

# Manageo cible les prospects sur mesure

La filiale aixoise du groupe Altarès propose à ses clients des solutions pour lancer eux-mêmes leurs campagnes

**S**ouvenez-vous : Manageo, c'était l'un de ces sites spécialisés dans la recherche d'informations financières et juridiques sur les sociétés à la fin des années 90. Fondée par Patrice Ceccaldi aujourd'hui CEO du groupe Altarès, qui a racheté Manageo en 2006, la PME aixoise n'a pas abandonné son modèle initial. Elle l'a fait grandir et évoluer vers le développement commercial au gré des possibilités offertes par les nouvelles technologies. Vingt ans après sa naissance, Manageo est toujours implantée à Aix, d'où elle adresse des clients dans toute la France, grâce à sa base de données de 11 millions d'entreprises... "Au moment de la bulle internet, la deuxième levée de fonds prévue n'a pu avoir lieu.

Nous nous sommes orientés alors vers le développement commercial en utilisant les données que nous avons notamment par le biais de la licence INPI et Insee, et surtout en les enrichissant", résume Thomas Poussardin directeur général adjoint de Manageo. "Nous enrichissons les données froides, légales, d'une data comportementale qui va renseigner une entreprise sur le comportement et donc le besoin de son client", poursuit Clemence Cessieq directrice de la communication.

Et dans cette transformation, Manageo qui propose aux PME et TPE des campagnes auprès de prospects de plus en plus ciblées, a su profiter des opportunités apportées par la digitalisation. "Lorsque nous déclenchons des campagnes, cela va générer des signaux, autrement dit des clics, ou des ouvertures de mail, qui vont permettre de connaître les prospects les plus



## REPÈRES

9,5 M€ de chiffre d'affaires en 2017, 10 M€ prévus en 2018. 77 salariés actuellement, une centaine d'ici fin 2018, recrutement de commerciaux, développeurs marketing...

Thomas Poussardin et Clemence Cessieq dans les locaux de Manageo à Aix. /PHOTO M.-C.B.

chauds et de les recibler", poursuivent les responsables. Depuis deux ans, Manageo a même intégré à son fonctionnement la programmation, c'est-à-dire la possibilité de réserver des emplacements publicitaires sur les sites internet, via l'achat d'espace sur des places de marché, une activité quotidienne qui représente 15% des coûts de l'entreprise. Depuis un an, Manageo.fr est en pleine refonte, avec pour ambition de

proposer aux clients les TPE ou PME des produits leur permettant de lancer eux-mêmes leurs propres campagnes, tout en continuant à accompagner aussi les grands comptes. "L'idée est de démocratiser les meilleurs outils technologiques, souvent très chers et très techno pour les petites entreprises", ajoute Thomas Poussardin. L'entrée d'Altarès a permis de démultiplier l'investissement et pourrait permettre à cette future "plateforme de marketing prédictif", de se lancer très bientôt à l'international.

Marie-Cécile BÉRENGER