

Promotion : DigiCompanion invente la 'prime numérique'

« Après celle des nouveaux média, c'est au tour de la promotion de vivre sa révolution en passant du marché de masse à l'ère de la personnalisation », explique Jérémie Wainstain, dg adjoint de DigiCompanion.

Grâce à cette plate-forme, les annonceurs peuvent désormais offrir des primes numériques (pour mobiles et PC) pour promouvoir leurs produits, donc pour conquérir de nouveaux clients et les fidéliser.

La plate-forme se matérialise par une zone de cadeaux numériques qui s'intègre dans l'univers Web et mobile des marques.

Une fois cette zone installée, il leur suffit d'insérer un code sur les emballages des produits (*in* ou *on pack*) pour offrir à leurs clients ou prospects la possibilité de télécharger un large choix de contenus numériques comme primes à l'achat. Ces codes peuvent également être distribués dans le cadre d'autres actions de marketing ou sur les points de vente pour récompenser, par exemple, la fidélité.

Avec cette plate-forme, les annonceurs atteignent plusieurs objectifs : valoriser leurs marques, accroître le trafic et l'attractivité de leurs sites Internet, enrichir leurs bases de contacts clients et ainsi renforcer leur stratégie CRM.

« L'association de contenus numériques aux produits d'une marque augmente la différenciation et renforce l'image et la relation client » remarque Jean-Marc Holder, p-dg de DigiCompanion. « Notre plate-forme permet à chaque marque de créer facilement et rapidement son propre univers numérique pour animer ses produits et fidéliser ses consommateurs » ajoute-t-il.

La plate-forme de DigiCompanion permet de distribuer les contenus de tous formats de manière sécurisée. En effet, grâce à son réseau de plus d'une centaine de producteurs et de maisons d'édition, DigiCompanion dispose d'une importante base de données.

Ces primes se présentent sous des formats aussi variés que des jeux vidéos, titres musicaux, sonneries mobiles, clips, logos mobiles, dessins animés, films, séries TV, documentaires ou logiciels. La société gère également l'ensemble des droits de distribution de ces contenus pour le compte des annonceurs et de leurs agences, simplifiant ainsi leur utilisation à des fins marketing.

La plate-forme comprend notamment des interfaces Web et Wap personnalisables aux couleurs des marques.

Elle dispose également nativement d'un module CRM permettant, pour chaque opération, de constituer ou consolider une base consommateurs, de récompenser de manière sélective et échelonnée les clients les plus fidèles et d'effectuer des actions d'e-mailing en lien avec ces campagnes promotionnelles.