supports de presse informatique, par société ou famille de produits. Selon son



- ▶ sommaire
- ▶ notre mission
- ▶ nous contacter
- ▶ notre équipe
- ▶ s'abonner
- ▶ annoncer

PRELUDE

NOKIA 6210

Grand sorcier

NEWBIZ EN LIGNE

- ▶ E-ECONOMIE
- Marc Giget : Pourquoi nous vivons un choc économique

01net.

PUBLICITE

<http://www.01net.com>

Zekom prépare une nouvelle pige publicitaire spécialisée

Par William Coop, Newbiz

Le 24/11/2000.

<http://www.01net.com/rdn?oid=129505>

Le site ze-kom.com ouvrira en 2001 exclusivement en ligne sa base de données sur la publicité, destinée aux annonceurs du secteur informatique et des nouvelles technologies.

Prévu pour le 1^{er} janvier 2001, ce nouveau portail dédié aux professionnels de la communication proposera différentes prestations sur abonnement. Pour 300 francs par mois, un annonceur ou une agence de communication pourront souscrire à un service de veille sur les investissements publicitaires de leurs concurrents et accéder à l'annuaire de tous les acteurs du secteur.

Pour un tarif allant de 2 000 à 40 000 francs, ils pourront obtenir la pige de l'ensemble des supports de presse informatique, par société ou famille de produits. Selon son fondateur, Paul Kuhn, toujours à la tête de la société Canopee Software, cette pige couvre trois fois plus de titres que celle de Sécodip (330 contre 93). A terme, le site devrait s'étendre sur d'autres secteurs d'activités comme la presse sur l'automobile ou le luxe. « *Notre objectif est de générer 200 annonceurs abonnés, sur les 4 000 existants sur la première année* », déclare ce pro des bases de données qui a investi 3 millions de francs pour lancer son site.

Attention ! Nous vous rappelons que l'impression de l'article affiché à l'écran n'est destinée qu'à un usage strictement personnel.
© 1999-2000, 01net.

fermer

Un outil de veille concurrentielle pour les professionnels de la communication

SERVICES

ZeKom ambitionne de devenir le premier portail européen dédié aux annonceurs, médias, agences de publicité.



Sept mille sociétés dont 110 groupes de presse, plus de 20.000 pages de publicité, 400 Salons spécialisés... Le secteur de l'informatique et des nouvelles technologies représente une manne pour les acteurs de la communication mais aussi un véritable casse-tête quand il s'agit de faire de la veille concurrentielle... Jusqu'alors, annonceurs, médias planners, attachés de presse, vendeurs d'espace et autres chefs de produits pouvaient s'appuyer sur des organismes tels l'OJD ou l'Argus de la presse pour disposer d'informations sur le marché de la presse informatique

Leur mode de travail pourrait bien être bouleversé par l'arrivée sur le Web, le 1^{er} janvier prochain, de ZeKom, premier portail dédié aux professionnels de la communication. The Com Company, la so-

ciété créée en mars 2000 par Paul Kühn (PDG de Canopée Software, membre fondateur d'Integra, développeur 4D) et Claude Hadad (créateur du cabinet Stratégie Management Consultant), ambitionne en effet de faire de son site le leader européen de l'information et des services en ligne dédiés aux annonceurs, médias, agences de publicité. Et, en se focalisant dans un premier temps sur le monde informatique, Paul Kühn espère tirer parti de la très forte dynamique du secteur. « Regrouper l'ensemble des acteurs et des supports permet de mutualiser les informations et donc de reconstituer un plan média », explique-t-il.

« Sur un pied d'égalité. » Un directeur de marketing d'une entreprise informatique pourra par exemple obtenir toutes les données qu'il souhaite sur la stratégie média d'un concurrent : nombre de campagnes référencées par produit, supports utilisés, agences de publicité mandatées, interlocuteurs privilégiés... « On facilite la veille concurrentielle en mettant tout le monde sur un pied d'égalité », avance Paul Kühn. Il est vrai que faire les pages page par page prend beaucoup de temps. « Cet outil peut apporter un gain de temps phénoménal, relève Stéphane Chevallier, directeur de publication du pôle profes-

sionnel du groupe Presse Image, qui teste le portail. C'est un excellent complément de Secodip ou Tarif Média, qui ne vont pas assez loin dans l'analyse du marché. »

Paul Kühn affirme ne pas avoir de concurrents directs : « Soit ils ne sont pas en ligne, soit plus généralistes. Secodip recense par exemple 23 familles de produits là nous en recensons 560... » Certes, mais ce dernier pourrait bien vite damer le pion de ZeKom si l'envie lui prenait d'investir rapidement dans la même force de frappe. Ayant investi 3 millions de francs en fonds propres, la société devrait lever, au premier trimestre 2001, 15 à 20 millions de francs pour mener ses développements européens (Grande-Bretagne, Allemagne et Europe du Sud) et thématique (automobile puis maison-loisirs).

Les revenus proviendront des pages, des abonnements ou des forfaits ainsi que de la facturation des services. 100 revues et 200 annonceurs clients (sur les 330 et 4.000 que compte respectivement le marché) sont escomptés pour la fin 2001. La publicité devrait rapporter 5 % du chiffre d'affaires, estimé à 14 millions de francs fin 2001 (pour 6 millions de pertes) et 110 millions fin 2003 (43,5 millions de résultat net) pour le seul secteur informatique.

CLARISSE JAY

01net.

PUBLICITE

<http://www.01net.com>

Zekom prépare une nouvelle pige publicitaire spécialisée

Par William Coop, Newbiz

Le 24/11/2000.

<http://www.01net.com/rdn?oid=129505>

Le site ze-kom.com ouvrira en 2001 exclusivement en ligne sa base de données sur la publicité, destinée aux annonceurs du secteur informatique et des nouvelles technologies.

Prévu pour le 1^{er} janvier 2001, ce nouveau portail dédié aux professionnels de la communication proposera différentes prestations sur abonnement. Pour 300 francs par mois, un annonceur ou une agence de communication pourront souscrire à un service de veille sur les investissements publicitaires de leurs concurrents et accéder à l'annuaire de tous les acteurs du secteur.

Pour un tarif allant de 2 000 à 40 000 francs, ils pourront obtenir la pige de l'ensemble des supports de presse informatique, par société ou famille de produits. Selon son fondateur, Paul Kuhn, toujours à la tête de la société Canopee Software, cette pige couvre trois fois plus de titres que celle de Sécodip (330 contre 93). A terme, le site devrait s'étendre sur d'autres secteurs d'activités comme la presse sur l'automobile ou le luxe. « *Notre objectif est de générer 200 annonceurs abonnés, sur les 4 000 existants sur la première année* », déclare ce pro des bases de données qui a investi 3 millions de francs pour lancer son site.

Attention ! Nous vous rappelons que l'impression de l'article affiché à l'écran n'est destinée qu'à un usage strictement personnel.
© 1999-2000, 01net.

fermer



REVUE DE PRESSE

DECEMBRE 2000

ZEKOM

RETOMBÉES PRESSE

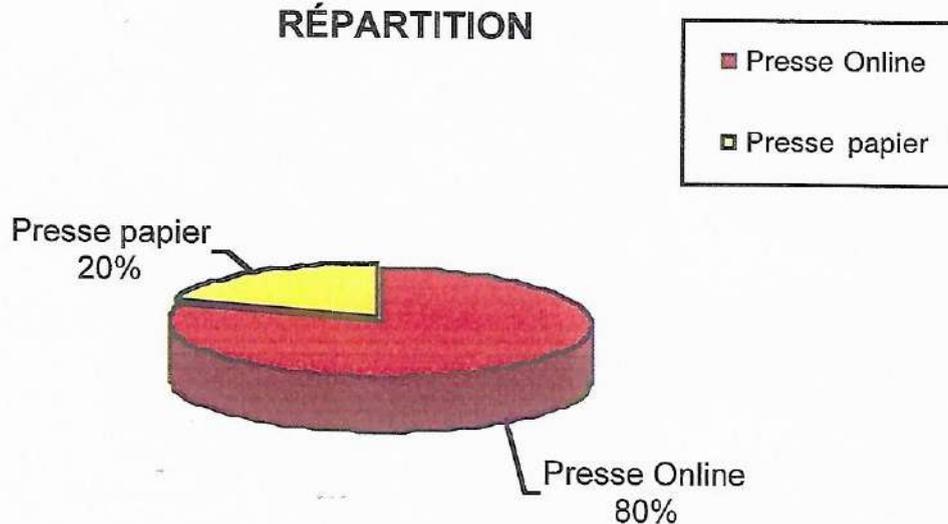
Décembre 2000

Récapitulatif

Type d'articles :

Type d'articles	Nombre d'articles
Articles dédiés	5

RÉPARTITION



ARTICLES DEDIES
Décembre 2000

PUBLICATIONS	DATE	PERIODICITÉ	TIRAGE	COMMENTAIRE
DIGITAL BUSINESS GLOBE	26 décembre 2000	Quotidien	NC	Zekom démarre en se positionnant sur le contenu professionnel concernant le monde de la communication et veut se transformer en marketplace
LA LETTRE DE L'ATELIER BNP PARIBAS	18 décembre 2000	Bimensuel	NC	ZeKom, portail dédié aux professionnels de la communication
ITR NEWS	8 décembre 2000	Quotidien	NC	ZeKom, portail dédié à la communication
LA TRIBUNE	7 décembre 2000	Quotidien	85 885	Un outil de veille concurrentielle pour les professionnels de la communication
01 NET	24 novembre 2000	Quotidien	NC	ZeKom prépare une nouvelle pige publicitaire spécialisée

DIGITAL BUSINESS GLOBE.com

LE QUOTIDIEN ÉCONOMIQUE DE L'INTERNET

Acheter l'édition du jour

Mardi 26 décembre 2000
- N° 337

Une publication de Digital
Business

S'abonner au DBG

S'abonner à la mailing-list

Accès abonnés

Recevez gratuitement
chaque jour les titres
du Digital Business
Globe

- Format HTML
 Format texte

Saisissez votre mail



SOMMAIRE DU JOUR

PRESENTATION
DU GROUPE

PUBLICATIONS

DEVENEZ PARTENAIRE

CONTACTEZ NOUS

PLAN DU SITE

A la une

- Après Ukibi, Vox Mobili et Freever, c'est au tour d'Atchik d'effectuer sa levée de fonds, témoignant du succès des solutions pour téléphone mobile auprès des investisseurs
- Sous l'effet d'une contre-OPA, le spécialiste américain du marketing eMail NetCreations échappe à DoubleClick
- Le Nasdaq menace de retirer de la cote les titres des sociétés en dessous du dollar

Dot Com

- Globalphoto, la marketplace de la photographie, table sur un CA de 15 MF pour 2001 et boucle sa levée de fonds
- L'Espagnol Edreams lance son site français et compte sur un CA de 12 ME au niveau européen

Web Agencies

- Effiliation, start-up française spécialiste de l'affiliation (détenue à 60 % par le groupe Palo Alto), table sur un CA de 21 MF à l'issue de

Advertising

- Zekom démarre en se positionnant sur le contenu professionnel concernant le monde de la communication et veut se transformer en marketplace
- Crisp-X.com de Kellogg's, le premier site qui "dort" la nuit et "vit" le jour

Markets & Finances

- Les valeurs Internet du Nouveau marché
- La semaine du Nouveau marché : Ixo fait son entrée sur un Nouveau marché orienté à la baisse

Banks & Insurances

- Seuls 6 % des Internauts ont passé des ordres sur les douze derniers mois et 23 %, des demandes de crédits en ligne, selon le baromètre Ipsos/Discountis
- Le "guide Michelin" des OPCVM, Funds-sp.com, affichera à côté des "top tens" les fonds les plus mauvais

L'ours

Licence

© Digital Business.
Tous droits de reproduction et de représentation réservés. Toutes les informations reproduites dans cette publication (articles, photos, infographies) sont protégées par des droits de propriété intellectuelle détenus par Digital Business. Par conséquent, aucune de ces informations ne peut être reproduite, modifiée, transmise, rediffusée, traduite, vendue, exploitée commercialement ou réutilisée de quelque manière que ce soit sans l'accord préalable écrit de Digital Business.

Conditions générales de vente

Se désabonner
de la mailing list

OK

- l'exercice 2001
- Introduction au protocole TCP/IP

Carriers & Providers

- FAI : Netfraternity pense au rachat de Freedomland, mais le groupe italien dément
- Dans le cadre d'une privatisation partielle, Vivendi Universal rachète 35 % du capital de l'opérateur Maroc Telecom
- Brèves : France Télécom détient 85 % de la filiale suisse d'Orange - Carrier1 prévoit un CA 2001 compris entre 420 M\$ et 450 M\$ - Telefonica DataCorp et AOL concluent un partenariat stratégique

CONTACT

DIGITAL BUSINESS

42, rue du Faubourg
Poissonnière - 75010 PARIS
Tél : 01 53 34 03 03 - Fax : 01
53 34 03 00 Email :

infocom@digitalbusiness.fr [Revenir en haut de la page](#)

Un outil de veille concurrentielle pour les professionnels de la communication

SERVICES ■

ZeKom ambitionne de devenir le premier portail européen dédié aux annonceurs, médias, agences de publicité.



Sept mille sociétés dont 110 groupes de presse, plus de 20.000 pages de publicité, 400 Salons spécialisés... Le secteur de l'informatique et des nouvelles technologies représente une manne pour les acteurs de la communication mais aussi un véritable casse-tête quand il s'agit de faire de la veille concurrentielle... Jusqu'alors, annonceurs, médias planners, attachés de presse, vendeurs d'espace et autres chefs de produits pouvaient s'appuyer sur des organismes tels l'OJD ou *L'Argus* de la presse pour disposer d'informations sur le marché de la presse informatique

Leur mode de travail pourrait bien être bouleversé par l'arrivée sur le Web, le 1^{er} janvier prochain, de ZeKom, premier portail dédié aux professionnels de la communication. The Com Company, la so-

ciété créée en mars 2000 par Paul Kühn (PDG de Canopée Software, membre fondateur d'Integra, développeur 4D) et Claude Hadad (créateur du cabinet Stratégie Management Consultant), ambitionne en effet de faire de son site le leader européen de l'information et des services en ligne dédiés aux annonceurs, médias, agences de publicité. Et, en se focalisant dans un premier temps sur le monde informatique, Paul Kühn espère tirer parti de la très forte dynamique du secteur. « Regrouper l'ensemble des acteurs et des supports permet de mutualiser les informations et donc de reconstituer un plan média », explique-t-il.

« **Sur un pied d'égalité.** » Un directeur de marketing d'une entreprise informatique pourra par exemple obtenir toutes les données qu'il souhaite sur la stratégie média d'un concurrent : nombre de campagnes référencées par produit, supports utilisés, agences de publicité mandatées, interlocuteurs privilégiés... « On facilite la veille concurrentielle en mettant tout le monde sur un pied d'égalité », avance Paul Kühn. Il est vrai que faire les pages page par page prend beaucoup de temps. « Cet outil peut apporter un gain de temps phénoménal, relève Stéphane Chevallier, directeur de publication du pôle profes-

sionnel du groupe Presse Image, qui teste le portail. *C'est un excellent complément de Secodip ou Tarif Média, qui ne vont pas assez loin dans l'analyse du marché.* »

Paul Kühn affirme ne pas avoir de concurrents directs : « Soit ils ne sont pas en ligne, soit plus généralistes. Secodip recense par exemple 23 familles de produits là nous en recensons 560... » Certes, mais ce dernier pourrait bien vite damer le pion de ZeKom si l'envie lui prenait d'investir rapidement dans la même force de frappe. Ayant investi 3 millions de francs en fonds propres, la société devrait lever, au premier trimestre 2001, 15 à 20 millions de francs pour mener ses développements européens (Grande-Bretagne, Allemagne et Europe du Sud) et thématique (automobile puis maison-loisirs).

Les revenus proviendront des piges, des abonnements ou des forfaits ainsi que de la facturation des services. 100 revues et 200 annonceurs clients (sur les 330 et 4.000 que compte respectivement le marché) sont escomptés pour la fin 2001. La publicité devrait rapporter 5 % du chiffre d'affaires, estimé à 14 millions de francs fin 2001 (pour 6 millions de pertes) et 110 millions fin 2003 (43,5 millions de résultat net) pour le seul secteur informatique.

CLARISSE JAY

Un outil de veille concurrentielle pour les professionnels de la communication

SERVICES

ZeKom ambitionne de devenir le premier portail européen dédié aux annonceurs, médias, agences de publicité.



Sept mille sociétés dont 110 groupes de presse, plus de 20.000 pages de publicité, 400 Salons spécialisés... Le secteur de l'informatique et des nouvelles technologies représente une manne pour les acteurs de la communication mais aussi un véritable casse-tête quand il s'agit de faire de la veille concurrentielle... Jusqu'alors, annonceurs, médias planners, attachés de presse, vendeurs d'espace et autres chefs de produits pouvaient s'appuyer sur des organismes tels l'OJD ou l'Argus de la presse pour disposer d'informations sur le marché de la presse informatique

Leur mode de travail pourrait bien être bouleversé par l'arrivée sur le Web, le 1^{er} janvier prochain, de ZeKom, premier portail dédié aux professionnels de la communication. The Com Company, la so-

ciété créée en mars 2000 par Paul Kühn (PDG de Canopée Software, membre fondateur d'Integra, développeur 4D) et Claude Hadad (créateur du cabinet Stratégie Management Consultant), ambitionne en effet de faire de son site le leader européen de l'information et des services en ligne dédiés aux annonceurs, médias, agences de publicité. Et, en se focalisant dans un premier temps sur le monde informatique, Paul Kühn espère tirer parti de la très forte dynamique du secteur. « Regrouper l'ensemble des acteurs et des supports permet de mutualiser les informations et donc de reconstituer un plan média », explique-t-il.

« Sur un pied d'égalité. » Un directeur de marketing d'une entreprise informatique pourra par exemple obtenir toutes les données qu'il souhaite sur la stratégie média d'un concurrent : nombre de campagnes référencées par produit, supports utilisés, agences de publicité mandatées, interlocuteurs privilégiés... « On facilite la veille concurrentielle en mettant tout le monde sur un pied d'égalité », avance Paul Kühn. Il est vrai que faire les pages page par page prend beaucoup de temps. « Cet outil peut apporter un gain de temps phénoménal, relève Stéphane Chevallier, directeur de publication du pôle profes-

sionnel du groupe Presse Image, qui teste le portail. C'est un excellent complément de Secodip ou Tarif Média, qui ne vont pas assez loin dans l'analyse du marché. »

Paul Kühn affirme ne pas avoir de concurrents directs : « Soit ils ne sont pas en ligne, soit plus généralistes. Secodip recense par exemple 23 familles de produits là nous en recensons 560... » Certes, mais ce dernier pourrait bien vite damer le pion de ZeKom si l'envie lui prenait d'investir rapidement dans la même force de frappe. Ayant investi 3 millions de francs en fonds propres, la société devrait lever, au premier trimestre 2001, 15 à 20 millions de francs pour mener ses développements européens (Grande-Bretagne, Allemagne et Europe du Sud) et thématique (automobile puis maison-loisirs).

Les revenus proviendront des piges, des abonnements ou des forfaits ainsi que de la facturation des services. 100 revues et 200 annonceurs clients (sur les 330 et 4.000 que compte respectivement le marché) sont escomptés pour la fin 2001. La publicité devrait rapporter 5 % du chiffre d'affaires, estimé à 14 millions de francs fin 2001 (pour 6 millions de pertes) et 110 millions fin 2003 (43,5 millions de résultat net) pour le seul secteur informatique.

CLARISSE JAY