

Communiqué de Presse

3 février 2010



Spikly, l'agence digitale de Keyrus, dévoile le concept du MAD® : Le « Marketing Affinitaire Durable » au service des marques.

Spikly invente et met en œuvre une nouvelle méthodologie afin de répondre aux besoins des marques sur le Web.

Créée il y a tout juste quelques mois, l'agence Spikly s'applique à développer de nouvelles propositions à destination des annonceurs. Au cœur du projet Spikly, le MAD®, une nouvelle vision des problématiques numériques des marques.

Levallois-Perret, le 3 février 2010 – Spikly, la nouvelle agence de conseil en stratégie digitale du Groupe **Keyrus**, a été pensée pour répondre aux tendances du marché. L'agence se donne pour mission d'apporter une nouvelle vision du marketing en ligne et propose des services à haute valeur ajoutée à ses clients et prospects.

« Internet constitue notre quotidien depuis plus de 10 ans mais son utilisation continue d'évoluer de façon significative. Ce sont ces inflexions que nous suivons pas à pas afin de repenser ce que l'on croyait certain et définitif sur le marketing en ligne », commente Gad Abitbol, Directeur Général de l'agence Spikly. « Aujourd'hui, Internet est le média d'influence le plus puissant, celui que l'on consulte pour se faire un avis avant d'acheter, pour donner un avis après, etc. Il délivre une information instantanée et est ainsi le média de l'information mais également de la confiance, de la comparaison et de la participation : c'est un méta-média », poursuit Gad Abitbol.

Pour toutes ces raisons, Internet ne peut être envisagé comme les autres médias. Il était nécessaire de **créer une méthodologie de travail** afin de valoriser au maximum les investissements des marques sur Internet et de **professionnaliser le marketing online**.

Le MAD® : Définition(s)

- Le Marketing Affinitaire vise à **segmenter l'offre par affinités**, valeurs communes et centres d'intérêt, sans enfermer les cibles dans des typologies stéréotypées. Le marketing affinitaire permet de mettre en place rapidement et efficacement des dispositifs et plans d'actions opérationnels et très adaptés aux usages du Web. Il permet également aux annonceurs de mieux cerner leurs cibles, de les comprendre, et donc de **créer des conversations** avec ces dernières.

- **La notion de « durable » est essentielle à cette méthodologie** puisqu'elle privilégie la relation sur le message. Caroline **Sizaret**, Directrice Conseil de **Spikly** commente: *« Les consommateurs ont compris les techniques de communication des entreprises et ne sont plus dupes. Cette évolution des consciences nous a contraints à revoir notre façon de travailler et à réinventer les messages que nous leur proposons. Il faut oublier les campagnes 'one-shot', et créer un dialogue constant avec les consommateurs ».*

Le MAD® – Cas pratique

Ainsi, **Spikly** a mis au service d'une grande enseigne de la distribution un dispositif complet de communication destiné à mieux maîtriser la présence en ligne de la marque et de son site e-Commerce. De la visibilité du site à l'acquisition de trafic qualifié via des campagnes « affinitaires » très ciblées et ajustées en temps réel selon leur efficacité, en passant par le repositionnement de l'enseigne, c'est un travail de fond sur la présence online de la marque qui porte aujourd'hui ses fruits. *« Nous attachons une réelle importance à la complémentarité de nos pôles de compétence qui forment une vraie chaîne de valeurs au service de nos clients, chaque maillon étant un métier différent»*, ajoute Arnaud **Chalopin**, Planneur Stratégique de l'agence. *« Pour ce client, nous avons d'abord un souci d'e-Reputation auquel nous avons répondu par un repositionnement de la marque ».* L'avantage d'une telle organisation est qu'elle permet aux marques d'appréhender la complexité d'internet avec tout l'accompagnement stratégique nécessaire à la réussite et la cohérence des actions que ces marques engagent sur le Web.

Pour en savoir plus -> www.spikly.com

A propos de Spikly

Spikly propose une offre globale allant du conseil en stratégie Web & marketing à la mise en œuvre par la conception d'outils de communication interactifs sur l'ensemble des canaux digitaux.

Elle accompagne les marques dans leur stratégie, la conception et l'analyse de la performance des dispositifs de communication engagés.

30 personnes – Agence positionnée en « Pure Player » :

- Conseil : Etudes et Planning Stratégique, Médias et e-Marketing
- Création, production de contenu
- Technologies & Nouveaux Médias (Mobile, TV, ..)

Spikly, est une entité intégrée du groupe **Keyrus**

Plus d'informations sur www.spikly.com

A propos de Keyrus

Acteur majeur du conseil et de l'intégration de solutions de Business Intelligence et d'e-Business pour les grands comptes et de solutions ERP/CRM pour le Mid Market, **Keyrus** emploie à ce jour près de 1300 collaborateurs dans 10 pays et accompagne ses clients dans l'optimisation de leur performance en leur offrant une gamme complète de prestations dans les domaines suivants :

- Business Intelligence - Performance Management
- E-Business – Performance Web
- Solutions de Gestion pour l'Entreprise (ERP/CRM)

Le Groupe **Keyrus** est coté à l'Eurolist d'Euronext Paris (Compartiment C/Small caps - Code ISIN : FR0004029411 – Reuters : KEYR.LN – Bloomberg : KEYP FP)

Plus d'informations sur www.keyrus.com

Jean-Eudes **Oumier**
Keyrus
Direction de la Communication
+33 (0) 1 41 34 10 00
rp-keyrus@keyrus.com