MUM a 25 ans : De pionnier du web à l’agence marketing full-service

MUM a 25 ans : De pionnier du web à l’agence marketing full-service

Un quart de siècle d’expertise digitale dans le nord du Luxembourg.

Lorsque l’agence MUM voit le jour en 2000, l’Internet en est encore à ses balbutiements. De nombreuses entreprises restent sceptiques face à la « nouvelle économie ». Malgré cela, MUM décide de se lancer, devenant ainsi une des premières agences 100 % web du pays. Ce qui avait démarré avec une petite équipe de quatre personnes est devenu aujourd’hui, 25 ans plus tard, une agence de marketing full-service bien établie dans la Grande Région !

« *À l’époque, un site web coûtait cher et beaucoup d’entreprises considéraient cette dépense comme un luxe inutile. La publicité se faisait principalement dans les médias imprimés. Notre mission a été de démontrer aux PME le potentiel du monde digital.* » se souvient Raphael Michel, qui codirige aujourd’hui l’agence aux côtés de Pierre Laurent et Pascal Wangen.

Des solutions innovantes sur un terrain encore vierge

Les premières années constituent un pari risqué. Les budgets alloués aux sites web sont limités, les retards de paiement fréquents. Malgré les obstacles, MUM s’impose rapidement comme un acteur innovant dans le nord du pays.

Un tournant marquant a lieu en 2002 avec le développement des premières solutions e-commerce intégrées pour des commerces régionaux. En collaboration avec des éditeurs de logiciels de gestion (ERP) locaux, MUM développe les premiers shops en ligne luxembourgeois, directement connectés aux outils de gestion de l’entreprise.
Cette innovation se révèle précieuse, notamment dans le B2B, à une époque où l’ecommerce en est encore à ses débuts.

Un an plus tard, l’agence lance son propre système de gestion de contenu (CMS), permettant aux clients de gérer leurs sites de manière autonome et multilingue, ce qui constitue un atout majeur sur le marché luxembourgeois, naturellement polyglotte.

Croissance et évolution digitale

Avec une clientèle en expansion, MUM s’installe en 2004 dans de nouveaux bureaux à Weiswampach et étoffe son équipe à six collaborateurs. Les années suivantes marquent des étapes clés : lancement du marketing sur moteurs de recherche (2007), amélioration continue du CMS (2008), et adoption du design responsive (2012), indispensable à l’ère des terminaux mobiles.

En 2014, MUM ajoute les réseaux sociaux et la publicité en ligne à son offre de services afin de mieux répondre à des demandes de plus en plus complexes. En 2016, MUM introduit un concept à 360° qui permet à ses clients de bénéficier d’un accompagnement global en matière de marketing digital.

Un jalon important est posé en 2017 avec l’acquisition et l’installation dans ses propres locaux à Weiswampach : l’« Espace Horizon », aujourd’hui cœur créatif de l’agence.

Lorsque la pandémie de COVID-19 frappe en début 2020, MUM réagit avec agilité : l’équipe passe au télétravail en un temps record et dispose d’un bureau 100 % digital. Cette réactivité profite autant à l’agence qu’à ses clients, eux-mêmes confrontés à une forte augmentation de leurs besoins numériques.

Une approche 360° avec des valeurs fortes et une équipe haute en couleur

Ce qui distingue MUM des autres agences digitales, c’est son approche 360° et ses 25 ans d’expérience. *« Nous couvrons toute la chaîne du marketing : de la conception stratégique au design, en passant par le développement technique, jusqu’à la création de contenus optimisés et la diffusion de campagnes digitales »*, explique Raphael Michel.
« Ce regroupement de compétences, encore rare dans notre région, fait toute la différence pour nos clients. »

Aujourd’hui, MUM, c’est une équipe diversifiée et dynamique. Cette richesse culturelle, associée à une expertise en quatre langues et à une forte orientation transfrontalière, fait de l’agence un partenaire idéal pour les entreprises, de Liège à Luxembourg-Ville.

Un nouveau départ stratégique : conseil et exécution

Après la première vague de la pandémie, le digital a littéralement explosé ! *« La pandémie a fortement accéléré la transformation numérique »*, commente Raphael Michel. *« Dans le même temps, les entreprises ont commencé à rechercher des solutions marketing plus efficaces et surtout mesurables. »* En réponse, MUM se positionne dès 2021 en tant que conseiller stratégique à part entière.

« Les entreprises ne voulaient plus seulement un prestataire pour créer leur site ou gérer leurs campagnes, mais un véritable expert capable de les guider et de concevoir une véritable stratégie digitale », poursuit Raphael Michel.

L'agence met alors en place des outils d'analyse et de reporting systématiques pour appuyer ses recommandations sur la base de données concrètes et objectives, véritable pierre angulaire de son service de conseil.

« Même si notre activité est aujourd'hui plus vaste, la création de sites reste notre cœur de métier », affirme-t-il.

« Le site web est toujours l'outil marketing n°1 d'une entreprise. Notre objectif, c'est de créer des solutions web d'excellence, avec des résultats concrets à la clé. »

25 ans, et plus que jamais tournée vers l'avenir

Pour ses 25 ans, MUM célèbre un quart de siècle d'innovation digitale. Les dix experts qui forment aujourd'hui son équipe soudée en ont profité pour se réinventer : nouveau site web, nouvelle identité visuelle, nouvel aménagement des bureaux.

L'anniversaire sera aussi fêté en interne par un « team escape », en équipe, sur plusieurs jours. *« Nos clients sont essentiels, notre équipe l'est encore plus. Si nous prenons soin de nos collaborateurs, ils prendront soin de nos clients. »*

« Ce que nos clients apprécient le plus, c'est notre capacité à anticiper. Nous comprenons leurs enjeux, parfois avant même qu'ils n'en aient conscience eux-mêmes. Cette approche proactive renforce la confiance et forge des partenariats solides. »

MUM reste fidèle à ses valeurs : amélioration continue, innovations accessibles et proximité client.