



La Macif choisit Gammed! pour réengager ses prospects et ainsi augmenter son volume de leads qualifiés

Paris, le 11 mai 2021 – Le groupe Macif souhaitait capitaliser sur la puissance de l’audience de son site [macif.fr](https://www.macif.fr) - référent sur le secteur de l’assurance avec 2,5M de visiteurs uniques par mois et 5,5M de sociétaires - pour accélérer la conversion sur ces différents produits. Pour ce faire, l’assureur mutualiste a sélectionné le pionnier du programmatique Gammed! suite à un appel d’offres lancé en 2020.

Objectif: réengager les prospects à travers l’ensemble du tunnel de conversion et ainsi développer la génération de devis sur les trois principaux produits proposés par la Macif.fr (assurances Habitation, Auto, et Santé).

Ce nouveau partenariat avec Gammed!, débuté en décembre, s’inscrit dans la nouvelle stratégie marketing de la Macif, qui a mis en place dès 2019 de nouveaux process internes dont une « usine à leads » visant à une plus grande performance dans la qualification de ses prospects.

La campagne orchestrée par Gammed! suit un fil rouge basé sur le *smart retargeting* pour une activation fine des audiences par segments (selon les contenus, les produits, les profils et leur récence, etc.). Une approche qui permet par ailleurs à la Macif de gagner en transparence sur ce levier, de sorte à respecter les nouvelles règles de *cookies privacy*. De nombreux tests ont notamment été réalisés ces derniers mois, en anticipation de la récente évolution de la réglementation, visant à maintenir le bon niveau de performance sur ce levier.

« Nous nous réjouissons de ce partenariat avec Gammed!, qui nous permet de développer notre stratégie data driven en exploitant plus efficacement le levier retargeting. Nous nous étions fixés des objectifs très ambitieux, que nous avons déjà atteints en quelques mois, faisant ainsi du retargeting un levier tout aussi performant que le search ! Les équipes de Gammed!, à travers une analyse fine et proactive, ont bien compris nos problématiques et leur accompagnement est une véritable force. Ces dernières, ainsi challengées, ont pu monter en compétences sur le sujet grâce au travail de pédagogie mené par l’expert programmatique. Ce bon démarrage nous laisse présager encore de belles réussites pour la suite, le levier retargeting ayant vocation à être encore optimisé. », témoigne **Rarès VIDICAN, en charge du Marketing Digital au sein de la Direction Réponses Besoins Sociétaires et Innovation de la MACIF**

Le retargeting étant ainsi devenu un canal très ROIste pour l’assureur mutualiste, ce dernier a en effet pour projet, dans un avenir proche, d’élargir le périmètre d’actions de son partenaire Gammed!, en le sollicitant notamment sur le renouvellement des assets créatifs et la mesure précise des leads « web call back ».

Pour toute information complémentaire, merci de contacter :

Agence LEON

Océane Fieu | Fiona Thomas

oceane@agence-leon.fr | fiona@agence-leon.fr

06.79.58.01.81 | 06.61.73.98.18

À propos de Gamed! :

Fondé en 2009 par Anthony Spinasse et Olivier Goulon, Gamed! est un pionnier et leader du programmatique. L'entreprise de publicité digitale emploie aujourd'hui plus de 140 collaborateurs, basés en France, mais également au sein de ses 5 bureaux internationaux (Belgique, Suisse, Émirats Arabes Unis, Brésil et Malaisie). Alliant expertise humaine et technologie de pointe, Gamed! aide les annonceurs et agences à engager durablement leur audience via des activations digitales sur l'ensemble des médias et formats (display, vidéo, social, audio...). L'entreprise fait également le choix du conseil et de l'évangélisation de son savoir-faire, étant ainsi à l'origine de la toute première formation certifiante du secteur. Fort de plus de 250 clients (tels que Caudalie, Macif, Magimix, Tediber, Homair, Tape à l'OEil, Se Loger, Compagnie des Alpes, Sushi Shop ...), Gamed! a rejoint le Groupe Unify (TF1) en novembre 2018, aux côtés d'entreprises telles que Aufeminin, Marmiton, ou encore Doctissimo.

[@Gamed www.gamed.com/fr/](https://www.gamed.com/fr/)

[Accédez au Case Study !](#)