

Silmo vitrine



Alain Mikli Fly chez Vanessa & Mehd



Okia

Le magazine Oogmerk se met au numérique

Il y a trois ans, Oogmerk lançait, en collaboration avec l'éditrice Gisèle Speaker (Gicom), son propre magazine consommateurs, baptisé Oogmerk, distribué gratuitement dans les points de vente de la marque et financé par les fournisseurs. En trois ans, le tirage est passé de 20 000 exemplaires dans 35 points de vente à 65 000 dans 100 points de vente, en Belgique et aux Pays-Bas. L'objectif du magazine était de forger l'image de la marque et de fidéliser les clients à une époque où ceux-ci sont de moins en moins liés à leur opticien.

Lors d'un événement qui s'est tenu dans les locaux de la société Eurocam, Vincent Breughelmans et Gisèle Speaker ont annoncé qu'ils allaient mener le projet un pas plus loin en publiant une version en ligne du magazine sur la plateforme www.digi-mag.be. La formule présente de très nombreux atouts : le magazine est accessible en dehors des points de vente Oogmerk et un nouveau lectorat peut donc être abordé. En se « cybernissant », Oogmerk veut suivre la tendance web 2.0, où la toile est davantage utilisée comme un lieu de socialisation. Il suffit de constater le succès de sites tels que Facebook ou Netlog. En l'espèce, la « communauté » est celle des opticiens Oogmerk et de leurs clients. La version numérique de Oogmerk est accessible sur une plate-forme où sont

également publiés d'autres magazines consommateurs de Gicom, tels que Choez, celui de la chaîne de magasins de chaussures Torfs, ou Prémaman. Le but : inciter les lecteurs de ces magazines à jeter aussi un coup d'œil à Oogmerk. Les personnes qui souhaitent s'abonner peuvent le faire facilement en ligne, mais aussi par SMS, en envoyant « oogmerk » au 3180. Disponible à tout moment sur le site, le bouton 'shop locator' permet de localiser chaque point de vente Oogmerk (petit plan à l'appui). Le bouton 'buzz' renvoie le visiteur à la rubrique où sont annoncés les actions et événements à venir. Avantage supplémentaire de la présence en ligne du magazine Oogmerk : l'Internet est un outil très mesurable. La fréquentation du site et les préférences

des visiteurs peuvent être suivies au jour le jour, permettant ainsi aux membres Oogmerk d'y réagir. Par ailleurs, le webzine utilise le programme Adwords de Google. Concrètement, Oogmerk « loue » certains termes de recherche qui lui garantissent d'apparaître en tête des résultats de recherche des visiteurs. À terme, Gicom sou-

haite agrémenter le site de petits clips vidéo sur des sujets actuels du monde de l'optique, comme les verres progressifs. La mise en pages du magazine papier subit actuellement un léger lifting pour devenir plus 'glossy'.
(Soetkin Bulcke)
www.digi-mag.be - www.oogmerk.be

