Miser sur le divertissement numérique pour renforcer sa marque employeur :

une stratégie payante en période d'inflation



freemium play

Les conditions économiques difficiles de 2024 pouvaient laisser penser que les talents modéreraient leurs aspirations. Mais l'inverse s'est produit.

Etude Workmonitor 2025 de Randstad - Benoit Labrousse,
Président du Groupe Randstad France



Attirer et retenir les talents, travailler son attractivité

en touchant un maximum de collaborateurs, tout ceci dans un contexte budgétaire restreint : un pain point majeur des services RH en 2025 !

Comme Asics, ING, Deloitte et d'autres à retrouver dans ce livre blanc, offrir des abonnements aux services numériques préférés de ses collaborateurs peut se révéler une stratégie gagnante.
En effet, une entreprise qui fait ce geste - qui s'ancre dans le quotidien des collaborateurs - s'avère être une stratégie gagnante :

- Elle **lutte contre l'érosion du pouvoir d'achat** de ses salariés, à moindre coût, liée à l'inflation tarifaire des plateformes.
- Elle est totalement dans **l'air du temps**. C'est une entreprise qui a compris **les besoins de ses collaborateurs** et a à cœur de les fidéliser. Les divertissements numériques sont en effet au cœur de nos vies.
- Une entreprise qui offre Apple TV+, Netflix ou Spotify, booste son image en l'accrochant à celle des marques parmi les plus puissantes et les plus sexy au monde.
- Et enfin, en tant **qu'acteur** RH, vous valorisez **votre Marque Employeur**

73% des DRH disent manquer de candidats (Xerfi Spécific oct. 2023). Et 51% des Français se disent prêts à changer d'entreprise en 2025 (Rosaly - Buzzpress oct. 2024) si on leur propose de meilleures conditions ailleurs.

Et entre nous, quoi de plus satisfaisant que de profiter de Netflix aux frais du patron ?!

SOMMAIRE

I. Culture & Divertissement numérique : 5
Le Nouveau Superpouvoir des RH pour Attirer et Fidéliser

- Les talents recherchent plus qu'un salaire 6
- Comment transformer la culture et le divertissement en un outil d'engagement puissant 7
- Combien ça coûte à vos salariés ? 8

II. 5 Actions Concrètes 9
pour booster Votre Marque Employeur

1. Des offres d'emploi irrésistibles : différenciez-vous avec des avantages innovants 10

2. Des avantages salariaux nouvelle génération : dépassez le package classique et marquez les esprits 11

3. Accompagnement de la montée en compétence des employé/es : avec un accès libre à des plateformes de formations 13

4. Bien être et QVT : donner accès à des applications de santé mentale pour soutenir vos salarié/es au quotidien avec un suivi individualisé répondant à leurs besoins 15

5. Les bookclubs, un temps de team building engageant : Investissez dans des temps collectifs pour créer plus de cohésion – et former vos équipes grâce au pair-à-pair 18

III. FreemiumPlay 19
Des solutions simples pour offrir leurs abonnements numériques à vos collaborateurs

- Le format carte cadeau 20
- Nous vous aidons à vous démarquer pour embarquer, fidéliser et motiver vos équipes 21
- Notre API 25



CULTURE & DIVERTISSEMENT NUMÉRIQUE :

LE NOUVEAU SUPERPOUVOIR DES RH POUR ATTIRER ET FIDÉLISER

Les talents recherchent plus qu'un salaire

Les facteurs de motivation traditionnels, comme la rémunération, perdent leur influence. Certes, il y a le télétravail (mais rappelons que seul 30% de la population y a accès), les attentes justifiées sur le management ainsi que le sens.

Mais au delà, en transverse, 3 points se dégagent :

1. **La défense du pouvoir d'achat** : où comment combiner judicieusement salaire fixe, variable et avantages.

2. **le soutien à la santé mentale** et la contribution positive à la qualité de vie globale

3. **La formation et le développement personnel** : proposer des programmes flexibles pour travailler son employabilité (formation en ligne, coaching, nouvelles méthodes de travail...)



Travailler sa marque employeur n'a jamais été autant d'actualité : la capacité à répondre aux attentes des collaborateurs **de manière flexible et personnalisée** est le **must do RH en 2025** pour attirer et fidéliser les talents !

Comment transformer la culture et le divertissement en un outil d'engagement puissant

Les RH sont souvent exposés à la difficulté de devoir apporter des réponses spécifiques à différentes typologies d'employés (les jeunes parents, les familles monoparentales, les seniors...)

Avec + de 80% des foyers français détenant au moins un abonnement payant, la culture et le divertissement en ligne font l'unanimité. Netflix, L'Equipe ou PlayStation se sont frayés une place centrale dans nos vies (et nos portemonnaies) en moins d'une décennie. **(Bearing Point, Mai 2025)**

> ***« Au travail, à la pause déjeuner, il n'y a pas un jour sans une discussion sur les séries que l'on regarde !, confie ainsi Julien. Sur mes réseaux sociaux, en ce moment, la saison 3 de La Chronique des Bridgerton prend beaucoup de place. Si on n'a pas Netflix pour la voir, on est à côté de la plaque ! »***
>
> *Le Monde - 31 Mai 2024*

Ainsi, début 2025, les 18-24 ans Français étaient titulaires en **moyenne de 4,2 abonnements mensuels payants** de type culture / divertissement.
On parle de produits qui n'existaient pas alors qu'ils étaient encore au collège pour les plus âgés de cette tranche ! **(Bearing Point, Mai 2025)**

Si le nombre de souscriptions baisse régulièrement avec l'âge, on enregistrait quand même **3,4 abonnements mensuels pour les 35-49 ans.** Même les +65 ans en détenaient 2,3 en moyenne !

Enfin, **87% des internautes Français** de plus de 15 ans ont consommé au moins un bien culturel dématérialisé sur les 12 derniers mois **(Arcom, décembre 2023).**

Combien ça coûte à vos salariés ?

Spoiler alert : cher !

La dépense moyenne est vraiment élevée. Un peu plus de 42 € mensuellement pour les plus 18-24 ans, et encore un peu plus de 38 € pour les 35-49 ans (Bearing. Point 2025). Cashiiing !

Et encore, **ces montants ne prennent pas en compte le jeu vidéo, les applis de sport, de bien être etc** ! Les estimations les plus courantes tablent plutôt sur un **budget moyen de 80 €** / foyer. Tous. Les. Mois.



D'autant que depuis l'introduction de ces services en France, entre 2014 et 2024, leurs tarifs ont augmenté bien plus vite que l'inflation : +**67%** pour +Netflix, +**100%** pour Apple TV+ et Disney+, contre environ +**20%** pourl'indice des prix de l'INSEE sur la dernière décennie !

C'est là qu'une **solution type FreemiumPlay tire son épingle du jeu !**

Vous n'offrez alors pas un abonnement mais un crédit, un **pouvoir d'achat immédiat** que le bénéficiaire - votre salarié - va pouvoir exploiter, utiliser à sa guise selon ses propres arbitrages. Un crédit qu'il pourrait **cumuler d'un mois sur l'autre** pour s'offrir une offre plus Premium (sans pub, multi-comptes, meilleure qualité d'image ou son...) et qui reste entièrement à sa main.



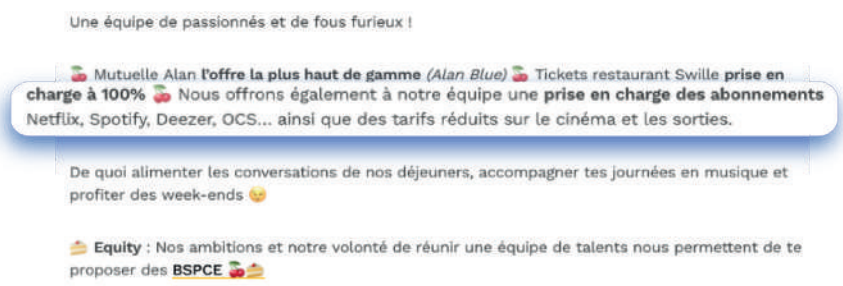
2

5 ACTIONS CONCRÈTES POUR BOOSTER VOTRE MARQUE EMPLOYEUR

Des offres d'emploi irrésistibles

Différenciez-vous avec des avantages innovants

Votre attractivité se joue dès vos offres d'emploi : en mettant Netflix, Canal+, Apple, Deezer ou Spotify dans votre job description, vous renforcez votre originalité et votre modernité. Pour jouer sur votre attractivité, les divertissements culturels doivent faire partie de votre package.



Annonce pour DropContact



Annonce pour Click2Buy



Annonce pour Talents AEC



Annonce pour Fonction : support



Annonce pour Ménageo

> ***« FreemiumPlay a rencontré très rapidement un grand succès qui ne diminue pas depuis. Nos salariés sont très attachés à cette offre qui leur apporte un vrai pouvoir d'achat pour leurs abonnements numériques du quotidien »***
>
> - CSE ASC Allianz -

Avantages salariaux
nouvelle génération

Dépassez le package classique et marquez les esprits

On l'a vu, le budget mensuel moyen de vos salariés en divertissements numériques est estimé à 80 €/mois/foyer. Proposer l'abonnement à Netflix et Spotify / Deezer est donc en premier lieu une mesure de défense du pouvoir d'achat

> ***« Des salariés bénéficiant de bons avantages sont motivés, s'investissent, s'impliquent. Ils parlent bien de l'entreprise et la font rayonner »***
>
> Jean-Michel Boquet, gérant de mRHq
> Source Factorial https://www.youtube.com/watch?v=tPzsTkt7FNw

Choisir un avantage à la mode témoigne de la modernité d'une société.

Quand Accenture offre Spotify à ses salariés, ce n'est pas tant pour la somme que cela représente. Les salaires sont élevés dans le Conseil et l'investissement est qualifié de "modeste". Mais c'est aussi pour le symbole. Accenture dit à ses collaborateurs "regardez, on est dans notre temps" ! **La modernité, c'est un des piliers de la marque employeur.** Quand cette dernière est forte, cela augmente de 50 % le nombre de candidatures très qualifiées, permet de réduire de 43 % le coût d'une embauche et même de réduire de 28 % le turnover dans une entreprise (source LinkHumans 2022).

Voir étude de cas page suivante

90% des salariés qui bénéficient d'un avantage de t**ype abonnement sport / culture / divertissement, en sont satisfaits. Or, seulement 23% des salariés bénéficient de tels avantages.** (Odoxa mars 2024)

Apple, Netflix, ou Disney sont parmi les 50 marques les plus puissantes du monde **(source Kantar 2024).** Spotify vient de devenir la marque la plus puissante du secteur musical, devant Universal (source Omdia's Music Industry Sharewatch Q2 2024).
Elle n'a que 15 ans d'existence !

Offrir l'abonnement à une plateforme musicale pour accompagner les salarié/es dans leur quotidien avec flexibilité :



QUAND ACCENTURE OFFRE SPOTIFY À SES COLLABORATEURS

Quels sont les enjeux ?

Spotify lance «Spotify for Work», une offre permettant aux entreprises de proposer Spotify Premium comme avantage salarial. Cette initiative vise à aider les employeurs à attirer et retenir les talents.

De son côté, Accenture par la voix de son Directeur général, Jan Jendeby, explique :
« Nous sommes toujours à la recherche de nouvelles façons d'être un employeur attractif. »

Quelle solution a été mise en place ?

Accenture est la première entreprise à déployer cette offre pour ses employés en Suède, Lettonie et Lituanie.
Jen Jendeby souligne la polyvalence de ce service :
« Nos employés peuvent utiliser le service pour diverses raisons telles que mieux se concentrer, apprendre ou simplement se détendre.» Il ajoute : ***« Spotify for Work' est un bon complément aux autres offres disponibles pour nos équipes.»***

Les résultats

Pour Accenture, l'objectif est clair. Jen Jendeby affirme : ***« Dans la quête actuelle de talents, tous les aspects de ce que nous pouvons offrir à nos salariés et aux candidats potentiels sont importants. Nous pensons que 'Spotify for Work' est une offre convaincante qui trouvera un écho auprès de nos employés et vaut bien le modeste investissement d'Accenture. »***

De plus, Accenture se projette sur le long terme : ***« Nous voyons un grand potentiel dans 'Spotify for Work' à l'échelle mondiale. C'est un excellent moyen d'offrir aux collaborateurs un service recherché afin qu'ils puissent profiter de tout le contenu audio disponible sur la plateforme. »***

Enfin, Jen Jendeby met en avant l'aspect innovant de cette collaboration : ***« Il est très excitant d'être la première entreprise à piloter cette nouvelle offre. Nous ne sommes pas seulement le premier client de ce service, mais nous soutenons également l'innovation et le développement de la nouvelle offre en partageant des retours continus.»***

Source : Spotify, mai 2022

Accompagnement de la montée en compétence des employés :

avec un accès libre à des plateformes de formations

La culture sur support numérique, c'est aussi la formation. C'est là que les sociétés ont un rôle formidable à jouer. En offrant des plages **de micro-learning ou de formations au long cours**, elles participent au développement personnel de leurs collaborateurs.

Il existe des dizaines d'offres en ligne. De Coursera à Duo Lingo, de Udemy à Babbel en passant par MasterClass ou Elephorm. **Chaque plateforme a son approche spécifique**, ses forces et ses faiblesses. Mais elles sont toutes globalement très bien conçues. Le simple fait d'offrir **un accès, illimité ou non**, et de l'écrire dès votre job description vous **rendra bien plus désirable** aux yeux des potentielles recrues et des membres de vos équipes.

L'impossibilité d'évoluer est le 3e critère le plus important (28% des répondants) quand il s'agit de se décider à démissionner (Randstad employer brand research 2024). La même étude montre que la possibilité de se former est cruciale quant à l'image que l'on a de son employeur. **6 salariés sur 10** attendent de leur entreprise **des opportunités d'upskill ou de reskill.**

Voir étude de cas page suivante



DELOITTE ÉLÈVE SES MEILLEURS TALENTS AVEC MASTERCLASS

Quels sont les enjeux ?

Deloitte cherchait une solution pour le développement continu de ses talents. L'objectif était de trouver des outils innovants et engageants pour stimuler le leadership et le bien-être de ses cadres. Pour qu'ils puissent à leur tour élever leurs propres équipes.

Quelle solution a été mise en place ?

Deloitte a intégré MasterClass at Work dans ses initiatives OneFuture et Deloitte University. La solution comprend :

- L'accès aux fameuses "masterclasses", des vidéos inspirantes dans une grande variété de domaines, enregistrées par de très grands noms du domaine en question (Hillary Clinton, Richard Branson, Anna Wintour, James Cameron, Usher...)

- L'utilisation des Tables rondes de MasterClass

- L'exploitation des Guides de discussion fournis par MasterClass

Ces outils ont été spécifiquement déployés pour accompagner les programmes de développement internes de Deloitte.

Les résultats

L'implémentation de MasterClass chez Deloitte a produit des résultats

1. Engagement élevé :

- 192 932 minutes de contenu sur le leadership visionnées en un an
- En moyenne, 163 minutes consommées par utilisateur actif

2. Efficacité perçue :

- Note moyenne d'efficacité de 9,2/10 pour les 5 meilleures masterclasses

Bien-être & QVT

Donner accès à des applications de santé mentale pour soutenir vos salarié/es au quotidien avec un suivi individualisé répondant à leurs besoins.

AXA et IPSOS se sont attachés à comprendre la santé mentale et le bien-être de la population active en 2024. L'étude révèle que **62 % des personnes** âgées de 18 à 44 ans ont répondu que **les soins de santé mentale et le soutien** fournis par leur employeur étaient importants dans leur **décision de rester sur leur lieu de travail.**

Une entreprise peut tout à fait accompagner les salariés qui le souhaitent sur les voies du bien-être et de d'amélioration de la santé mentale. Pour cela, **offrir un accès à leur appli favorite**, qu'ils utiliseront à la maison, dans les transports ou sur leur lieu de travail est une **des solutions d'accompagnement**.

Voir étude de cas page suivante



ASICS ADOPTE UNE APPROCHE PRÉVENTIVE DE LA SANTÉ MENTALE AVEC CALM

Quels sont les enjeux ?

Katcha Myusen-Nass, Vice-présidente des RH chez ASICS EMEA, souligne :
« Nous avons reconnu il y a quelques années déjà que nous observions de plus en plus de défis liés à la santé mentale sur notre lieu de travail. Même avant que le COVID ne frappe, nous constations que les niveaux de stress augmentaient.»
ASICS a également identifié le besoin d'une solution adaptée à une main-d'œuvre multigénérationnelle et multiculturelle.

Quelle solution a été mise en place ?

ASICS a choisi de collaborer avec Calm Business pour offrir une solution préventive de santé mentale. Katcha Myusen-Nass explique : «Nous voulions fournir quelque chose de facile à utiliser, culturellement pertinent, et toujours disponible quand ils en avaient besoin.»

La mise en place s'est faite en plusieurs étapes :

1. Lancement de Calm lors de la «Uplift Week» d'octobre 2022.

2. Envoi de rappels par email et inclusion d'une carte postale Calm dans les packs de bienvenue des nouveaux employés.

3. Organisation d'ateliers sur l'utilisation de Calm.

4. Intégration de Calm dans la culture d'entreprise, par exemple en commençant les réunions par une courte séance de méditation.

Les résultats

ASICS a observé des résultats positifs :

- 31% des employés d'ASICS EMEA se sont inscrits et ont téléchargé l'application Calm.

- 77% de ces utilisateurs continuent à utiliser Calm régulièrement.

Katcha Myusen-Nass conclut :
«C'est vraiment une excellente façon pour nous d'intégrer notre objectif de 'Sound Mind, Sound Body' dans une offre concrète pour les employés qu'ils peuvent vraiment utiliser facilement. Nous avons constaté que c'est un avantage immédiat et que cela a des effets immédiats pour les gens et peut vraiment être considéré comme un outil préventif.»

Santé mentale et QVT sont autant de facteurs avec un impact fort pour diminuer le taux d'absentéisme, de turn-over ou de présentéisme au sein de votre organisation. Parfaits pour créer une atmosphère de travail plus agréable et détendue, et accroitre l'attachement à l'entreprise et la fidélisation de vos collaborateurs.

D'autant que la pandémie, les confinements puis l'utilisation massive du télétravail ont bouleversé nos équilibres traditionnels.

headspace x Genentech
A Member of the Roche Group

ROCHE FACE AUX DÉFIS DE LA SANTÉ MENTALE DEPUIS LA PANDÉMIE

Quels sont les enjeux ?

Kevin Sanders, Global Head of Neurodevelopment chez Roche/Genentech, souligne l'impact de la pandémie sur la santé mentale des employés :

«Tellement de choses ont changé en 6 mois - la façon dont nous interagissons avec le monde et les choses dont nous tirons de l'énergie, comme nos interactions sociales. En conséquence, beaucoup d'entre nous ressentent des défis pour notre santé mentale.»

Quelle solution a été mise en place ?

1. Reconnaissance du problème : Kevin Sanders partage : «Dans des moments difficiles comme ceux-ci, il est important de prendre du recul et de nous demander, à nous-mêmes et aux autres : Comment faisons-nous face ?»

2. Identification des signes précurseurs : «L'insomnie peut être l'un des signes avant-coureurs que le stress a un impact sur la santé mentale. Tout comme le fait de se sentir anxieux, la perte d'appétit ou la diminution des niveaux d'énergie, les troubles du sommeil peuvent évoluer vers des conditions plus graves, comme la dépression.

3. Mise à disposition de ressources :
«Nous avons proposé à nos collaborateurs des accès gratuits aux applications de santé mentale HeadSpace et My Equilibrium.»

4. Encouragement à l'auto-soin : Kevin Sanders partage son expérience personnelle : «Personnellement, je trouve que faire de l'exercice et prendre l'air au moins une fois par jour m'aide à mieux fonctionner.»

Les résultats

Roche vise à créer un environnement de travail qui reconnaît l'importance de la santé mentale et soutient activement le bien-être de ses employés. Kevin Sanders conclut :

«Le temps que vous investissez dans le maintien de votre santé mentale vous sera très bénéfique et élèvera votre moral pendant vos moments difficiles.»

Les bookclubs, un temps de team building engageant

Investissez dans des temps collectif pour créer plus de cohésion – et former vos équipes grâce au pair-à-pair

En tant que RH, vous pouvez accompagner ce mouvement. Surfez sur la tendance des bookclubs qui redonnent de la modernité aux cercles de lecture. Les créateurs de contenus donnent de l'ampleur à cette tendance (Le 1er mars 2025, Christopher Laquieze, philosophe aux 500 000 abonnés sur TikTok, lançait son book club.)

> ***"La lecture réunit plusieurs valeurs qui sont les nôtres à commencer par la rencontre. Nous croyons à la force des échanges, des moments de partage et de discussion qui peuvent faire naître une réflexion, une collaboration, un projet"***
> *Gilles Gateau, DG de l'APEC*

Un club, c'est un projet collectif qui permet de travailler **l'esprit critique des salariés** en les amenant à poser des questions, débattre et prendre la parole en public. Et c'est prouvé, esprit critique rime avec réussite de votre entreprise (source HBR nov 2019).

Le club peut aussi bien se retrouver autour de romans que d'ouvrages managériaux ou techniques en lien avec les problématiques de l'entreprise.

Cette approche permet de fédérer les équipes, de construire **une culture d'entreprise commune** et d'améliorer la communication interpersonnelle**,** tout en offrant **un cadre propice à l'apprentissage** et au **développement personnel.**

La lecture peut également être introduite sous d'autres formes, comme les Distributeurs d'Histoires courtes, dans le programme **"Nouvelles de l'Hopital"**. Un programme de partage dont le but est de baisser le niveau d'anxiété des personnels hospitaliers. Et ça marche, le programme a été reconduit fin 2023 par l'APHP.



Et les E-Books ? **3 Français sur 4** ont lu ou écouté au moins un livre en 2023, dont 12 millions ont opté pour le livre numérique,preuve que cette tendance est bien installée. **(baromètre 2024 du SNE)**

Et rien ne vous empêche de dupliquer cette idée à un club de visionnage.



FREEMIUMPLAY : LA SOLUTION CLÉ EN MAIN POUR PASSER À L'ACTION

Les cartes cadeaux

Renforcez votre Marque Employeur grâce à des avantages puissants et motivants

FreemiumPlay se positionne comme un acteur clé des avantages employés en offrant une solution flexible et personnalisée qui s'adapte aux besoins individuels des collaborateurs.

Grâce à FreemiumPlay, les entreprises peuvent offrir à **leurs employés l'accès à leurs abonnements numériques culturels ou de loisirs préférés,** allant du gaming, de la presse en ligne, du streaming vidéo ou musical et plein d'autres services encore.

En permettant aux employés de **choisir les avantages qui leur conviennent le mieux, FreemiumPlay contribue à renforcer l'engagement et la satisfaction des équipes.** Vous pouvez offrir à vos équipes des mois d'accès à leurs services préférés.

Pour quelles occasions ?

- Avantage salarial complémentaire
- Onboarding
- Cooptation, parrainage
- Incentive des équipes



Nous vous aidons
à vous démarquer pour
embarquer, fidéliser et motiver vos équipes

1/ Les atouts de la dématérialisation

Opter pour une carte cadeau dématérialisée présente plusieurs avantages :

1 - Simplicité de distribution : **envoi digital par email, SMS ou Whatsapp...** (ou impression)

2 - Flexibilité d'utilisation : le bénéficiaire peut activer sa carte sur notre site internet et choisir les services qui lui plaisent.

3 - Suivi et relance : FreemiumPlay, envoie des rappels avant l'expiration de la carte pour s'assurer de son utilisation.





2/ Surfez sur la personalisation !

La carte FreemiumPlay peut être personalisée Selon vos choix corporate : **imaginez une vidéo se lançant à la réception de la carte**. l'occasion pour le Manager, la Direction, l'Equipe de s'exprimer et fera passer un message. Effet wahou garanti !

3/ Offrir des cartes culture est intéressant pour l'entreprise !

Elles permettent d'offrir des avantages à moindre coût : pour la quasi-totalité des services proposés dans FreemiumPlay, 10€ d'abonnement correspondent à un coût de 10€ pour l'entreprise. **Pas de charges, pas de taxes.**



FreemiumPlay s'adapte à la réalité des utilisations :

- Le salarié est **déjà abonné** à ses services préférés, il n'a ni l'envie, ni le temps, d'en découvrir d'autres ? Pas de problème ! La carte cadeau FreemiumPlay se substitue aux paiements mensuels de ses abonnements en cours. Votre salarié garde son profil, son historique, ses présélections etc.

- Votre collaborateur **souhaite découvrir un nouveau service**, à l'occasion d'une série-phare que tout le monde a envie de regarder ou pour se mettre à la rando, mais sur un service auquel il n'est pas abonné... La carte cadeau FreemiumPlay lui permet de s'abonner pour une durée courte, résiliable facilement, pour découvrir et tester.



En offrant Netflix, vous **"condamnez"** votre bénéficiaire à regarder Netflix. En offrant Spotify, vous **"obligez"** votre bénéficiaire à écouter Spotify même s'il a déjà 6 ans de playlists chez Deezer.

Avec **FreemiumPlay**, vous n'offrez pas un abonnement mais un crédit qui permet au bénéficiaire de **choisir** son **divertissement, son service préféré** ; de switcher, de zapper d'un service à un autre grâce aux formules d'abonnements courtes proposées et sans reconduction tacite, l'utilisateur est gagnant sur tous les points, donc votre entreprise aussi.

« Nous avons une équipe restreinte d'une quinzaine de salariés, plutôt jeunes, et hyper utilisatrice de ces nouveaux services numériques. Nous avons pris la décision de leur apporter un vrai plus en leur versant tous les mois un crédit FreemiumPlay qui leur permet de les convertir dans les abonnements de leurs choix. Une action réellement différenciante qui plaît énormément à nos équipes et que nous maintenons depuis plusieurs années maintenant ! »

Dirigeants Pixellia

ING x freemium play

OPÉRATION FÊTE DE LA MUSIQUE

Quels sont les enjeux ?

1 Penser et offrir un vrai cadeau (1 contenu) à l'ensemble des salariés et ne plus se contenter de « donner de l'argent »

2 Mettre en place l'opération dans des délais courts (10 jours entre la prise de contact et l'envoi des cartes)

3 Orienter les salariés vers un univers « Musique » tout en laissant l'accès à l'ensemble du catalogue « culture ».

4 Bénéficier de l'éligibilité culture pour dépasser le plafond Urssaf

Notre solution

- 286 CARTES CADEAUX INDIVIDUALISÉES
- ELIGIBLES CULTURE (TOUS UNIVERS)
- CARTES PERSONNALISÉES - VALABLES 2 ANS
- EN BONUS : UNE 2ÈME OPÉRATION « CADEAU » 1 MOIS D'ABONNEMENT À UNE APPLICATION « BIEN-ÊTRE » OFFERT À CHAQUE SALARIÉ

Les résultats

- Envoi des cartes le 21/06, soit 3 jours après la validation du devis
- Développement de supports de communication sur-mesure
- Envoi (e-mail) des 286 cartes le 21/06
- 49% de cartes activées le 01/09 – relance des cartesle 09/09. 70% de cartes activées le 15/10 (cartes activables pendant encore 20 mois).

Notre API

Pour les grandes entreprises, les distributeurs, les intermédiaires d'avantages salariés (InterCSE, Programmes Avantages, Programmes de Fidélité...) notre solution technique par API permet d'automatiser la distribution d'offres d'abonnements ou de cartes cadeaux FreemiumPlay.

Dans ce cas, FreemiumPlay joue un rôle d'agrégateur d'éditeurs numériques au service de l'enrichissement de votre offre d'avantages !

Nous centralisons les offres de nos éditeurs partenaires, le plus large du marché en France sur ce segment du divertissement et proposons, grâce à notre solution, de redistribuer directement les codes éditeurs au sein de vos programmes RH, vos programmes avantages ou fidélité.

Nous travaillons sous ce modèle technique avec une vingtaine de Grands Comptes dont des entreprises du CAC 40 dans l'enrichissement et la "Premiumisation de leurs catalogues d'avantages.

Nos points forts

- Une offre personnalisée avec la possibilité de choisir en "Picking" les éditeurs parmi près de 90 éditeurs
- Une sécurité extrêmement forte de nos systèmes pour la gestion des codes d'activation
- Une ligne de crédit unique pour une gestion des stocks multi-éditeurs optimisée
- Un commissionnement par éditeur
- Aucun frais de set-up
- Une solution récente, techniquement optimisée et agile qui permet une connexion en moins de 72h.





freemium play

Envie d’en savoir plus ?

Je découvre FreemiumPlay !

contact@freemiumplay.com