

Cinq annonceurs pour un OPT'WIN très tendance

Paris, le 28 Mai 2009 – Darwin Interactive annonçait récemment l'optimisation d'OPT'WIN, dispositif innovant de collecte de bases e-mails opt'in et qualifiées. Le succès fût immédiat, le nouvel Opt'win a été sélectionné par Modanoo, Imascience, Monshowroom, Poopoopidoo et Spartoo pour une campagne à la mode dès à présent ouverte à de nouveaux annonceurs.

« La mode & moi ? »...

Modanoo, spécialiste des bons plans Mode sur Internet, a choisi de procéder à une **enquête consommateurs** sur le thème de la mode.

Experte des **partenariats à la performance**, Darwin Interactive a évidemment étendu son concept phare à OPT'WIN. Dans ce cadre, plusieurs annonceurs en affinité avec la cible de Modanoo participent à la grande enquête « La mode & moi ? » pour accroître leur base e-mails :

- **Imascience** : spécialiste bien-être et minceur
- **Monshowroom** : boutique en ligne de prêt-à-porter féminin
- **Poopoopidoo** : vente en ligne de prêt-à-porter féminin
- **Spartoo** : le n°1 de la vente de chaussures sur Internet

<http://www.institut-dwi.fr/index.php?sid=82889>

... une campagne qualitative et non-intrusive

Jusqu'au 31 Juillet 2009, « La mode & moi ? » permettra aux annonceurs précités ainsi qu'aux nouveaux prétendants de poser différentes questions à des millions de « cyber fashion victims » afin de recueillir des informations ciblées. En fonction des réponses données par les participants, des propositions répondant à leurs attentes seront introduites dans l'enquête. Par exemple, si l'internaute déclare être susceptible d'acheter des vêtements de mode féminine sur internet, l'enquête lui proposera de recevoir des informations de la part de Monshowroom... OPT'WIN garanti ainsi à chaque annonceur, la collecte de profils fortement intéressés par son offre.

OPT'WIN est à la fois un outil de connaissance client, de recrutement et de qualification de bases e-mails. Pour cause, outre les dizaines de milliers nouveaux prospects, « La mode & moi ? » offrira aux annonceurs des données précises permettant de mieux comprendre les comportements de consommation de leurs clients et prospects et ce, dans le but d'optimiser leurs campagnes marketing.

aux premiers résultats prometteurs :

Dès les premiers jours de campagne, OPT'WIN a rempli la quasi-totalité des objectifs de volume fixés par ses clients grâce à un taux de participation de plus de 77%.

C'est pourquoi, « La mode & moi ? » est dès aujourd'hui ouverte à de nouveaux annonceurs en affinité avec la cible « femme cyberacheteuse » désirant accroître leur BBD de manière qualitative.

A propos de Darwin Interactive :

Créée en 2003, l'agence de marketing online est implantée à Paris et Marseille et a pour vocation de répondre aux besoins des entreprises qui développent une stratégie d'affaires sur Internet. Son expertise pluridisciplinaire permet de garantir à chaque client des solutions e-marketing sur-mesure et inédites alliant respect des coûts, qualité des supports, visibilité et adéquation aux cibles. Le succès de ses activités, lui permet d'acquérir la confiance de nombreux annonceurs majeurs en France et à l'étranger tels que GE Money Bank, SFR, Casino, Swiss Life, Nexity ou encore Vertbaudet...

Contact presse : Sarah Bourraoui

sbourraoui@darwin-interactive.fr

<http://presse.darwin-interactive.fr/>