
COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Marseille, le mercredi 1er octobre 2008

Mots-clés : WEB / LABORATOIRES / PHARMACIE / CRM

Varibase recrute par flash vidéo personnalisé dans les laboratoires pharmaceutiques

■ Afin d'identifier les prospects canadiens et français de l'industrie pharmaceutique intéressés par son approche du marketing relationnel, Varibase a lancé une campagne de recrutement qui sort des sentiers battus en utilisant le mailing, le web, le courriel et le téléphone. ■ Cette campagne adresse son message via un *flash vidéo* personnalisé. ■ Une manière astucieuse de susciter l'intérêt tout en communiquant sur le savoir-faire et les capacités d'innovation technologique de l'agence.

Utiliser le levier de l'innovation pour recruter

Actuellement en pleine mutation, l'industrie pharmaceutique ne peut plus se contenter d'un marketing de masse. Aussi les laboratoires commencent-ils à miser sur le marketing personnalisé : un changement d'approche qui crée un nouveau marché très dynamique pour les agences telles que Varibase. La réactivité que lui offre sa taille à dimension humaine associée à son savoir-faire en marketing relationnel sont des atouts qui donnent à Varibase la légitimité pour intervenir sur ce nouveau marché. Des clients comme **Bayer Healthcare**, **Sanofi Pasteur MSD**, **Alliance Santé Ratiopharm**, en France l'ont déjà compris, qui font appel à Varibase pour leurs campagnes.

Bénéficiant déjà d'une certaine notoriété sur le marché de l'industrie pharmaceutique, Varibase aurait pu y faire son autopromotion en se contentant de capitaliser sur son nom et ses références, célèbres dans le monde entier. Elle a préféré la mise en œuvre d'un dispositif plus complexe, qu'elle maîtrise parfaitement, fondé sur une démarche alliant le ciblage, la personnalisation et le multicanal.

En plus d'identifier les prospects chauds, cette campagne avait pour objectif de les intéresser à l'approche du marketing relationnel, de faciliter la prise de rendez-vous, de faire connaître l'agence auprès du plus grand nombre de décideurs de l'industrie pharmaceutique et de renforcer le positionnement de Varibase sur le créneau du marketing personnalisé et de la technologie relationnelle. Elle s'est déroulée du 1^{er} mai au 20 juin 2008, d'abord au Canada puis en France.

De la lettre anonyme au message vidéo personnalisé

Le concept de cette campagne était basé sur la curiosité et l'étonnement face à l'innovation, avec en toile de fond un message donnant envie d'en savoir davantage sur ce marketing d'un nouveau genre.

Les prospects ont d'abord reçu un courrier postal se présentant sous la forme manuscrite d'une lettre anonyme avec leur prénom en accroche.

Le message les invitait via une adresse URL à se connecter sur un minisite où une personne s'adressait directement à eux en les accueillant par leur prénom. Cette personne « virtuelle » prenait un ton convivial et les interpellait sur l'intérêt qu'offre le marketing relationnel pour les laboratoires pharmaceutiques... sans entrer dans le détail afin de les inciter à demander plus d'informations. Cela activait la prise d'un rendez-vous avec un conseiller de Varibase.

Tous ceux qui ne s'étaient pas connectés sous les dix jours après l'envoi du mailing ont été recontactés par e-mail avec un lien URL automatique sur le minisite vidéo.

Le taux de retour a atteint 19 % au Canada.

« L'utilisation du flash vidéo personnalisé dans cette campagne de recrutement a donné de très bons résultats, avec un taux de connexion au Canada de 19 %. Elle a permis de générer un grand nombre de rendez-vous au cours desquels nous avons constaté que ce flash vidéo personnalisé fut très bien perçu. Il avait marqué de façon très positive ceux qui l'avait visionné », indique Valérie Rivier, responsable communication et marketing de Varibase.

Au Canada, il y a eu 37 contacts obtenus sur 190 envois, dont 23 à travers le courrier postal, puis 14 autres prospects suite à la relance par courriel.

En France, Varibase a récolté 57 contacts sur 625 envois, soit un taux de retour de 9 %.

Éléments-clés

Annonceur : Varibase

Opération : Lettre anonyme pharmaceutique

Produit/service : Marketing relationnel

Durée de la campagne : du 1^{er} mai au 30 juin 2008

Pays : Canada, et France.

Responsable annonceur : Willy Marion, directeur de clientèle

Agence : Varibase

Canaux utilisés : Mailing, web, courriel et téléphone

Particularité : vidéo personnalisée

À propos de Varibase. Née en 2001, Varibase est une agence de marketing relationnel qui accompagne les annonceurs dans l'exploitation de leurs bases de données clients afin qu'ils profitent des bénéfices d'un marketing relationnel individualisé. Varibase élabore des recommandations marketing innovantes en s'appuyant sur les technologies les plus performantes de la relation client... Varibase Inc. au Canada couvre le marché outre-Atlantique depuis 2007.

En 2007, l'agence a réalisé un chiffre d'affaires de 3 millions d'euros avec un effectif de 25 collaborateurs. Son objectif est de doubler son chiffre d'affaires d'ici à 2 ans par croissance interne et externe.

Pour en savoir plus : www.varibase.com

Contacts

Relations presse ■ Agence C3M ■ Tél. : 01 47 34 01 15

Michelle Amiard, michelle.amiard@agence-c3m.com, Cathy Lacides, cathy@agence-c3m.com

VARIBASE, Valérie Rivier, vrivier@varibase.fr, Tél. : 04 88 66 31 03