



Communiqué de presse

L'Argus choisit makazi group et ExactTarget pour valoriser ses données et mettre en place une communication relationnelle personnalisée avec ses clients et prospects

Paris, le 6 mai 2014 - makazi group, éditeur de solutions technologiques et prestataire de services de data marketing, en partenariat avec la société ExactTarget, spécialiste de la transformation digital marketing, annonce aujourd'hui avoir été retenu par le Groupe Argus, référence française en matière de transactions de véhicules d'occasion. Dans la continuité du début d'année 2014 qui a vu la signature de nombreux clients d'envergure, makazi group confirme sa capacité à séduire les annonceurs par la pertinence de son offre et de son positionnement.

Valoriser les données encore non utilisées par l'Argus

makazi et ExactTarget ont proposé une réponse commune pour définir et développer la communication relationnelle entre l'Argus, ses clients et ses prospects. L'action consiste dans un premier temps à valoriser le volume de données considérable, encore sous-exploité, dont dispose l'Argus, pour les rendre pertinentes. Cela passe ensuite par la création d'une base globale dans laquelle toutes les données vont être consolidées, enrichies et rendues exploitables dans le cadre d'un programme de marketing relationnel. Le partenariat makazi / ExactTarget a été retenu car la pertinence de l'analyse et le degré de personnalisation proposés permettent de répondre précisément aux attentes stratégiques et opérationnelles de l'Argus.

makazi consolide et enrichit les données, ExactTarget déclenche ensuite les actions de communication

Concrètement, makazi se charge de centraliser et consolider les données clients, prospects ainsi que les données de navigation du site largus.fr au sein d'une seule et même base. Ces données sont ensuite analysées pour attribuer à chaque individu deux scores :

- Un score d'appétence thématique : cet indice permet de distinguer la thématique qui intéresse le plus un individu (achat voiture d'occasion, neuve, citadine, compacte, familiale...)
- Un score d'appétence mail : cet indicateur permet de gérer la pression commerciale car il définit le nombre optimal d'envois de mails en fonction du comportement de l'individu (est-il un ouvrier actif ou passif ?)



ExactTarget intervient en aval pour concevoir les scénarii de communication entre l'Argus, ses clients et prospects, afin de mettre en place des campagnes d'emailing aux contenus interactifs. Personnalisées et ciblées en fonction des profils des destinataires définis par les scores de **makazi**, les campagnes sont ensuite activées et automatisées depuis la plateforme d'ExactTarget, assurant ainsi une efficacité maximale aux campagnes digitales réalisées par l'Argus.

*« Nous souhaitons capitaliser et valoriser l'ensemble des datas qui sont en notre possession, l'objectif étant de maximiser la pertinence des interactions que l'on a avec nos clients en se donnant les moyens d'adapter nos communications en fonction des intérêts de chacun. L'association ExactTarget/**makazi** a été jugée comme étant celle qui répondait le mieux à nos besoins. Le travail sur la data, réalisé par **makazi**, viendra nourrir l'outil de campagnes marketing ExactTarget. L'Argus est une société emblématique du secteur automobile qui dispose désormais d'outils d'eCRM puissants et en adéquation avec la force de la marque »,* commente Rémy BERTIN, Responsable Audience et Monétisation du site <http://www.largus.fr/>.

« Nous sommes ravis d'avoir été retenus par l'Argus pour valoriser et donner de l'intelligence à des données clients et prospects restées jusque-là sous-exploitées. » déclare Hervé Malinge, directeur associé chez **makazi group**. *« Cette signature d'un nouveau client démontre à nouveau notre expertise en termes de datamining, la puissante capacité de traitement et d'analyse de nos outils algorithmiques permettant de faire parler les données au profit de nos partenaires, qui bénéficient ainsi très rapidement d'un meilleur retour sur investissement. Notre technologie et notre savoir-faire combinés constituent aujourd'hui l'une des forces majeures de **makazi group** sur le marché du data marketing ».*

A propos de makazi group

Expert en technologies et services de data marketing, **makazi group** permet aux annonceurs de consolider leurs données d'audience et d'y ajouter de l'intelligence pour déployer des actions marketing personnalisées et valoriser ainsi leur capital data.

En fournissant les technologies d'intelligence rendant les données d'audience actionnables sur tous les leviers marketing, **makazi group** ouvre aux annonceurs les portes d'un nouveau marketing digital performant parce que pertinent, créateur de valeur durable et respectueux du consommateur.

Fondé en 2008, coté à Paris sur le marché Alternext et éligible PEA PME, **makazi group** est présent en France, au Brésil, au Canada et en Australie. Opérant pour les plus grands annonceurs qui mettent la data au cœur de leur stratégie marketing, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires consolidé proforma de 25,9 millions d'euros en 2013.

Pour plus d'informations : rendez-vous sur <http://www.makazi.com>





makazi group
Stéphane Darracq
CEO
sd@makazi.com

Rumeur Publique
Romain Mabil / Benjamin Sasu
Tél. : 01.55.74.52.27 – 01.55.74.52.37
romain@rumeurpublique.fr –
benjamin@rumeurpublique.fr

Communication Financière et Relations Investisseurs

NewCap.

Louis-Victor Delouvrier / Pierre Laurent
Tél. : 01 44 71 94 94
makazi@newcap.fr