

magimix®

Contexte

Secteur. Petit électroménager
Période. Nov-Dec 17

Magimix est une marque française de petit électroménager culinaire haut de gamme. Née en Bourgogne il y a plus de 40 ans, Magimix a révolutionné la cuisine récréative en inventant le Robot Multifonction devenu l'accessoire indispensable des professionnels et des particuliers !

530K

internautes touchés

4,3%

taux d'engagement
moyen

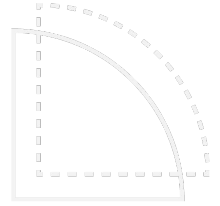
+135

contenus générés par
les Influenceurs et leur
communauté

+100%

des recherches
associées aux termes
"Cook expert"

Promouvoir sa marque et son produit grâce au Marketing d'Influence



En quête de notoriété.

À l'approche des fêtes de fin d'année, Magimix avait pour ambition de **promouvoir son produit phare : le "Cook Expert"**, auprès d'**une cible qualifiée et engagée**. Face aux attentes et contraintes de Magimix (déficit de notoriété face à une concurrence bien établie, cible très large aux profils spécifiques (e.g. *food addicts*, mères de famille, experts culinaires, *healthy*, pâtisseries ou encore seniors), problématiques de distribution avec une forte dépendance vis-à-vis des distributeurs) **FABERNOVEL DATA & MEDIA a déployé une opération d'influence d'ampleur, intégrée à la stratégie média globale.**

Une opération, trois temps forts.

Un événement central.

Fin novembre, **12 Influenceurs Cuisine** (+/- 2 Instagrameurs ou blogueurs représentatifs de chaque typologie de profil cible précédemment évoqué) se sont retrouvés sur un rooftop des Champs Elysée **aux côtés du chef étoilé, Yannick Alléno, et de membres privilégiés de leur communauté** pour un atelier cuisine et dégustation à l'aide du Cook Expert.

Un jeu concours.

En amont de l'événement les 12 influenceurs ont organisé un jeu concours avec pour double objectif, d'**évangéliser leur communauté** sur les avantages du Cook Expert, mais également de **sélectionner les cinq membres** qui assisteront à l'événement.

La création de contenus.

Suite à l'événement, les 12 influenceurs devaient **créer un article de blog / un post** afin de parler de leur expérience avec Magimix et le Cook Expert.



Quels impacts ?

Une cible engagée touchée

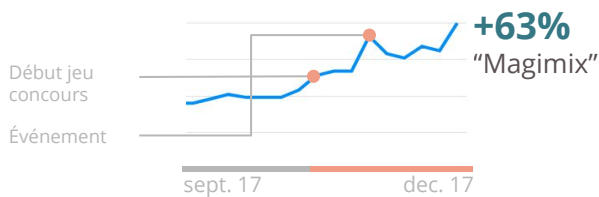
Au terme de l'opération plus de **530K internautes** ont été atteints avec un **taux d'engagement moyen supérieur à 4,3%** (*un taux d'engagement moyen est considéré comme 'bon' autour de 3%*).

Contents ! Contents ! Contents !

Par ailleurs, **près de 70 contenus** ont été publiés par les **influenceurs**. Grâce à l'intégration de l'opération au sein de la stratégie média globale, il a été possible de **capitaliser sur les assets les plus performants en Influence et les utiliser sur d'autres leviers** (e.g. republications des posts les plus performants publiés par les influenceurs sur le compte Instagram de Magimix (jusqu'à +250% plus performants que les posts classiques)). De même l'opération a rendu réel le virtuel en permettant aux influenceurs de convier et rencontrer leur communauté (cible stratégique pour Magimix), ce qui a également donné lieu à **près de 70 User Generated Contents**, d'ordinaire difficile à générer.

"Magimix" et "Cook expert" au coeur des recherches.

Finalement, on constate une forte augmentation des recherches associées aux termes "Magimix" (+63%) et "Cook expert" (+100%), résultat d'une communication multi-levier



(avant vs après l'opération influence)

FABERNOVEL DATA & MEDIA nous a permis de booster de manière notable la notoriété de notre produit à un moment stratégique pour la marque et son offre !

Virginie LEYONDRE

Responsable Marketing & Communication
Magimix

Voir la vidéo de l'événement

