



W E ■ L'INBOUND
A R E M A R K E T I N G
C O M A V E C G L O B E - T R O T T E R
BY C R É D I T A G R I C O L E

WE ARE COM **ACCÉLÈRE**

1^{er} accélérateur des communicants à Paris !

Né de la volonté de fédérer les communicants pour accélérer la transformation de notre métier et promouvoir sa valeur ajoutée dans les entreprises, We Are COM est l'accélérateur des communicants.

Propulsés en 2016, le site WeAreCOM.fr et ses comptes sociaux sont animés par une team de professionnels de la COM, tous passionnés.

Déployé en 2019, We Are COM devient le coach des communicants en entreprise animés par l'envie de partager leur expertise et de développer leurs compétences entre pairs.

WEARECOM.FR



*« Aventure, passeport,
V.I.E., ça vous parle ? Nous
aussi !
Pour nous différencier de
nos concurrents auprès de
la cible Jeune, nous avons
concocté une COM
dépayssante.
Voici notre recette !»*

Club



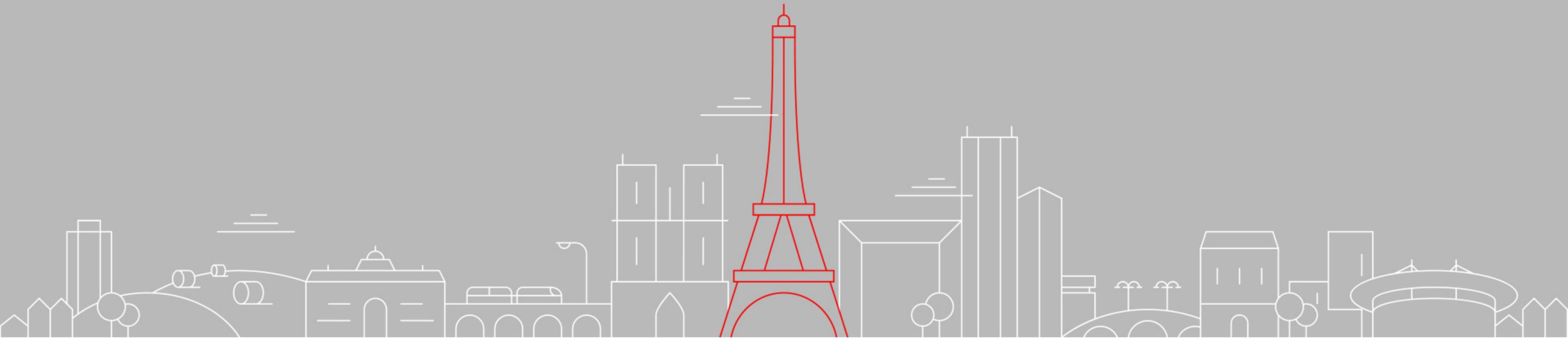
Mounia Lazrak
Data Analyst Junior

Lucile Le Moullec
Chargée de
Communication clients

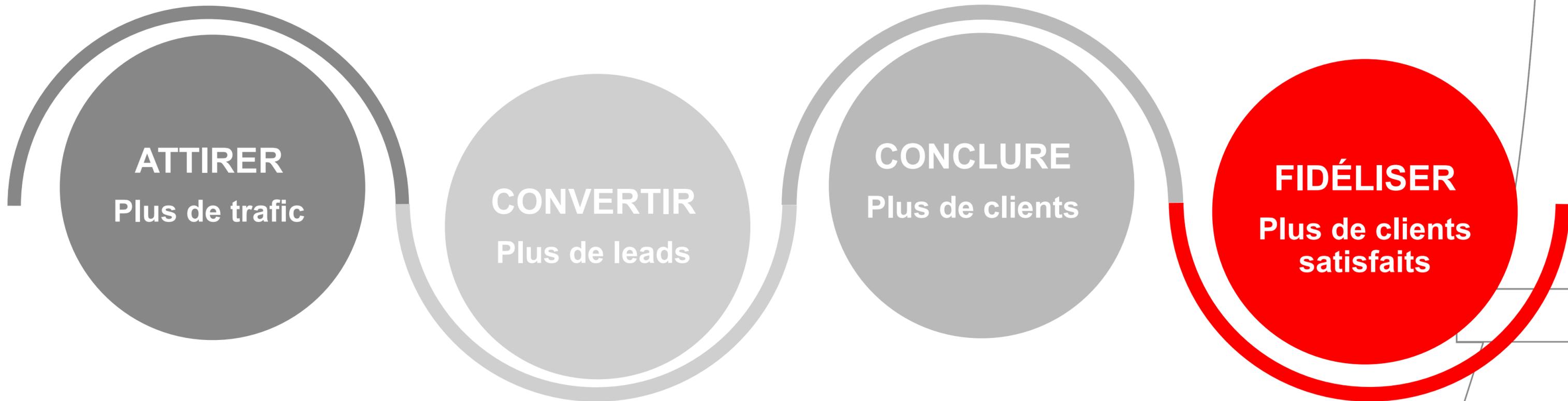
Andréa Leite
Community manager

CLUB WE ARE COM

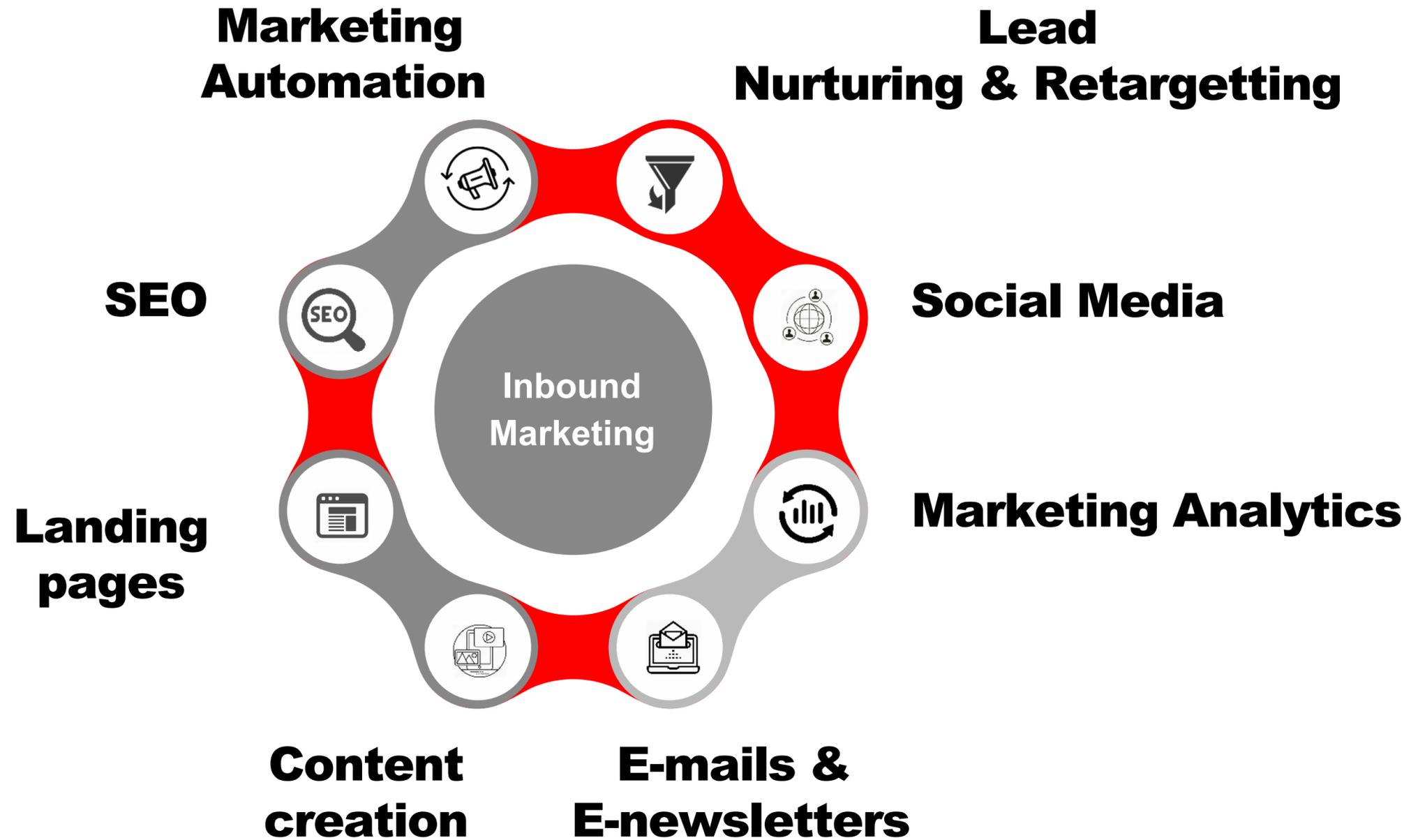
GLOBE- TROTTER BY CA IDF



L'Inbound marketing, quésako ?



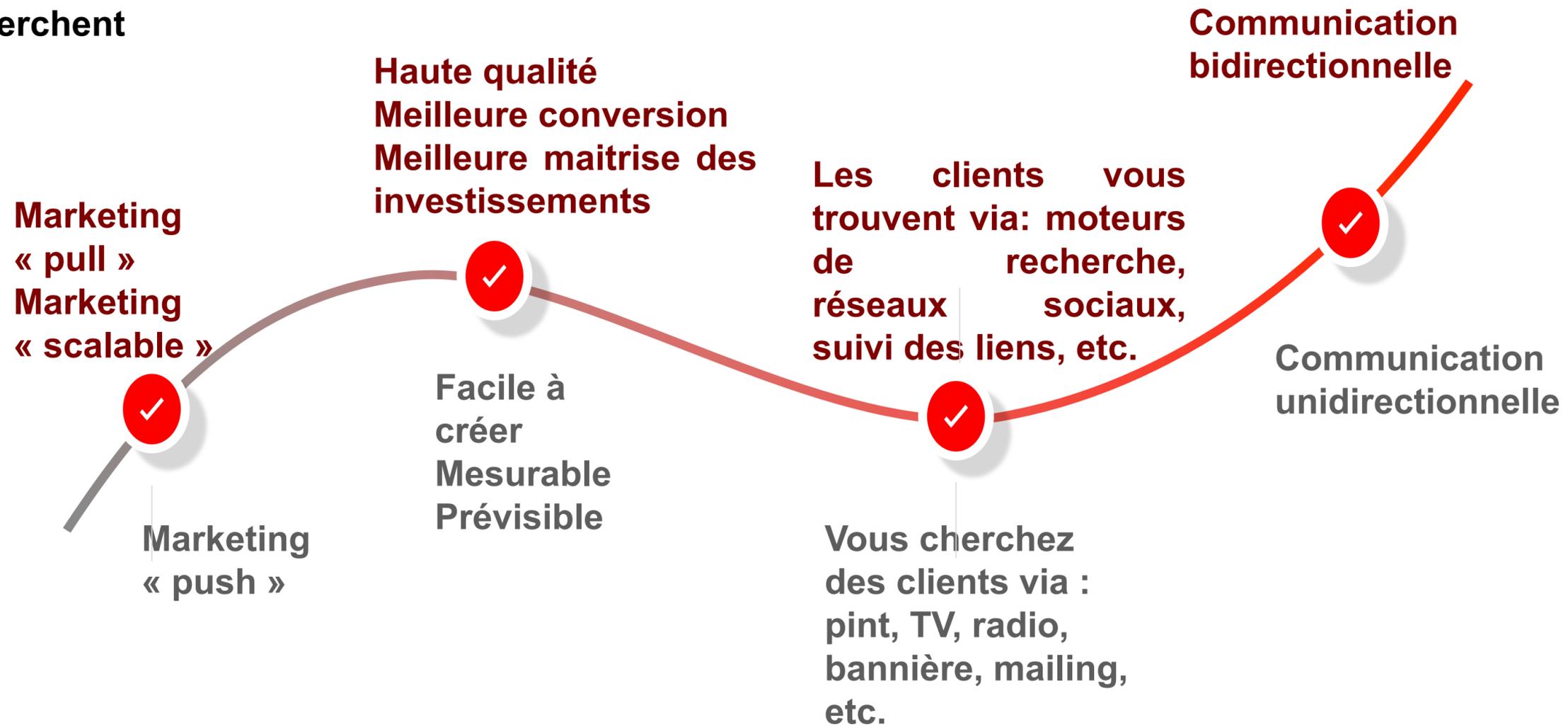
L'Inbound marketing, quésako ?



L'Inbound marketing, quésako ?

Inbound marketing

Les prospects vous cherchent



Outbound marketing
Vous cherchez les prospects

Les règles du jeu



Echangeons ensemble sur les best-practices !

GLOBE -TROTTER by CA IDF : SIMPLIFIEZ-VOUS LE VOYAGE



Une offre choisie par 50.000 jeunes Franciliens depuis février 2018

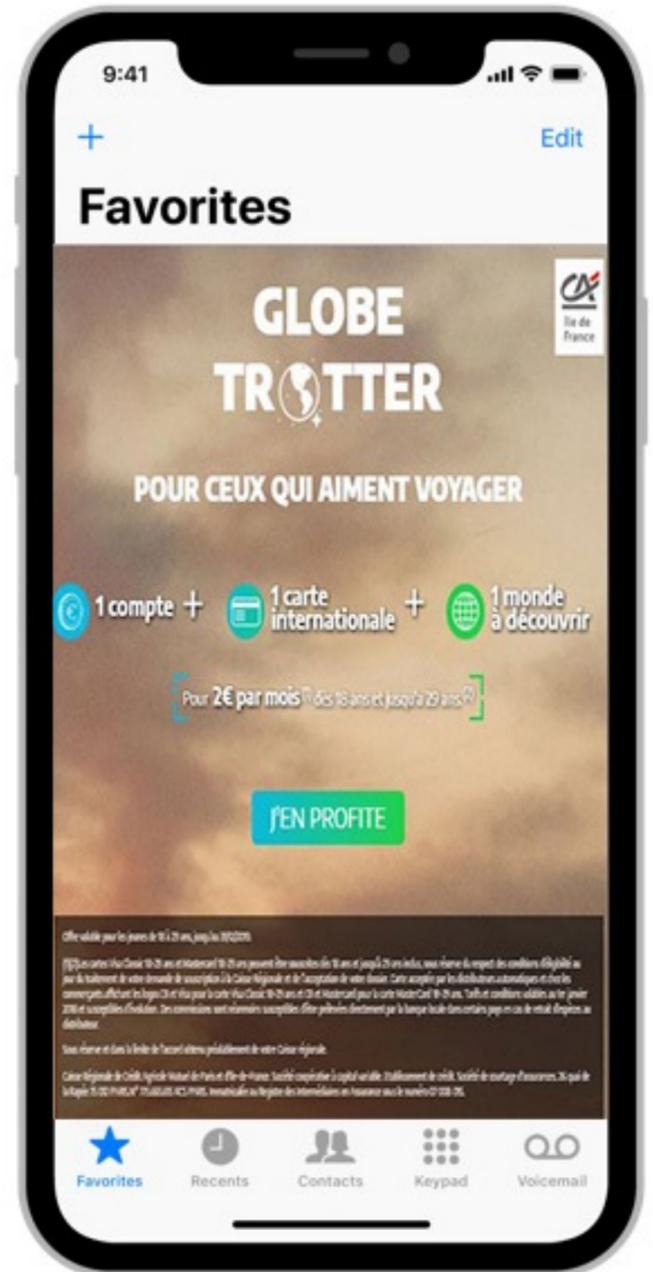
Une solution **pensée par et pour les jeunes Franciliens** de 18 à 29 ans, désireux de voyager ou d'étudier à l'étranger sans stress.

Pour **2€/mois** :

Un compte bancaire avec un virement gratuit/mois, la gestion à distance possible et sans frais de tenue de compte

Une carte internationale, tous les paiements et retraits gratuits à l'étranger, une assurance et une assistance Voyage

Et **un monde à découvrir** avec des services complémentaires (Crystal Studies, Prêt étudiant, Banque Nationale du Canada)



Social Media : #TripChoices, le voyage communautaire



Social Media : #TripChoices, le voyage communautaire

Bilan de la phase 1 > notoriété

Une campagne au service de la démonstration de tous les bénéfices de l'offre

76 stories

12 sondages

40 attributions à la marque

Bilan de la phase 2 > génération de leads

Une conquête sur de la préférence choisie et hors génération de trafic en agence



Impressions
totales
2 960 150



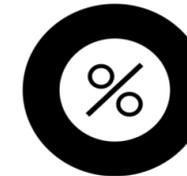
Story la plus vue =
sondage destination
60 905



Participations
aux sondages
271 508



Nombre de visiteurs
uniques
6 305



Taux de
participation
12%



Nombre de visiteurs
uniques
2 615



Impressions
totales
1 920 201



Nombre de
formulaires
remplis
87

A l'écoute de nos clients



Anne-Laure Greffin
@ALGreffin

Suivre

Quand ta nouvelle carte bleue @CA_IDF ressemble à ça, c'est que c'est le moment de changer de banque non ?
[#quisontlesgraphistes](#)



05:19 - 10 juil. 2017

2 J'aime



1



2



Jordan Till @Jordan_Till_ · 10 juil. 2017

En réponse à @ALGreffin @CA_IDF

[#CarteTéléphonique](#)

1



1



Anne-Laure Greffin @ALGreffin · 10 juil. 2017

T'sais que j'ai honte de la sortir ahah



1



1

Crowdsourcing : 2 visuels créés et choisis par les internautes



Carte Van de Théo

Visuel choisi par **1 456**
internautes



Carte Black de Margaux

Visuel choisi par
1 177 internautes

Objectif :

Doter la nouvelle offre Globe-Trotter by CAIDF d'un visuel de carte propre, en faisant appel à la cible

Mécanique :

Nous avons lancé un challenge créatif en partenariat avec Creapills.

Ce Challenge s'est organisé en 3 phases :

Phase 1 : Appel à projets pendant 15 jours sur le média Creapills

Phase 2 : 10 présélectionnés par un jury composé de clients Globe-trotter, de Creapills et de CA IDF.

Phase 3 : Votes sur les réseaux sociaux pour élire le design gagnant parmi les 10 visuels retenus

Chiffres :

62 designs collectés

> **10** présélectionnés

> **4 934** votes au total

> **2** visuels retenus

Brand Storytelling : la production de contenus par des pairs

Objectif :

Démontrer les bénéfices de l'offre grâce à des bêta-testeurs (étudiants, membres du BDE) en conditions réelles de voyage à l'étranger.

Mécanique :

- > Créer un rendez-vous sur nos réseaux sociaux (vendredi tous les 15 jours) pour suivre leurs aventures
- > Mettre en avant chacun des atouts de l'offre dans des vidéos, de type carnet de bords

Chiffres :

- > **10** contenus
- > **78 053** vues
- > **639 157** impressions
- > **5 164** interactions
(j'aime/partage/commentaire)

Crédit Agricole d'Île de France
Journal de bord #1 de l'équipe Shake Your City : Melbourne (Australie)
Journal de bord #1 de l'équipe Shake Your City : Melbourne (Australie)... Afficher la suite



J'aime Commenter Partager

23 - 5 commentaires

Crédit Agricole IDF @CA_IDF

Suivre

Journal de bord #4 de l'équipe Shake Your City
Cette fois on retrouve Simon, Cédric et Paul à #Bali 🌴 Des successions d'attractions touristiques et toujours avec eux l'offre #GlobeTrotter 📍 bit.ly/2LNBX16
Les mentions légales sont par-là bit.ly/2qKTx03



0:18 183 vues

03:16 - 1 juin 2018

Content Creation : Globe-Trotter Place



Développement de contenus et bons plans extra-bancaires

Globe-Trotter Place, un site mobile à destination des jeunes franciliens « ouverts sur le monde » et « éco-responsables »

1ère communauté en ligne initiée par une banque sur le thème du Voyage et fondée sur le collaboratif.

5 univers de besoins : se déplacer, préparer son voyage, étudier, se loger et travailler ici ou là-bas.

Chaque univers dispose d'un forum, d'un coaching éditorial (à partir du 30 septembre), d'une solution extra-bancaire et d'offres en bancassurance.



globetrotterplace.com

Content Creation : Globe-Trotter Place

GLOBE
TROTTER
place



Se déplacer

- > Le permis le moins cher en Île-de-France (via une start-up)
- > Le prêt étudiant à 1%



Préparer son voyage

- > Pack de bienvenue au Canada (via la BNC)
- > L'offre de banque au quotidien Globe-Trotter



Se loger

- > Une caution pour faciliter l'accès à la location (via une start-up)



Etudier

- > Un chatbot pour faciliter l'orientation dans l'enseignement supérieur (via une start-up)
- > L'offre Crystal Studies Globe-Trotter pour s'assurer à l'étranger



Travailler

- > Jeunes d'Avenirs Recrut' pour trouver un emploi

Marketing Automation : Des leads générés via Globe-Trotter Place



Animer une **base prospects Jeunes** n'ayant pas initiée une souscription. En s'abonnant aux contenus, les prospects sont dirigés progressivement vers le parcours d'entrée en relation Globe-Trotter by CAIDF.

Comment ? Ils s'abonnent en renseignant leurs adresse e-mails dans un module d'inscription. Ils recevront ensuite une série d'e-mails automatiques relatifs à l'univers Globe-Trotter, à la thématique via laquelle chacun s'est inscrit.

Les best-practices identifiées par les Clubbers

Etre à l'écoute de nos clients, leur donner la parole

Nourrir le business avec des dispositifs en 2 volets
(notoriété puis retargetting commercial)

Point de vigilance sur l'hébergement des données (UE vs US)

Créer du contenu affinitaire utile à la cible, en lien avec ses usages, ses codes et ses valeurs

Travailler directement avec un éditeur de solution de marketing automation plutôt qu'avec un intermédiaire

L'inbound s'applique à tous les domaines de la Communication

Club

YouTube



SAVE THE DATE
JEUDI 17 OCTOBRE

2 YOUTUBERS

8 MILLIONS D'ABONNÉS

1 ÉCHANGE SANS AUCUN FILTRE

#YOUTUBE #SOCIALMEDIA

#TALENTS #COMMUNAUTÉ

A young boy in a blue and white superhero costume with a red cape and goggles stands on the left. A woman in a red rocket costume with a red helmet and goggles stands on the right, leaning forward with arms outstretched. They are on a paved road with mountains in the background.

W E ■ ACCÉLÉREZ
A R E AVEC LE CLUB DES
C O M **COMMUNICANTS**