



Chez Tagadamedia
et Jonathan Zisermann



LA HAUTE GASTRONOMIE DE TAGADAMEDIA

Ymanci, le courtier multi-spécialistes, s'appuie désormais sur Tagadamedia pour la fourniture de leads qualifiés. Une collaboration qui rend heureux le responsable de ce sujet, pourtant bien averti sur ces questions.

Par Manuel Jacquinet

Dans quantité de secteurs, l'énergie, les assurances, le crédit immobilier ou les télécoms, les techniques d'acquisition et de sollicitations des prospects et le tunnel pour emmener ces derniers à l'achat, à l'abonnement sont désormais presque maîtrisés. Quel que soit le mode de vente et le canal utilisé : boutiques, digital, centres d'appels. Reste à solliciter, notamment lorsque ceci est fait par téléphone (dans le cadre de campagnes de téléprospection ou télévente) des personnes potentiellement intéressées. Une autre ardente nécessité : que les *leads* fournis soient de bonne qualité puisque l'entreprise qui les achète engage ensuite des moyens commerciaux et financiers significatifs pour parvenir à l'éventuelle transformation du prospect en client.

C'est donc comme en haute gastronomie ou sur les bonnes tables : le grand chef n'est rien sans de bons produits, de bonnes épices, démunie pour sa glace s'il lui manque une vanille qui a du goût. Tagadamedia fournit de très bonnes épices, des sollicitations des prospects et le produit de première qualité nous indique et confirme Jules Ricard, responsable digital et acquisition chez le 1er courtier multi-spécialiste en France, dans les domaines du rachat de crédit, du crédit immobilier et de l'assurance.

LE CONTEXTE ET LA DEMANDE
Ymanci, marque phare du groupe Premista, *leader* dans son domaine, est mandaté par les banques pour proposer aux prospects les meilleures offres de financement et d'assurance. « Nous permettons à nos clients de trouver la solution de fi-



« ET CE QUE JE PEUX VOUS DIRE, C'EST QU'ILS SORTENT DU LOT, EN MATIÈRE DE **QUALITÉ DE DATA ET DE LEADS FOURNIS** », JULES RICARD.

nancement la plus adaptée à leur projet, qu'il s'agisse d'un regroupement de crédits, d'un crédit immobilier ou d'une assurance emprunteur, grâce à de solides partenariats avec les plus grandes banques françaises. Dans ce métier très concurrentiel, il convient de s'adresser aux personnes au bon moment. A un locataire lorsqu'il quitte son appartement, à un futur propriétaire qui est en train de négocier son financement. Il faut donc porter nos messages et proposer nos services à ce qu'on appelle des prospects intentionnistes. Et ce en grand volume et de façon fiable et homogène toute l'année, car nos équipes commerciales, qui sont sur le terrain ou dans nos centres de contacts, travaillent toute l'année. Nous en avons un par exemple à Nancy, au sein duquel nos experts prennent contact avec des leads qui nous ont été transmis par nos fournisseurs spécialisés. La taille de notre entreprise et nos ambitions nécessitent que nous disposions chaque année de plusieurs dizaines de milliers de *leads*.

Désireux d'élargir le *pool* des prestataires spécialisés dans ce métier, nous avons été mis en contact avec Tagadamedia. Et ce que je peux vous dire, c'est qu'ils sortent du lot, en matière de qualité de *data* et de *leads* fournis.

LA CAPACITÉ À FOURNIR DE LA VANILLE GÔUTEUSE, SÉLECTIONNÉE, EN TOUTE SAISON

Le chef Jules et sa brigade sont toujours en recherche d'épices de la meilleure provenance.

Un *lead*, c'est un *lead* Jules, non ?

« Non. Un prospect intentionniste est celui qui a un vrai projet, déclaré, certain. Et que vous pouvez contacter, et pour lequel les

données fournies sont justes. Grâce aux *process* que mettent en place et monitorent les équipes de Tagadamedia, leurs données fournies sont fiables et collectées de façon légale, un sujet auquel nous sommes particulièrement vigilants. De plus, si vous proposez un crédit à un futur potentiel client, il est préférable par exemple d'avoir vérifié qu'il est finançable, que son dossier a des chances d'être accepté. Autrement, vous courez le risque de travailler à blanc. Pour chaque type de métier, donc et d'activités d'Ymanci, le profil type du prospect est différent et c'est sur la base de ce prérequis que nous sollicitons nos prestataires. Une dernière chose importe enfin : la capacité de votre partenaire à vous fournir en leads de façon lissée, tout au long de l'année, et avec des indicateurs de qualité maintenus.

Sur ce point, l'équipe de Jonathan est également au rendez-vous. Fiable, constante dans la qualité et les volumes fournis. »

LES SECRETS DE TAGADAMEDIA POUR FOURNIR DE LA VANILLE SAVOUREUSE, QUELLE QUE SOIT LA SAISON

Tagadamedia édite des médias propriétaires & variés (déco, beauté, tests de produits, food, ...) qui génèrent 10 millions de visiteurs par mois. Grâce à une technologie de questionnaires intelligents embarqués sur nos médias, ils détectent les profils intentionnistes (optin RGPD).

Ces profils sont alors contactés via leurs call centers pour vérifier leur éligibilité à l'offre de l'annonceur.

En résumé 3 ingrédients : audience, technologie et bon sens !

© DR

Une gestion de "paniers" abandonnés pour les e-marchands ?

La mise en place d'un service client omnicanal ?

BPO et gestion de l'expérience client, de bout en bout ?

Et
HOP!

myopla
we are you

1500 collaborateurs multilingues, situés à Tanger, Tétouan et Al Hoceima.
www.myopla.com