

Darwin Interactive lance Opt'win

Darwin Interactive ajoute ses pierres à l'édifice du web marketing en créant le dispositif Opt'win. Cette nouvelle solution de collecte d'adresses e-mail opt'in¹ permet à l'annonceur de prospecter une population ciblée et de fidéliser sa clientèle. Le succès de la première opération a abouti le 15 juillet 2008, à l'ouverture d'un service interne exclusivement dédié à la gestion d'Opt'win.

Un dispositif complet et efficace

Opt'win réunit les bases de données e-mails de quatre annonceurs qui ont la même typologie de clientèle sans être concurrents. Chaque annonceur, via un e-mail teaser², invite ses contacts à participer au jeu multipartenaires et multi dotations (montant ou valeur égale pour chaque annonceur).

Pour jouer et gagner une seule inscription suffit. Le formulaire d'inscription nous permet par ailleurs d'obtenir des renseignements supplémentaires sur les participants. Il leur donne également la possibilité de choisir les marques dont ils souhaitent recevoir des informations. Aussi, l'entreprise conquiert de nouveaux prospects de manière moins intrusive qu'avec les méthodes traditionnelles et à un coût réduit puisque le dispositif Opt'win est rémunéré à la performance (CPL)³. Pour avoir plus de chances au tirage au sort, le participant renvoie le jeu vers ses amis, la viralité favorisant la collecte d'adresses e-mail.

Darwin Interactive gère l'intégralité de cette solution, du dépôt du règlement à la collecte des adresses, en passant par la création, la diffusion et la gestion du jeu concours.

Cette opération clé en main regorge d'atouts indéniables pour les annonceurs participants :

- . Bénéfice d'une réflexion marketing de quatre sociétés orchestrée par une agence spécialisée autour d'un dispositif de communication impactant
- . Accroissement important de la base opt'in
- . Obtention de bases de données clients ne se trouvant pas sur le marché de la location
- . Capitalisation sur la notoriété de chaque partenaire
- . Un fort trafic qualifié ainsi qu'une forte visibilité sur les marques et les offres de chaque partenaire
- . Optimisation des investissements publicitaires : ROI⁴

Opt'win apporte, tout comme les autres services Darwin Interactive, une solution sur-mesure à chaque partenaire.

Des retombées directes prometteuses

Quatre annonceurs de renom dans leur domaine respectif se sont réunis autour du dispositif Opt'win pour le lancement de la première opération :

- . Caloga (internet / high tech)
- . Kelassur.com (assurance)
- . Look voyages (voyage)
- . PCB Finances (finance)

¹ Accord préalable donné par l'internaute au propriétaire de l'adresse pour l'utilisation de celle-ci dans un cadre précis.

² Il s'agit du premier élément d'une campagne destiné à attirer l'attention et à susciter la curiosité.

³ Rémunération à la performance : rémunération au résultat avec un prix unitaire et l'objet du résultat déterminés contractuellement.

⁴ Return on investment

Leur partenariat a permis de cibler plus de 900 000 prospects, dont 2% issus du parrainage. Sur près de 300 000 e-mails ouverts il y a eu 22,3% de clic sur le visuel fort attractif, personnalisé et présentant les cadeaux à gagner (un séjour, un Iphone, des chèques cadeaux...).

Le taux de participation est bien supérieur à la moyenne du marché⁵ : 76,55% des « cliqueurs » ont participé au jeu, décliné pour cette première opération en une chasse aux cadeaux dans un labyrinthe géant.

Le dispositif Opt'win a abouti à la collecte de plus de 45 000 adresses e-mail opt'in et qualifiées, soit environ 12 000 adresses livrées à chaque annonceur sur une période de 30 jours seulement durant lesquels Darwin Interactive a pris en charge l'ensemble de l'opération.

Pour Kelassur.com, comparateur d'assurance en ligne indépendant : « *Opt'win est doté d'une réelle valeur ajoutée en comparaison avec d'autres solutions marketing comme les jeux concours par exemple. En effet, ce dispositif abouti à une opération mutualisée qui permet de cibler et toucher un grand nombre d'internautes et cela à un coût réduit car mutualisé. Opt'win nous a permis d'augmenter à moindre coût notre base e-mails opt'in mais aussi de générer des demandes de devis sur notre comparateur dans la mesure où Kelassur.com répondait via cette solution à une logique de performance et non de notoriété. Cette opération a donc été pour Kelassur.com un excellent levier d'acquisition de contacts par le jeu. Par ailleurs en sa qualité d'agence, Darwin Interactive a su répondre à nos attentes et nous a apporté tout au long de cette opération conseils et accompagnement... un véritable service clé en main* » Emmanuel Heuzé, Responsable Partenariats de Kelassur.com

Fort de ce succès, l'agence prépare le lancement de la seconde opération Opt'win pour quatre nouveaux annonceurs.

A propos de Darwin Interactive :

La dynamique Darwin Interactive fédère l'ensemble des métiers du e-marketing. Le succès de ses activités en constante évolution lui permet d'acquérir de nombreux annonceurs majeurs en France et à l'étranger.

Créée en 2003, l'agence de marketing online est implantée à Paris et Marseille. Darwin Interactive répond aux besoins des entreprises qui développent une stratégie d'affaires sur Internet en offrant un panel de solutions e-marketing. Tout comme Charles Darwin dans sa théorie, l'agence a bien compris qu'à l'origine de l'évolution il y a l'adaptation.

Flexible, réactive, interactive l'agence ne réalise que du sur-mesure et intervient auprès de nombreuses marques telles que GE Money Bank, SFR, Casino, Verbaudet ou encore Boucheron.com.

Spécialisée dans le marketing à la performance, Darwin Interactive a été élue 3^{ème} meilleure agence d'affiliation en 2007⁶.

Le cœur de métier de l'agence est dans sa mise en œuvre, toujours une exclusivité Darwin Interactive.

⁵ La moyenne du marché français se situe à environ 50% de participation.

⁶ Source : Webmasterclub.fr.