

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 9 juin 2015

LA BANQUE POSTALE MISE SUR LE MARKETING TEMPS-REEL ET L'IMPRESSION 3D

A partir de juin 2015, La Banque Postale effectue sa première campagne marketing temps-réel bancaire sur les réseaux sociaux en France.

Présente sur les réseaux sociaux depuis 2011, La Banque Postale a su construire une des plus importantes communautés bancaires de son secteur et surtout l'une des plus actives et engagée.

Après le lancement remarqué du premier SAVine bancaire ou encore sa web série « comme le disent les gens » qui a fait d'elle la banque la plus regardée en 2014 sur YouTube en France, La Banque Postale prolonge cette dynamique en étant la première banque française à entrer en communication temps-réel avec sa communauté autour des sujets de conversations qui font l'actualité afin de renforcer son image de Banque Citoyenne, proche de ses clients, innovante et dynamique.

La Banque Postale a confié cette mission à DigitasLBi France qui appliquera, dès juin 2015, sa méthode BRAND LIVE, une organisation sur mesure basée sur une cellule de veille et d'analyse de l'actualité, des conversations et des tendances associés à un processus créatif ultra-rapide et efficace. Le tout matérialisé par une Newsroom équipée de 6 écrans de veille et une équipe multi-compétences (création, planning, social, data).

Les tendances identifiées en temps réel donneront naissance à des campagnes sur ses réseaux sociaux – @LaBanquePostale, <u>facebook.com/labanquepostale</u> ou <u>facebook.com/labanquepostale.jeunes</u> - et traduiront l'ADN de la marque, une banque citoyenne pour tous et surtout à l'écoute de chacun.

Cette posture se traduira par le hashtag **#àMonEchelle**, l'information qui parle à tous, et qui consistera à ramener à l'échelle des « vrais » gens des sujets d'actualité vus sous l'angle de l'attente bancaire de chacun et des problématiques du quotidien. Le parti-pris créatif s'appuie lui aussi sur un design fort et innovant : l'univers humain à échelle miniature en impression 3D. Chaque publication sera en effet accompagnée d'une création unique imprimée en 3D et en temps réel en fonction de l'actualité avec l'aide de Gilles Deschaud, auteur du premier film en stop motion avec des personnages imprimés en 3D.

De plus les coulisses de l'opération seront dévoilées sur le compte Snapchat de La Banque Postale.

« L'ensemble des publications **#àMonEchelle** permettront de valoriser des sujets présentés sur le site informationnel labanquepostale.fr/particulier avec des contenus riches et des dossiers thématiques sur les moments de vie » précise Héloïse Beldico-Pachot, responsable de la Relation Client Digitale à La Banque Postale.

Ainsi, selon Thomas Salviejo, Responsable de la communication digitale et des médias digitaux à La Banque Postale : « Avec #àMonEchelle, nous poursuivons une stratégie de communication digitale innovante en renforçant encore la relation de proximité que nous entretenons avec nos communautés sur le web social et plus particulièrement les jeunes.

Nous instaurons dans ce cadre avec DigitasLBi un nouveau modèle de relation client/agence agile, basé sur l'immédiateté en collaboration aussi avec notre agence sociale, We Are Social, qui nous accompagne sur ces sujets depuis 2010 ».







La Banque Postale sur les réseaux sociaux :

Twitter: 9 780 followers

Page Facebook La Banque Postale et page « C'est quoi les bayes par La Banque Postale » : 243 086

fans

Page Youtube dédiée : https://www.youtube.com/user/labanquepostale

Page YouTube « comme le disent les gens » https://www.youtube.com/user/commeledisentlesgens

Et aussi sur Dailymotion et Tumblr : http://lescoupsdecoeurdelabanquepostale.tumblr.com/

Chiffres à Juin 2015

* *

A propos de La Banque Postale (www.labanquepostale.fr)

La Banque Postale, filiale du groupe La Poste est présente sur les marchés de la banque de détail, de l'assurance et de la gestion d'actifs. Banque et citoyenne, elle accompagne ses clients dans une relation bancaire durable avec une gamme complète de produits et services accessibles, à un tarif raisonnable. Banque de proximité et de service public, La Banque Postale répond aux besoins de tous : particuliers, entreprises, professionnels et secteur public local. Elle est au service de ses clients à travers le réseau des bureaux de poste, sur Internet et par téléphone dans une relation totalement multicanal.

La Banque Postale, c'est :

- 5, 673 milliards d'euros de PNB
- 10,8 millions de clients actifs
- 423 000 clients Entreprises, Collectivités et Associations
- Plus de 7,7 millions de cartes bancaires
- 17 000 points de contact

Chiffres à fin 2014