

Communiqué de presse

Webrepublic et Migros célèbrent dix ans de partenariat

Zurich, le 18 novembre 2021 – La collaboration entre Webrepublic et Migros s'est fortement développée dans un secteur très dynamique au cours d'une décennie marquée par la transition digitale. Ce qui a commencé en 2011 avec le référencement d'une poignée de mots-clés est devenu un mandat multicanal auquel se consacrent une quarantaine de collaborateurs de l'agence de marketing digital zurichoise.



Melissa Günthardt, Tobias Zehnder, Selina Bucher, Martin Stadelmann, Nadine Härrli

Lorsque la collaboration entre Migros et Webrepublic a débuté en 2011, Google Ads s'appelait encore AdWords, Instagram ne faisait pas partie du réseau Facebook et Apple venait de lancer l'iPhone 4S. Quant à Webrepublic, c'était une petite agence de publicité sur les moteurs



de recherche où travaillaient une petite vingtaine de collaborateurs. Les mesures SEA que l'équipe déployait alors pour Migros s'en tenaient au référencement de mots-clés pertinents et à la rédaction de textes attrayants pour les annonces Google.

Dix ans plus tard, le marketing digital fait partie intégrante du secteur de la publicité et il est évidemment devenu incontournable, y compris pour Migros. Le plus grand détaillant de Suisse a considérablement développé et diversifié ses activités de marketing, épaulé en cela par Webrepublic. Une quarantaine de Webrepublicains sont désormais mobilisés à divers degrés pour Migros dans les domaines SEA, SEO, Social Media, E-Commerce, Programmatic, Analytics, Software Engineering, Creation et Consulting.

Citation de Tobias Zehnder, partenaire Webrepublic

«Dix ans de collaboration entre Migros et Webrepublic, les raisons ne manquent pas pour célébrer cette décennie! Nous avons évolué ensemble dans l'environnement hautement dynamique de la transition digitale grâce à un partenariat unique. Je remercie toutes les personnes qui nous accompagnent sur cette voie et contribuent à ce succès par leur implication au quotidien.»

Cette collaboration se distingue par une coopération très étroite d'égal à égal: les équipes de part et d'autre échangent quotidiennement, se remettent mutuellement en question et apprennent les unes des autres. Elles misent sur une communication transparente et directe pour bâtir le succès et instaurer un climat de confiance. C'est en effet la seule façon de déployer sans cesse des projets innovants et de qualité dans un environnement très volatile. Citons notamment les scripts logiciels sur mesure garantissant en arrière-plan la bonne diffusion des campagnes Migros, un filtre de réalité augmentée sur Snapchat ou les tests en cours sur les supports publicitaires dynamiques visant à optimiser l'adéquation entre les produits promus et le groupe cible, sur la base de données first party.

Philipp Marquard, responsable médias, Fédération des coopératives Migros

«Mû par une grande curiosité et un vif intérêt, Webrepublic investit en permanence dans des thématiques digitales innovantes ou en mutation, sans jamais négliger les différents niveaux de détail. Loin d'être seulement prônée, la transparence est vécue comme quelque chose de naturel. Mais la véritable clé du succès, ce sont ses équipes, savant mélange entre collaborateurs chevronnés et jeunes talents. Nous les remercions chaleureusement et leur témoignons toute notre estime, au quotidien comme à l'occasion de cet anniversaire.»



A propos de Migros

Avec un chiffre d'affaires annuel de 28,7 milliards de francs (2019), le groupe Migros est la plus grande entreprise de commerce de détail de Suisse et le premier employeur privé du pays, avec plus de 106 000 collaborateurs. Migros appartient à plus de deux millions de membres organisés en dix coopératives régionales actives dans le commerce de détail, le métier de base du groupe Migros. Le groupe englobe par ailleurs de nombreuses entreprises industrielles, plusieurs sociétés vouées au commerce et aux voyages, ainsi que la Banque Migros.

A propos de Webrepublic

Webrepublic est l'agence de marketing digital leader en Suisse. Quelque 200 collaborateurs et collaboratrices y conçoivent, mettent en œuvre et optimisent des campagnes de A à Z. Pour transposer l'innovation marketing en valeurs d'entreprise pour leurs clients, ils considèrent toujours la création, les médias et la technologie comme un tout. Cette agence dirigée par ses propriétaires travaille étroitement avec l'agence créative Wirz depuis 2020 sous le nom de BoB, Best of Both. Les deux agences élaborent ensemble une communication imbriquant étroitement dès le départ les émotions et les données.