

A photograph of two children in superhero costumes running on a road. One child is in the foreground, wearing a blue and red superhero suit with a cape. The other child is in the background, wearing a red helmet and a grey hoodie with a red cape. They are running towards the right of the frame.

Mardi 13 juin 2023

Chez Onepoint

W E ■
A R E
C Q M

Atelier bonnes pratiques

De la com globale à la com locale

Bureau Veritas, Decathlon et Crédit Agricole IDF

Club

Bonnes pratiques



Caroline Ponsi Khider

Global Communications &
Brand Director

BUREAU VERITAS



Erwan Soquet

Leader Communication
France

DECATHLON



Xavier Bouffort

Digital Marketing
Manager

CRÉDIT AGRICOLE IDF

Nos invités inspirants

Special thanks



onepoint.

Crée il y a plus de 20 ans par David Layani.

Suite au développement du groupe, onepoint, leader de la transformation numérique, s'est installé au 29 rue des Sablons, dans un bâtiment totalement redésigné de 4 000 m².

L'atelier : un espace dédié à la créativité situé au Trocadéro
Appartenant à Onepoint live, des espaces dédiés à l'intelligence collective à
Paris, Nantes, Toulouse et bientôt Aix.

Ces espaces associés aux experts onepoint, permettent d'accompagner les clients dans leurs défis de cohésion et de transformation.

<https://onepoint.live>



Formations pour monter en compétences

Les experts de la team We Are COM vous accompagnent pour une journée de formation mixant contenus méthodo, benchmark et mise en pratique.

Lieu : Présentiel – Paris.
Disponible aussi en visio-conférence
Niveau : Débutant
Durée : 1 journée (7 heures)
Dates : voir sur le site
Prix : 960 euros HT



Thématiques

1. Plan de communication
2. UX writing & copywriting
3. Communication interne
4. Marque employeur et COM RH
5. Les relations presse & influence
6. La communication de crise
7. Médias sociaux
8. Publicité digitale
9. Communication responsable
10. Communication financière

Tarif préférentiel pour les membres : -15%

LA COM
INTERNATIONALE

DE BUREAU
VERITAS



BUREAU
VERITAS

STRATÉGIES DE COM : DU GLOBAL AU LOCAL

WE ARE COM - 13 JUIN 2023



UNE ENTREPRISE DE
SERVICES

BUSINESS TO BUSINESS TO SOCIETY



- | Nos employés sont au service de nos clients et sont inspirés par la société; ils font de Bureau Veritas une société de services *Business to Business to Society* qui contribue à **transformer positivement le monde dans lequel nous vivons**.
- | Grâce à notre expertise inégalée, nos connaissances techniques et notre présence mondiale, nous accompagnons nos clients en gérant les risques relatifs à la **qualité**, à la **sécurité**, à la **santé** et à la **durabilité**, au bénéfice de la société dans son ensemble.

NOTRE MISSION

Bâtir un **Monde de Confiance** en assurant un **progrès responsable**.



CHIFFRES CLÉS



5,7
Milliards €

CA EN 2022



+82 000
collaborateurs*



400 000
clients



Près de
1 600
bureaux &
laboratoires

DANS 140 PAYS



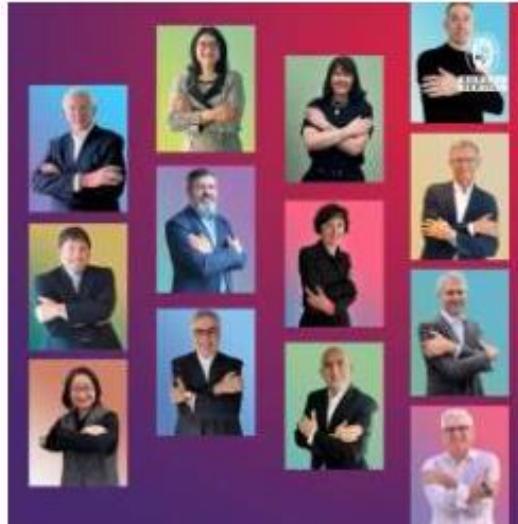
QUELQUES PISTES...



- > Fixer des temps forts et fédérateurs en lien avec la vision et la stratégie de l'entreprise
- > Créer un flux de communication permanent et multidirectionnel
- > Se nourrir des actualités, initiatives et expertises locales et les faire rayonner sans cesse
- > Définir un cadre assez large pour rendre le choix et la personnalisation possibles, mais qui respecte l'ADN de la marque
- > Générer de l'émulation autour de challenges communs

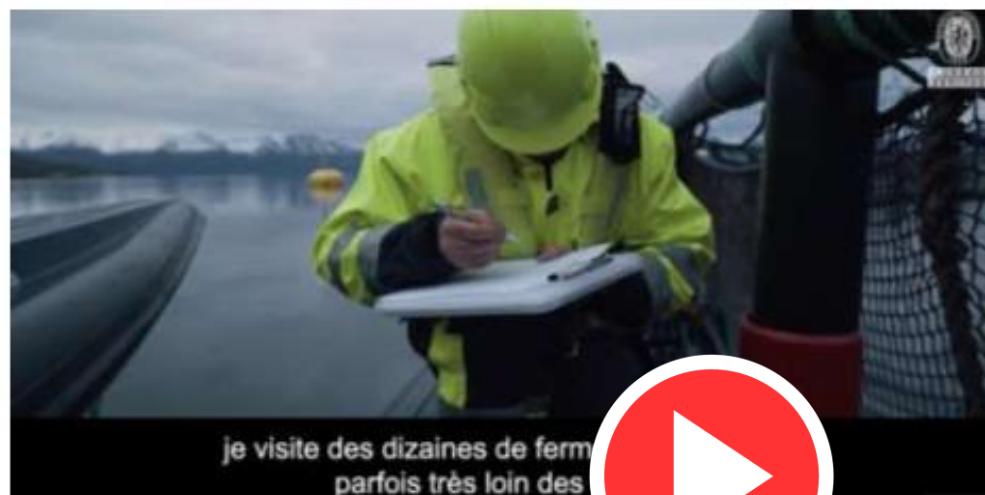
Du global au local
... ou du local au global ?

QUELQUES EXEMPLES



JOURS OFFICIELS @ BV				
01	>>	02	>>	03
8 MARCH		28 APRIL		5 JUNE
International Women's Day		World Day for Safety & Health at Work		World Environment Day
04	>>	05		
5 SEPTEMBER		9 DECEMBER		
International Charity Day/ Shaping a Better World Day		International Anticorruption Day		

SUR LE TERRAIN



[CLIQUEZ ICI](#)



LA COM
NATIONALE
DE DECATHLON



Com Nationale / Com Locale

Tous avec le même maillot !

Juin 2023 - We Are Com

LA DÉMARCHE SUIVIE DEPUIS 3 ANS

**Ecriture plans directeurs
National et Local**

MI 2020



FIN 2020

**Lancement du test sur
3 réseaux
(Paris, Normandie, Quercy)**

**Validation fiche métier
avec les LRE**

OCTOBRE 2022



OCTOBRE 2021

**Debrief du test +
Présentation de la nouvelle
stratégie aux LRE**

ROADMAP

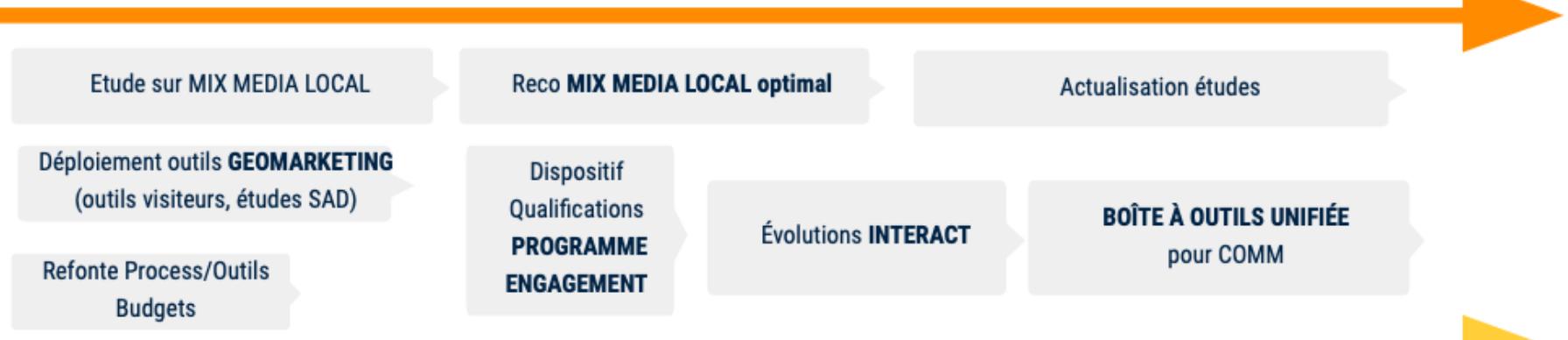
Mise en place terrain



Accompagnement Mission



Développement ou Adaptation des outils



EXEMPLES DE RÉALISATIONS / RÉSULTATS LCR

STEP 1 : LA BONNE CHAUSSURE POUR REPOUSSER VOS LIMITES

DECATHLON

LA BONNE CHAUSSURE POUR REPOUSSER VOS LIMITES



Bonjour Jean Jacques,

On le sait, vous n'avez plus que ça en tête : devenir finisher de votre prochaine course. (Et objectif !)

Chez Decathlon Paris, on vous accompagne jusqu'à la ligne d'arrivée, étape par étape.

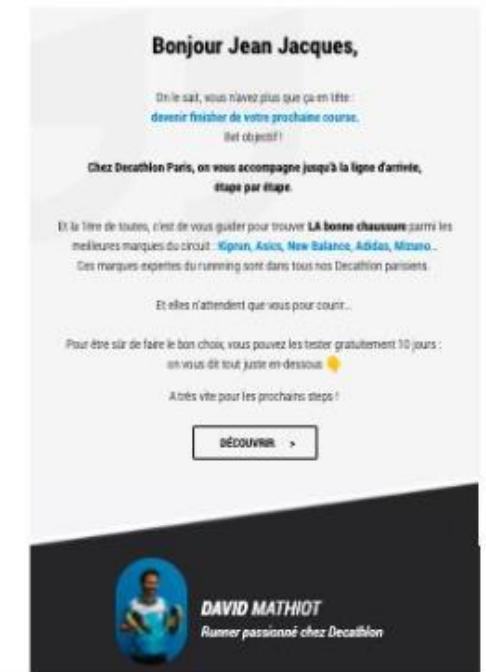
Et la fin de toutes, c'est de vous guider pour trouver **LA bonne chaussure** parmi les meilleures marques du circuit : **Kiprun, Asics, New Balance, Adidas, Mizuno**. Ces marques expertes du running sont dans tous nos Decathlon parisiens.

Et elles n'attendent que vous pour courir...

Pour être sûr de faire le bon choix, vous pouvez les tester gratuitement 10 jours : on vous dit tout juste en-dessous.

Alors vite pour les prochains steps !

[DÉCOUVRIR](#)



DAVID MATHIOT
Runner passionné chez Decathlon

OBJECTIF FINISHER

Programme, nutrition, conseils, équipements...
ON VOUS ACCOMPAGNE pour franchir la ligne d'arrivée !



BIEN S'ÉQUIPER POUR DEVENIR FINISHER



T-SHIRT KIPRUN 15€
CORSaire KIPRUN 20€

35€ 30€

DECATHLON

CAMPAGNE MARATHON DE PARIS + 400k€ de CA additionnel

Dispositif complet d'accompagnement des coureurs du Marathon de Paris sur 3 mois (mi août - mi oct)

Display / Social / Email mettant en avant offres commerciales sur 4 périodes + Conseils et coaching

☞ Performances :

Chaussures : + 25,59 pts de prog CA VS France /
+31,3 pts de prog de marge VS France / Presque 10€
d'augmentation du PVM

Textiles : + 33,2 pts de prog CA VS France /
+27,7 pts de prog de marge VS France

EXEMPLES DE RÉALISATIONS / RÉSULTATS LCR



[CLIQUEZ ICI](#)



WORLD CLEAN UP DAY REIMS 2022 **+ de 1800 participants en 1 week end**

Organisation de parcours éco-sportifs variés dans, toute la ville de Reims + animation d'un éco-village installé au coeur de Reims

☞ Performances :

- Mutualisation sur les 2 magasins Rémois
- 1810 participants, + 28% vs 2021
- 5 activités Outdoor
- 1T de déchets et 46600 mégots ramassés sur le week end
- Coût : 367€ grâce à la mutualisation et la recherche de partenaires

EXEMPLES DE RÉALISATIONS / RÉSULTATS LCR



CAMPAGNE TRAVAUX - Anglet

Campagne mettant en avant l'accompagnement
Coéquipier-ères pendant la période de travaux

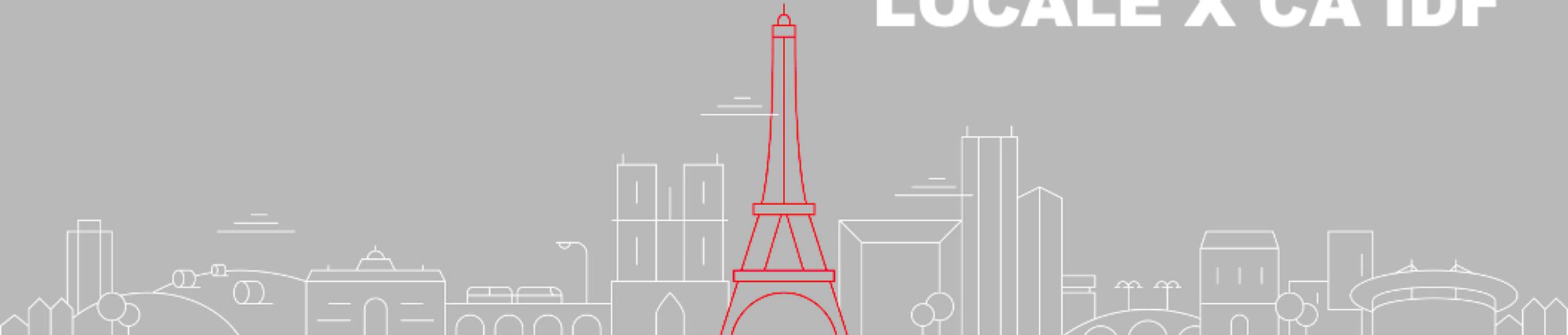
100% réalisée en interne grâce à Laura

Une campagne Employeur exemplaire qui mériterait
d'être déployée au sein de tous les réseaux

LA COM
REGIONALE

DE CREDIT
AGRICOLE IDF

LA COMMUNICATION LOCALE X CA IDF



Animation de nos points de vente

> Au cœur de nos 275 agences bancaires

Le directeur d'agence peut créer des contenus propres à son agence et les diffuser uniquement sur les écrans de sa boutique grâce à un outil de « **Décrochage local** ».

CAFÉ ENTRE NOUS

Des rencontres conviviales et informelles pour entreprendre.



CIRCUIT COURT

La vie de ma Caisse Locale.



PRÈS DE CHEZ VOUS

La vie de mon agence et de mon quartier.



SAVE THE DATE

Un événement à venir avec une date précise.



Animation digitale et e-réputation de nos points de vente

➤ Chiffres clés fiches Google :

- **1 prospect sur 3** vient vers nous après avoir vu un avis positif
- **120 000 000 de vues en 2022 > 1^{ère} vitrine de l'agence**
- **16 % d'appels depuis les fiches Google**
- **5 425 avis** sur 5 mois pour une note de **4,26/5**



Enrichissement des fiches Google pour booster la e-réputation

Crédit Agricole de Colombes

Site Web Itinéraire Enregistrer Appeler

2,8 ★★★★ 94 avis Google

Banque à Colombes

Adresse : 25 Rue Saint-Denis, 92700 Colombes

Horaires : Ferme bientôt - 17:30 - Ouvre à 09:00 mer.

Téléphone : 01 42 42 47 25

Rendez-vous: credit-agricole.fr

Fournisseurs

Suggérer une modification

Produits

Tout afficher

Prêt immobilier Simulateur

Assurance auto Devis gratuit

Devenir client Ouverture compte

Parcourir les catégories

Simulateur Devis gratuit

Ouverture compte Location avec Option d'Ac...

Questions et réponses

Afficher toutes les questions (1)

Poser une question

Des photos intérieurs et extérieurs de l'agence

Les horaires à jour
Coordonnées téléphoniques

Prise de RDV en agence

Pictos par domaine de produits

Crédit Agricole de Paris George V sur Google

Fermerture exceptionnelle d...

15 juin, 00:00 - 23:00
Votre agence sera fermée l'après-midi du 15 juin à partir de 13h. Pour effectuer vos opérations, rendez-vous sur :> Votre espace personnel caparis.fr > Votre application Ma Banque Vos services disponibles 7j/7 et 24h/24 :> Les moyens de paiement :... il y a 5 jours

Tout afficher

★★★★★ Il y a une semaine NOUVEAU

Accompagné sur de nombreux projets, les équipes changent mais elles sont toujours aussi efficaces. Souvent les taux parmi les plus bas du marché. Big up à Mr Coly, Mr Guessant et Mme Ait-Aissa qui se sentent toujours très impliqués sur tous les dossiers.

Visité en mai

J'aime

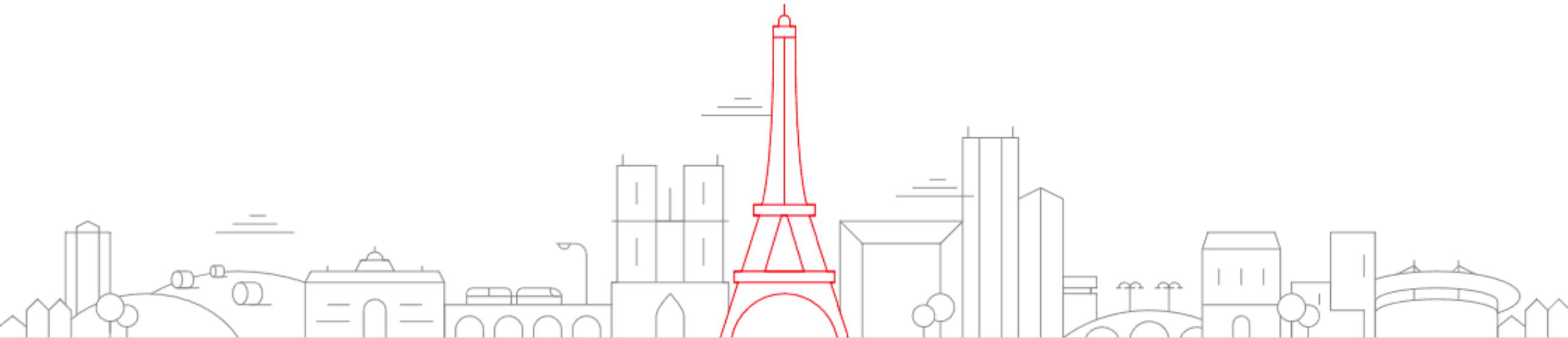
Réponse du propriétaire Il y a une semaine

Bonjour [REDACTED], merci d'avoir pris le temps de nous laisser votre avis. Nous sommes heureux de vous savoir satisfait de votre expérience client au sein de notre agence. Belle journée. Marion

Post informatif

Réponse du propriétaire
booster la e-réputation
Génère de la considération et moins d'incivilité

CAMPAGNE « REVEIL DE LA FORCE »



CAMPAGNE « REVEIL DE LA FORCE » - Les objectifs

1. La présence

Promesse du CA IDF & rappel de notre couverture réseau en IDF : « *Crédit Agricole d'Ile-de-France, toujours là à vos côtés.* »

2. Nos offres

Offre de bienvenue : sans rendez-vous, 30€ à l'ouverture, transfert comptes facilité (service Facilit'), sans conditions de revenus

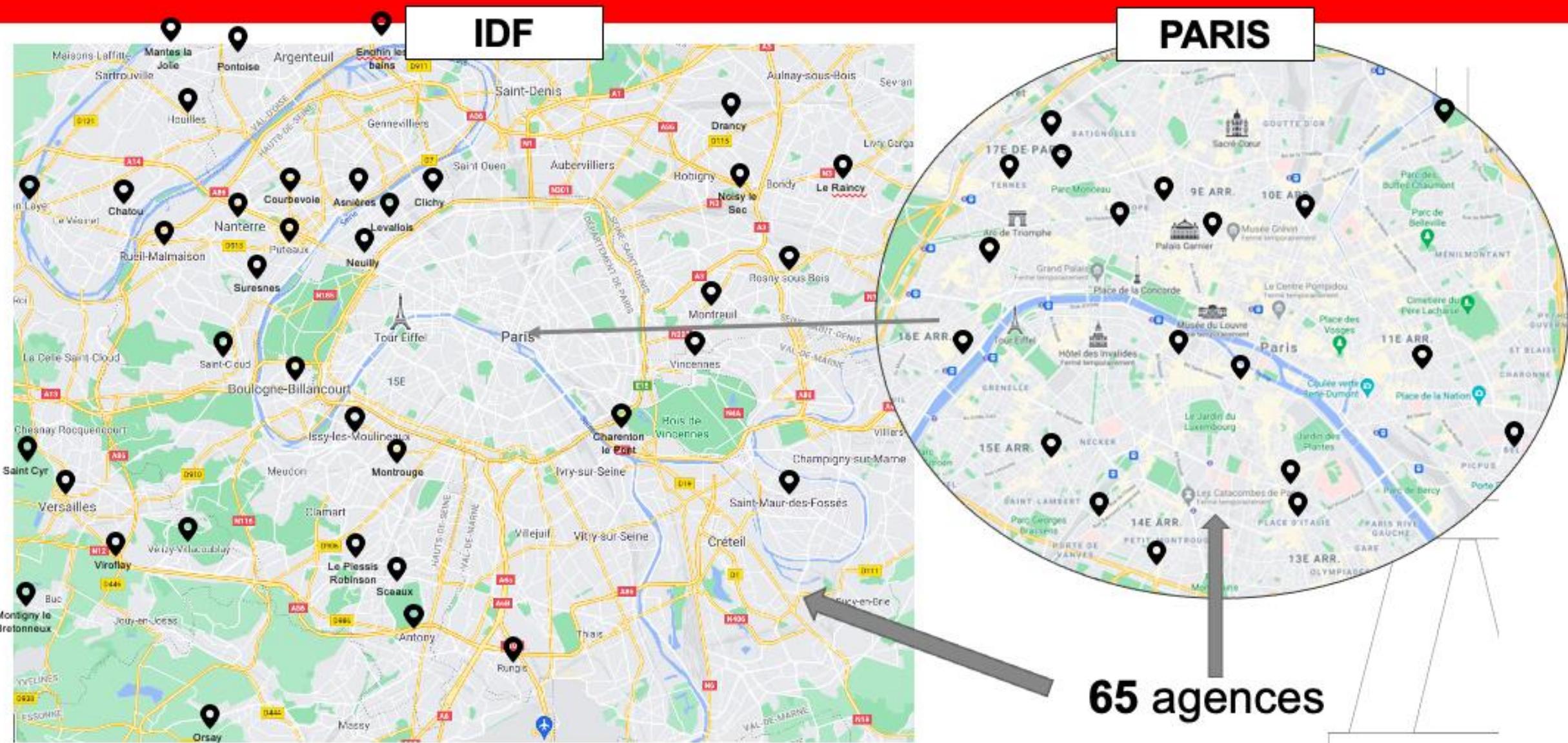
3. Les preuves de nos engagements

Valorisation des actions de caisses locales et excellence relationnelle

4. Créer du trafic en agence

« *Vous recherchez une nouvelle relation bancaire ? Le Crédit Agricole d'Ile-de-France est à 500 mètres de vous* »

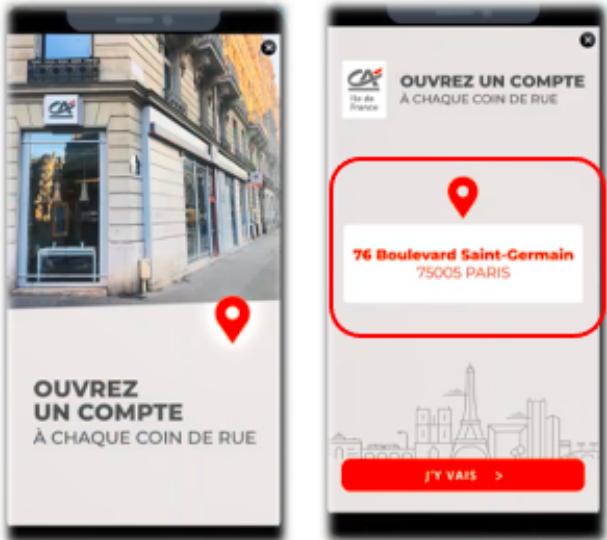
CAMPAGNE « REVEIL DE LA FORCE » - Les agences ciblées



CAMPAGNE « REVEIL DE LA FORCE - *Drive to Store*



Géotargeting autour des 65 agences CAIDF ciblées



Top 15 Villes	Nombre de visites
Paris	268
Boulogne-Billancourt	72
Chatou	45
Montreuil	32
Versailles	31
Courbevoie	28
Noisy-le-Sec	26
Asnières-sur-Seine	25
Neuilly-sur-Seine	23
Vincennes	22
Issy-les-Moulineaux	21
Clichy	18
Rueil-Malmaison	17
Charenton-le-Pont	15
Puteaux	14

Paris représente 28% des agences ciblées et 31% des visites
> Belle performance sur cette ville



KPIs Clés



4 days

Temps de conversion

*Temps de conversion : temps médian entre l'exposition et la première visite



5.9 km

Distance médiane



864

Visites incrémentales

*Visites incrémentales : différence entre le nombre de visites du groupe exposé et le nombre de visites du groupe contrôle

CAMPAGNE « REVEIL DE LA FORCE – SEA par ville

Dispositif : Présence marque dans les **moteurs de recherche** en fonction de la **localisation choisie**

exemple : « banque à Courbevoie »



Belle performance sur les villes de Pontoise et Orsay
La volumétrie de leads a augmenté de 100% entre le début et la fin de la campagne

KPIS CLÉS

Impressions

210 546

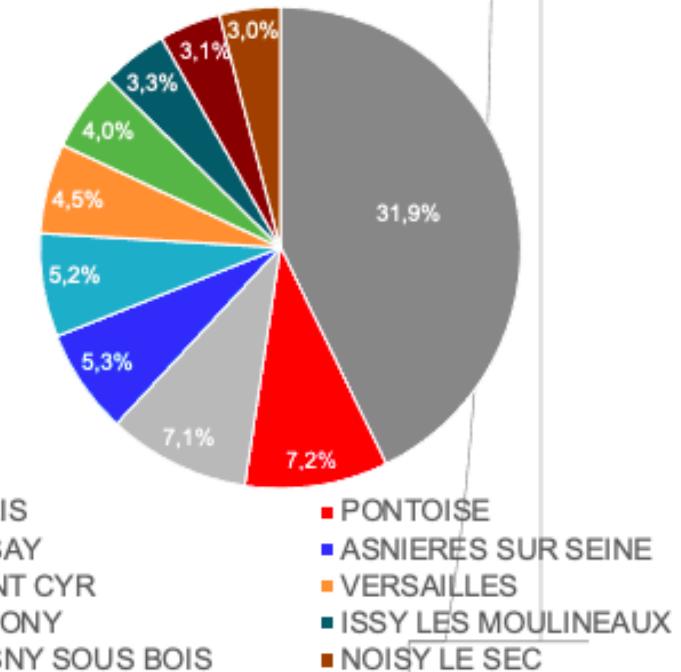
CTR

13,71%

Clicks

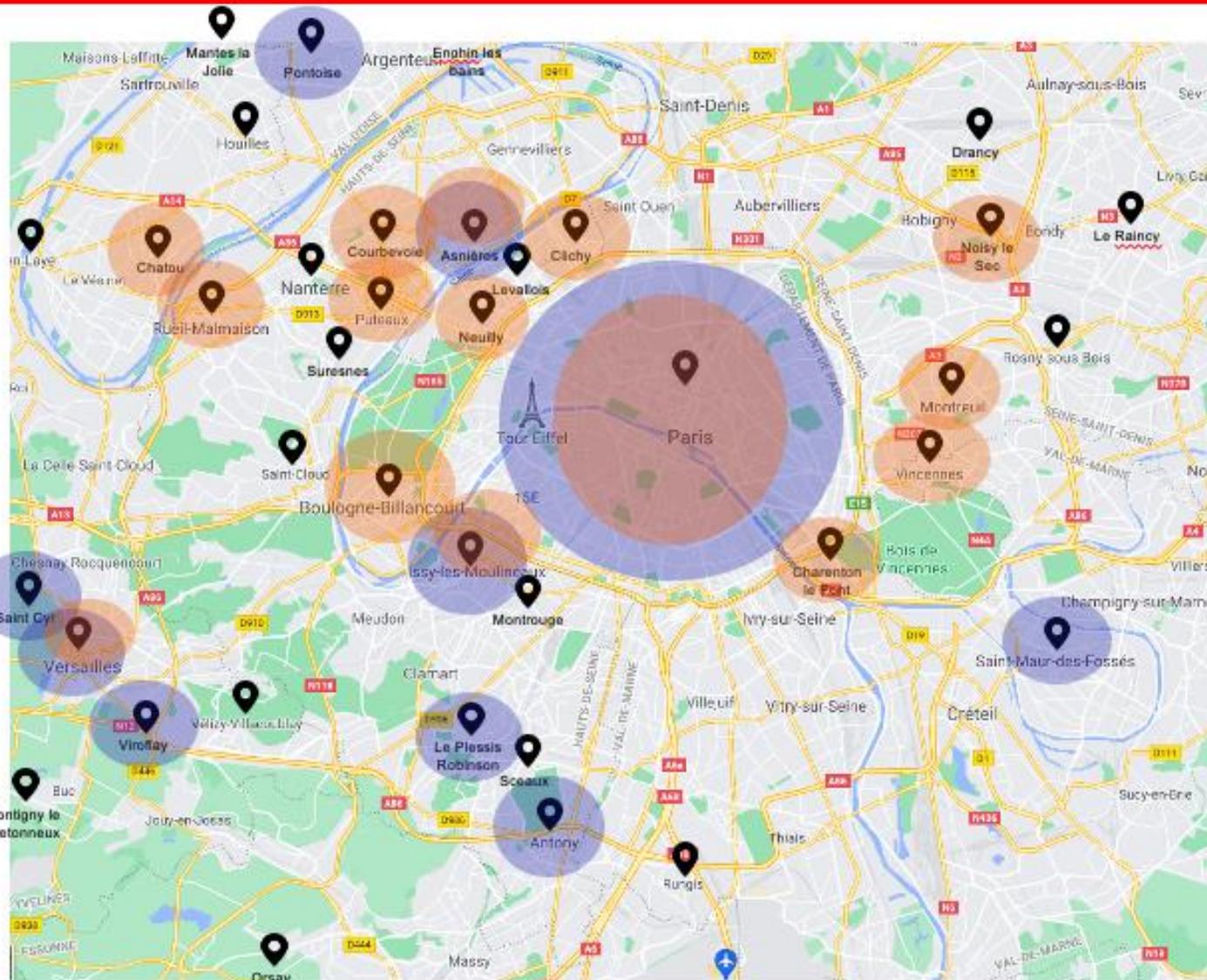
28 871

RÉPARTITION DES VISITES PAR VILLE



	Janvier	Février	Mars
Leads	195	254	387
Souscription	12	18	18
Tx conversion	6,15%	7,09%	4,65%

CAMPAGNE « REVEIL DE LA FORCE – Focus map des villes les plus performantes



Top ville attractives Drive to Store (top visites agences)

Top ville attractives SEA (top volume leads)

Ville ciblées sur les deux leviers



4 villes se distinguent dans les top classements sur les deux leviers:

- Issy les Moulineaux
- Puteaux
- Boulogne Billancourt
- Pontoise

Les top villes sur le Drive-to-store sont à proximité de Paris intra-muros, au contraire des top villes sur le SEA, qui sont plutôt en banlieue.

Attractivité prononcée à l'ouest sur le SEA

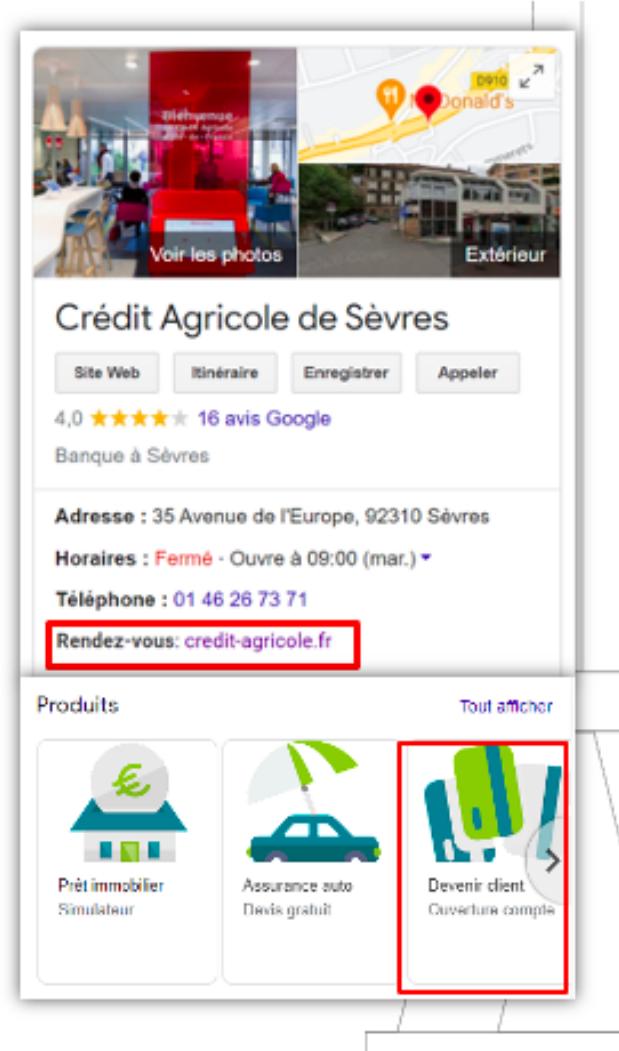
CAMPAGNE « REVEIL DE LA FORCE » - Google My Business

Dispositif : **Bouton « rendez-vous »** intégré dans les fiches agence et mise en avant de l'ouverture de compte dans le **catalogue produit**

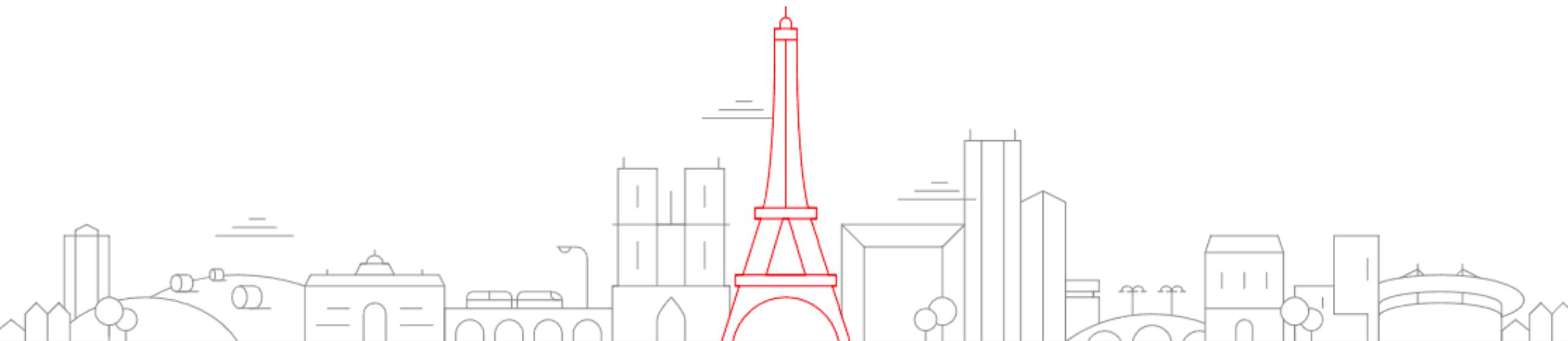
Bouton « rendez-vous »	Leads	Ouverture compte	Taux de conversion
Octobre	101	32	31,68%
Novembre	90	15	16,67%
Décembre	67	23	34,33%
Janvier	78	22	28,21%
Février	80	24	30,00%
Mars	85	29	34,12%
TOTAL	501	145	28,94%

Meilleurs taux de conversion
sur l'ensemble des activations
de la campagne.

Vignette produits	Leads	Ouverture compte	Taux de conversion
Janvier	22	6	27,27%
Février	9	3	33,33%
Mars	19	1	5,26%
TOTAL	50	10	20%



CAMPAGNE IMMO GEOLOCALISEE

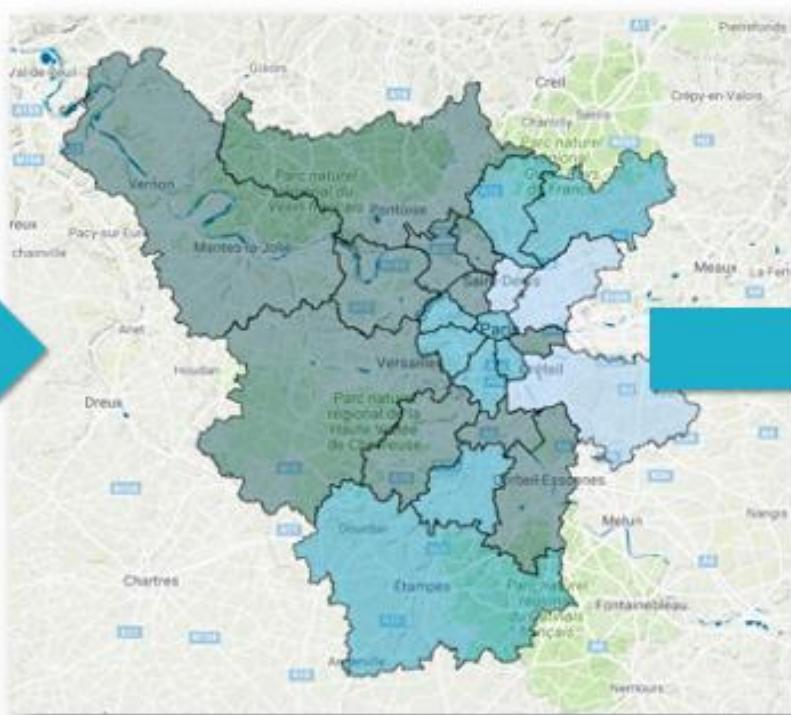


CAMPAGNE IMMO GEOLOCALISEE – OBJECTIFS

- 1/ **Ancrage local** : Faire savoir que le CA IDF finance des projets immo dans votre commune
- 2 / Augmenter la **conquête** via le crédit immo

CAMPAGNE IMMO GEOLOCALISEE – Principe et géociblage

TERRITOIRE CA IDF

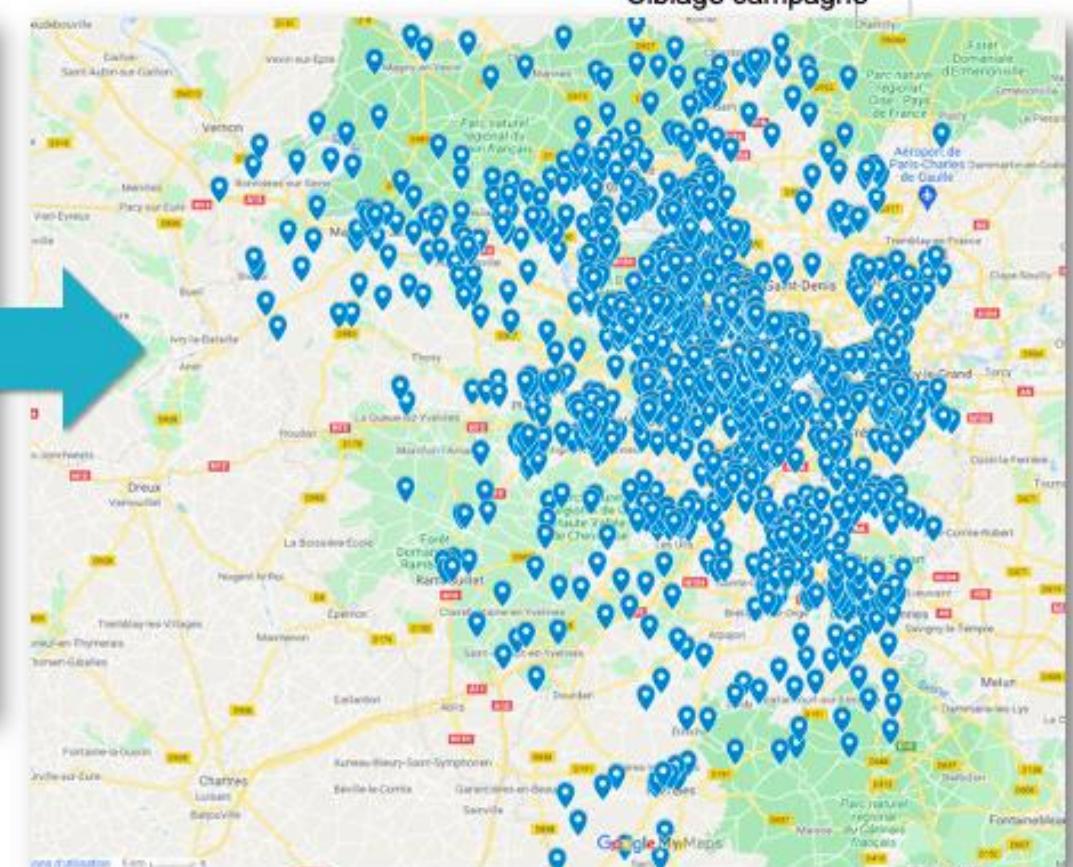


CIBLAGE CAMPAGNE LOCALE

taux de rotation immobilier



Ciblage campagne



CAMPAGNE IMMO GEOLOCALISEE – bannière DCO

CA
Île de France

Un projet
d'achat immobilier
en tête ?

JE FAIS UNE SIMULATION >

*Voir conditions de l'offre ICI

CA
Île de France

À
Igny
nous prêtons en moyenne
561 479 €
SUR
21 ans

JE FAIS UNE SIMULATION >

*Voir conditions de l'offre ICI

CA
Île de France

À
**Saint Maurice
Montcouronne**
nous prêtons en moyenne
561 479 €
SUR
21 ans

JE FAIS UNE SIMULATION >

*Voir conditions de l'offre ICI

CA
Île de France

Vous aussi, faites-nous
confiance pour votre
achat immobilier

JE FAIS UNE SIMULATION >

*Voir conditions de l'offre ICI

CA
Île de France

- ✓ Réponse de principe
Immédiate
- ✓ Rappel sous **24h⁽¹⁾**
- ✓ Augmentation, baisse
**ou report des
mensualités⁽²⁾**

(1) Horaires ouvrés et jours fériés.
(2) Options utilisées dans les conditions et limites prévues au contrat.

JE FAIS UNE SIMULATION >

*Voir conditions de l'offre ICI

CA
Île de France

- ✓ Réponse de principe
Immédiate
- ✓ Rappel sous **24h⁽¹⁾**
- ✓ Augmentation, baisse
**ou report des
mensualités⁽²⁾**

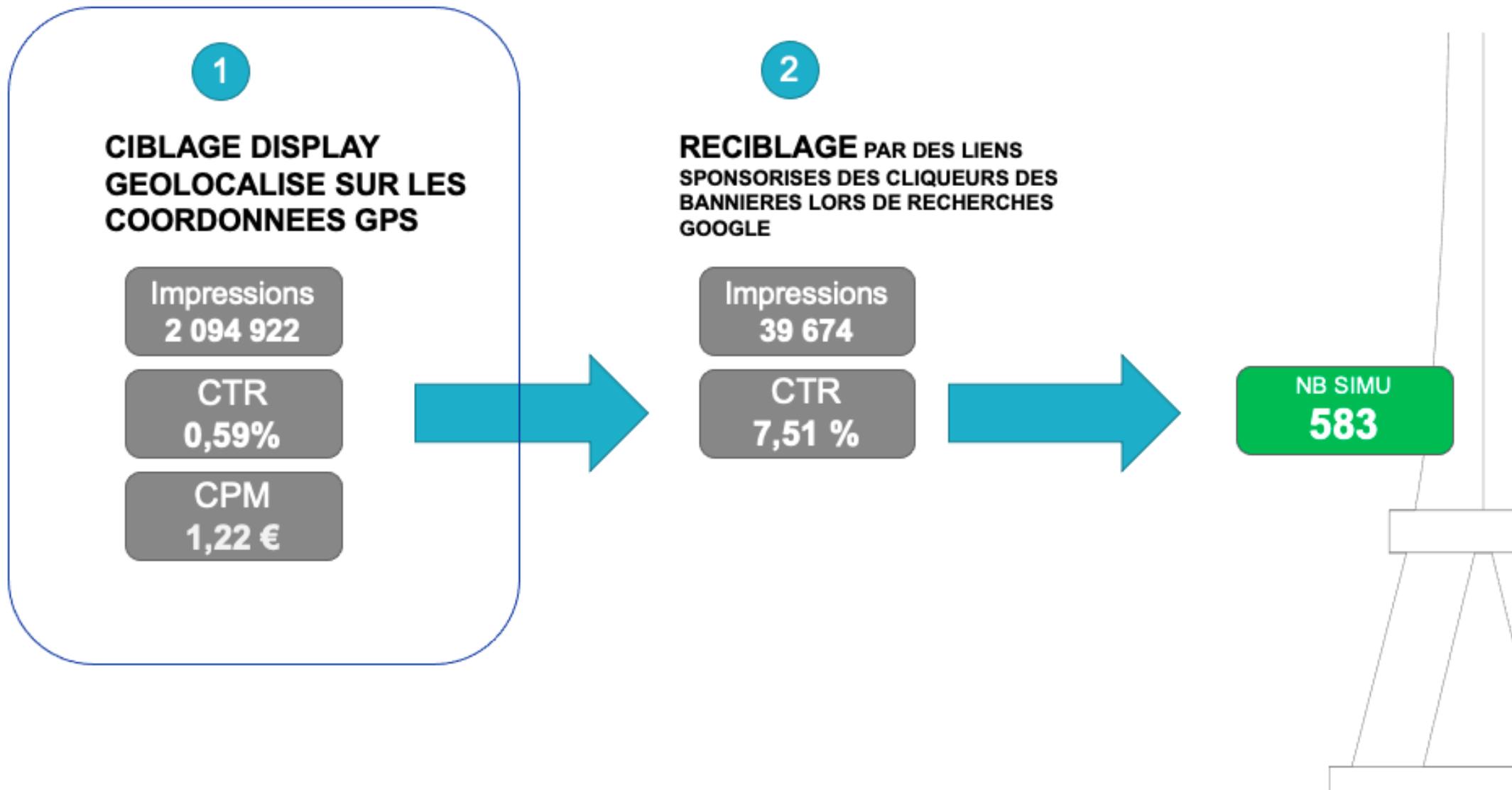
(1) Horaires ouvrés et jours fériés.
(2) Options utilisées dans les conditions et limites prévues au contrat.

JE FAIS UNE SIMULATION >

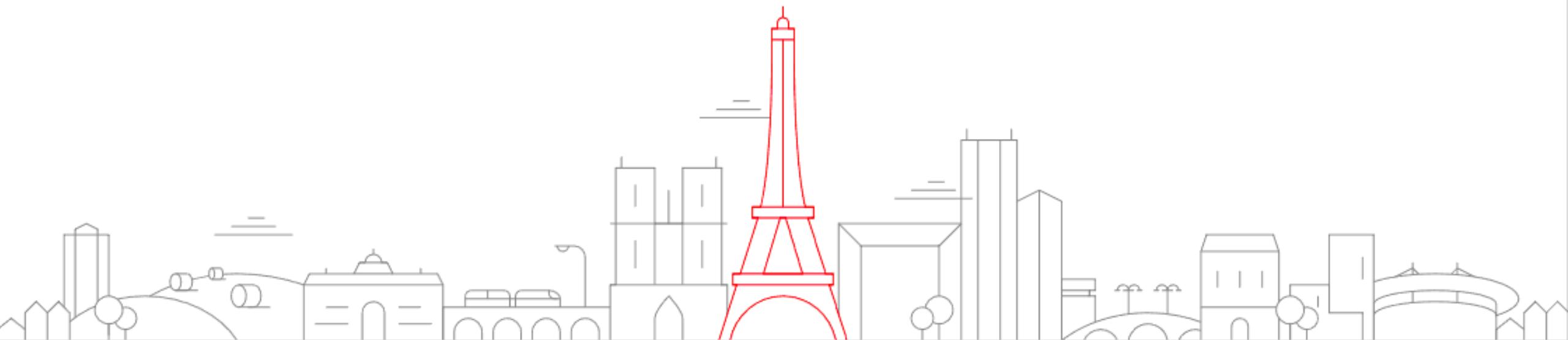
*Voir conditions de l'offre ICI

DCO

CAMPAGNE IMMO GEOLOCALISEE - RESULTATS Avril 2023



ANNEXES



Pilier client – Projet « Réveil de la force »

Rappel des ambitions



Poursuivre la conquête



Intensifier la relation



Diversifier nos sources de PNB

Projet



Le projet « Réveil de la force » répond à nos enjeux de développement, en alliant les forces de notre réseau et de notre savoir-faire digital pour conquérir différemment !

Principales réalisations à fin décembre 2022

Communication Agences (animation CLV, vitrophanie)

Communication digitale (ciblée sur 50 codes postaux)

Communication Box TV connectée / Replay TV

Cible clients multibancarisés

Avis Google

Bouton prise de RDV sur Google (29% de taux de conversion)

Sup de Conquête Pro

Drive to Agency (Affichage de l'itinéraire vers une agence dans Waze)

**PART PRO
ENTREPRISE**

Reco Active (100% des collaborateurs formés)

LinkedIn pour intégrer le réseau de ses clients

Dispositifs pérennes

Dispositifs ponctuels

CONNEXIONS 2022

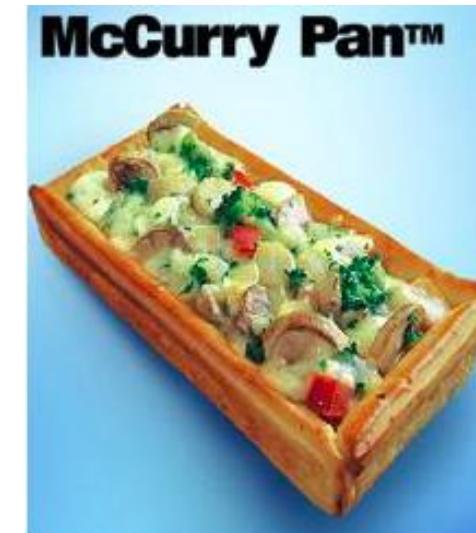
QUESTIONS RÉPONSES

LA COM GLOCALE

AUTRES CAS PRATIQUES

Mc Donald's

Des produits adaptés au marché local



Coca-Cola

Des publicités différentes d'un pays à l'autre



Coca-Cola

La campagne « Share a coke »





Les social ads en Inde varient selon le dialecte

INSPIRATION



KFC Group Specials - Aaj
Kuch Special Mangao -
TELUGU

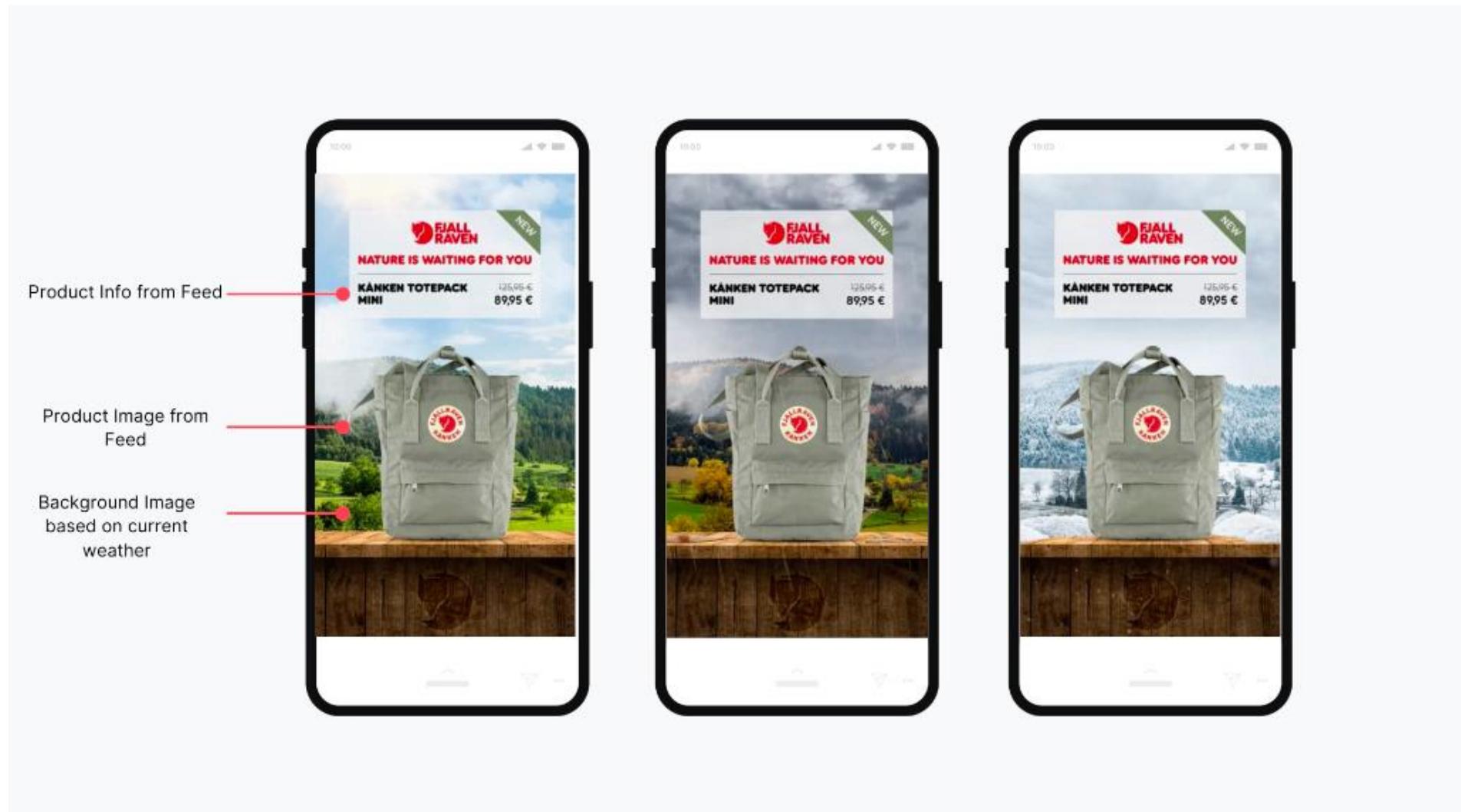


KFC Group Specials - Aaj
Kuch Special Mangao -
BENGALI

Fjällräven

Des social ads basés sur des algorithmes liés à la météo

INSPIRATION



À la une



27 mai au 10 juin 2023

Dédicace • FNAC PARIS BERCY, I

Le Youtuber franco-japonais Louis-San en dédicace à la Fnac !



07 au 14 juin 2023

Rencontre • FNAC LILLE, FNAC L

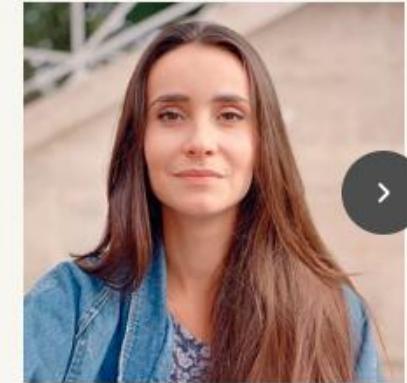
Rencontrez Maurice Barthélémy à la Fnac !



09 au 10 juin 2023

Rencontre • FNAC LYON BELLEC

Lyon BD Festival à la Fnac Bellecour



15 juin 2023

Rencontre • FNAC GRENOBLE G

Salomé Saqué en rencontre puis dédicace à la Fnac Grenoble Grand'Place !



Apprendre les bases de la menuiserie (3h)

Ref 49000091



Bonneuil-sur-Marne - Créteil 3h

25.00 €

lundi 26 juin 2023

 de 14:30 à 17:30 6 places
 Annulation gratuite en magasin jusqu'à 48h avant le début du cours.
[Voir les conditions](#)
 J'ai pris connaissance des [conditions générales de participation](#) et je les accepte.
 [S'inscrire](#)

Toutes les solutions pour apprendre à votre rythme

**Cours de bricolage en magasin**

Se faire la main en magasin, avec un expert qui montre les bons gestes et donne des astuces, ça permet souvent d'éviter des erreurs chez soi.

[S'inscrire en ligne ou en magasin](#)**Tutos et astuces de bricolage**

Des centaines de tutos, conçus par des experts, pour découvrir comment mener à bien ses travaux sans bouger de chez soi.

[Découvrir les tutos et astuces](#)**Tutos créatifs & DIY**

Pour apprendre à réaliser soi-même des objets, personnaliser sa déco, fabriquer du petit mobilier ou offrir des cadeaux en pouvant dire : "C'est moi qui l'...

[Y'a pleins d'idées ici](#)**Assistance technique**

Quel produit choisir ? Comment l'installer ? Quelles précautions prendre ? Besoin d'un conseil ? Un expert vous répond tous les jours de 8h à 19h !

[Nous contacter](#)**Coaching à domicile**

Chez vous, accompagné d'un pro du bricolage ou du jardinage, les travaux se déroulent bien et on apprend en même temps.

[On le fait ensemble ?](#)

Une égérie sport sur les réseaux sociaux... issue du retail !

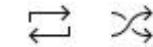
INSPIRATION



SPORT | Vincent vous présente les essentiels camping vendu le 24/04 |
Lidl France

SPORT ET BIEN-ETRE avec Vinc...

Lidl France - 1/29



SPORT | Vincent vous présente les essentiels...

Lidl France



SPORT | Votre équipement vélo vendu le 20/04 avec...

Lidl France



SPORT | Abdos/fessiers : adopter les bonnes postures...

Lidl France



SPORT | Trouver la motivation pour pratiquer un...



Source : Lidl France

Camping

Vidé...



LE BONUS FUN DE LA TEAM

En russe,

BLÉDINA

signifie prostituée



Nourrissons la terre
qui nourrit nos bébés

blédina

KFC

s'appelle PFK au Québec

KFC



LES BISOUNOURS

s'appellent Les Calinours au Québec

BISOUNOURS



Les
Caliours™

COLLECTION DVD





Merci