



Communiqué de presse

## Best of Migipedia: la campagne en ligne réussie de BoB désigne les favoris

**Zurich, le 9 décembre 2021** – *Migipedia.ch est une plateforme communautaire unique en son genre, qui permet d'évaluer, de discuter et de noter les produits Migros. Grâce à une étroite collaboration, Webrepublic et Wirz ont su fusionner leur créativité et leur savoir-faire numérique pour les utiliser à bon escient dans la campagne Migipedia. Le résultat? Un support publicitaire original et attrayant qui reprend les bonnes pratiques actuelles et une campagne en ligne à la performance exceptionnelle.*

Depuis plus de dix ans, les clientes et clients évaluent l'assortiment Migros, participent au développement des produits et testent de nouveaux articles sur la plateforme en ligne Migipedia. Migros bénéficie en retour d'aperçus fidèles des besoins de sa clientèle et profite de feedbacks immédiats sur la qualité et la pertinence de son offre. En conséquence, plus la communauté Migipedia est grande, plus Migros obtient des informations.

Une bonne raison, donc, d'organiser une campagne en ligne pour attirer encore plus d'utilisatrices et d'utilisateurs et augmenter ainsi l'engagement sur Migipedia. Migros a atteint cet objectif en collaboration avec Wirz et Webrepublic sous la bannière BoB – Best of Both: les deux agences ont en effet fusionné dès le départ pour la co-crédation de supports publicitaires, la stratégie médiatique et la mise en œuvre technique.

### La campagne: analyser les produits préférés

Wirz et Webrepublic misent sur une approche systématiquement basée sur les données: elles ont évalué les produits les plus appréciés de la communauté Migipedia. Les utilisatrices et utilisateurs avaient ensuite la possibilité de nommer un «Produit de l'année» pour chaque année depuis la création de la plateforme.





Cette sélection de douze articles a ensuite été diffusée en trois push sur différents canaux en ligne (réseaux sociaux, display, SEA) à partir d'octobre. Le public était invité à indiquer son chouchou personnel parmi les produits préférés sur Migipedia. L'algorithme et le ciblage ont permis d'afficher pour chaque personne cible le produit qu'elle serait le plus susceptible d'évaluer. Entre les différents push de la campagne, l'étroite collaboration entre les deux agences et la clientèle a permis d'affiner le ciblage et d'optimiser les contenus créatifs.

### **Le résultat: des objectifs dépassés**

Le concept basé sur les données, la création de supports publicitaires axés systématiquement sur les bonnes pratiques numériques, leur adaptation flexible ainsi que la diffusion adaptée aux groupes cibles ont fourni une grande plus-value pour la campagne en général et pour Migros. L'objectif, qui était d'avoir plus de 15 000 évaluations supplémentaires et d'accroître les inscriptions de 30% d'ici fin 2021 pour Migipedia, a été atteint dès le mois de novembre. Par ailleurs, un taux de connexion de 25% plus élevé a été enregistré.

## **A propos de BoB développé par Wirz et Webrepublic**

BoB – Best of Both – est le fruit de la collaboration unique entre deux agences leaders sur le marché suisse: Wirz et Webrepublic allient le talent créatif à l'expertise numérique, proposant ainsi un service complet auprès d'un prestataire unique. BoB vient changer la donne en unissant dès le départ les médias, la technologie, la stratégie et la création. Avec BoB, la publicité devient meilleure et plus efficace.

### **Responsables chez Migros:**

Philipp Bühler (Senior Product Manager Community & Content), Patrick Blum (responsable de projet Digital Media), Philippe Stuker (responsable de service Digital Platforms)

### **Responsables chez BoB:**

Lorenz Clormann, Artur Faria, Tony de Faria, Luigi Vitiello, Björn Bippus, Guilherme Neder, Florian Siegrist, Laura Saner, Hannah Mey, Adrian Huwyler (création), Erasmo Palomba, Nadja Kilchhofer, Magdalena Zbiec (Art Buying), Dominik Plüss, Melissa Günthardt (médias), Nico Keramaris, Anina Eugster, Nathalie Reichmuth (conseil) Giovanni Bucca, Thomas Peller, Youssef Serrat, Désirée Guzzo, Corinne Räber, Angelo Mabellini, Rahel Signer, (réalisation médias), Karin Gartmann, Oliver Fäs (traitement des images)

**Animation CGI:** Flaeck GmbH

**Audio:** Jingle Jungle AG

**Site Internet:** Smartive AG