

Marie Argence – Directrice de l'agence MaComAgency



L'agence MaComAgency, fondée en 2012, est spécialisée dans la communication, le marketing stratégique, opérationnel et d'Influence. L'agence compte parmi ses clients plusieurs marques de l'univers du bébé et de l'enfant (Babycalin, Rozily, Mattel, Radio Doudou, Les Contes de la Petite Boutique...) et a récemment lancé la plateforme Visions of Joana présentée comme un outil alliant intelligence artificielle et big data.

ActuBaby : En quoi la plateforme Visions of Joana se démarque-t-elle sur le marché de la communication/marketing ?

Marie Argence : Notre plateforme a pour objectif d'apporter des données précises et concrètes sur les attentes réelles des abonnés des influenceurs et des médias. Elle permet ainsi de suivre en temps réel le retour des consommateurs sur les produits mis en avant et d'étudier ainsi l'évolution

de la cible et des profils. C'est une solution inédite et innovante pour connaître, avant, pendant et après une campagne de communication, la cible réelle d'une marque. La principale valeur ajoutée pour les acteurs de l'univers du bébé est de pouvoir connaître les nouvelles influenceuses enceintes dès qu'elles abordent le sujet et de bénéficier d'un panel d'influenceurs parentaux, locaux, nationaux et internationaux avec lesquels nous avons déjà établi un relationnel. Par ailleurs, nous travaillons exclusivement des dispositifs gratuits auprès des influenceurs afin d'optimiser les relais spontanés. Avec un taux d'achat 50% supérieur à des partenariats payants, les dispositifs gratuits sont plus efficaces.

Cette plateforme répond à quelles problématiques des marques de l'univers du bébé ?

L'univers du bébé est un secteur qui se déploie beaucoup sur le monde digital qui reste aujourd'hui le premier canal de communication/marketing. L'un des piliers de l'univers des parents et des enfants est le relationnel et il est important de le conforter dès le lancement des campagnes digitales. Notre approche nous permet ainsi de travailler concrètement pour les marques avec une connaissance parfaite des médias et influenceurs et ainsi d'adresser directement le bon message au bon moment à leurs consommateurs. La principale problématique du secteur est de fidéliser les médias et les influenceurs partenaires pour qu'ils deviennent de bons ambassadeurs. De nombreux consommateurs adoptent également un ancien modèle de consommation basé sur la découverte 'physique' des produits en parallèle des recommandations digitales. C'est pourquoi, notre plateforme nous permet aussi de travailler des dispositifs off line et d'apporter des données statistiques sur ce type de communication en complément des campagnes digitales.

A terme, quels sont vos principaux objectifs avec le lancement de cette nouvelle plateforme ?

Notre objectif est de pouvoir compléter notre offre avec des chiffres précis qui permettent aux marques de mieux orienter leurs stratégies marketing & communication. Nous souhaitons ainsi aller plus loin que les chiffres habituels comme le nombre de vues par exemple afin d'apporter aux marques des informations précises sur leurs consommateurs et permettre à ces derniers de ne plus être inondés d'informations qui ne les concernent pas. L'objectif final est de pouvoir intervenir en tant qu'experts sur l'ensemble de l'accompagnement de la stratégie de communication et opérationnelle. Aujourd'hui nous cherchons à gagner en notoriété afin de faire connaître nos expertises et notre outil. Par ailleurs, l'univers du bébé est un secteur que nous privilégions et que nous souhaitons développer dans l'année à venir notamment dans le domaine du jouet et de la puériculture.

www.macomagency.com