

## BASE&CO

Collecter des futurs clients, c'est son métier !

**Base&Co est une agence publicitaire et marketing online qui s'est spécialisé dans le recrutement de profils pour le compte de marques sur Internet. Rencontre avec son fondateur, Edouard Lhuerre**



### Pouvez-vous nous présenter Base&Co ?

Base&Co est une agence publicitaire et marketing online que j'ai créé en 2005 et que nous avons bâti sur un modèle économique à la performance. Nous accompagnons nos annonceurs dans l'innovation, la réalisation et la diffusion des opérations pour générer des profils qualifiés et augmenter le chiffre d'affaires de ces derniers. Pour y parvenir, nous avons plusieurs leviers à notre disposition, de la campagne e-mailing, toujours très efficace quand les bases d'adresses sont qualifiée, aux social ads, notamment Facebook où nous avons développé un modèle innovant qui nous permet d'améliorer la transformation client. Base&Co propose également des leviers Native ads et Coregistration améliorée.

### A ce propos, vous vous êtes spécialisés dans les mini-sites. Pouvez-vous nous expliquer le concept ?

C'est très simple. Nous développons des mini-sites d'acquisition pour nos annonceurs qui veulent mettre en avant un produit ou un service par exemple. Il s'agit de dispositifs sur mesure pour favoriser la collecte et fournir une base de prospects qualifiés pour une campagne de rappel. L'internaute intéressé arrive sur le site et entre ses coordonnées pour être recontacté. Pour les annonceurs qui évoluent dans un univers très concurrentiel, nous avons développé un concept appelé « campagne funnel » où l'internaute intéressé par un produit va d'abord répondre à des questions personnalisées avant de donner ses coordonnées. Cette méthode permet d'améliorer par deux la transformation final.

### Vos solutions sont en constante évolution...

Oui, ainsi, pour les mini-sites, nous mettons en place notre outil PRM, afin d'envoyer des e-mails personnalisés en fonction de la réaction du prospect à l'envoi d'un premier mail de bienvenue. Celui qui a ouvert et lu ce message ne recevra pas le même mail que celui qui l'a ouvert sans le lire ou celui qui ne l'a pas ouvert du tout. Dans toutes nos solutions, nous allons vers plus de personnalisation, tant du côté de l'annonceur que de l'utilisateur final.

### Cette stratégie s'avère-t-elle payante ?

Avec une croissance de 17% de notre chiffre d'affaires au premier trimestre, l'arrivée de nouveaux clients comme Foncia, Allianz, Cogedim, EPS Télésurveillance ou Nacarot, et l'ouverture de deux filiales en Espagne et en Italie, je peux dire que oui, cette stratégie porte ses fruits.