

Love Story

Augmenter le trafic et la conversion du site Crédit Agricole Nord de France

Le Crédit Agricole est le plus grand réseau de banques coopératives et mutualistes au monde. Nous avons accompagné la caisse régionale de la région Nord de France dans la production d'articles.

Notre collaboration

Nous avons invité notre client Benjamin Lopez à revenir sur notre collaboration.



Benjamin Lopez,
Head of CRM, Digital & Innovation chez Crédit Agricole Nord de France



Justine Moreau,
Content Strategist, YouLoveWords

Notre histoire en 3 chiffres



+100

articles produits



+150

posts réseaux sociaux



3

ans de collaboration

L'objectif

Développer la notoriété du Crédit Agricole sur la région Nord de France



Le Crédit Agricole Nord de France cherchait un partenaire capable de l'accompagner dans la production d'articles. L'objectif était de développer la notoriété de la marque auprès des senior et des jeunes.

Pour cela, la marque souhaitait produire des articles sur des sujets lifestyle et locaux et les diffuser sur ses réseaux sociaux.



Pour cette nouvelle relation, ce que je venais chercher c'était un nouveau regard. Bousculer les codes sur un secteur parfois un peu austère.



Benjamin Lopez,
Head of CRM,
Digital & Innovation,
Crédit Agricole
Nord de France

Notre accompagnement

Mettre en place une Content Factory régionale

Pour améliorer la notoriété du Crédit Agricole Nord de France nous avons mis en place une Content Factory capable de produire des contenus de qualité en quantité.

Nous avons produit des articles courts sur des sujets lifestyle, partagés sur les réseaux sociaux de la marque. Pour cela nous avons sélectionné un rédacteur spécialisé en banque et assurance capable de traiter de sujets financiers avec légèreté et décomplexions.

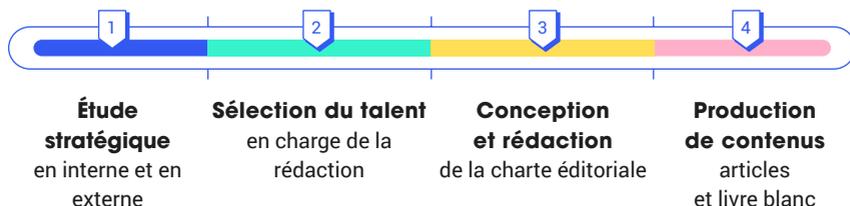


Mettre en place une veille de l'actualité locale pour sélectionner des sujets qui intéressent réellement votre cible



Justine Moreau,
Content Strategist,
YouLoveWords

Nous avons développé une stratégie de production de contenus en 4 étapes



Le contenu coup de cœur

Article : journée mondiale de la planète, comment agir ?

Notre contenu coup de cœur est un article publié lors de la journée mondiale du nettoyage de la planète. Il fournit une liste d'actions concrètes à mettre en place.

Il a été relayé sur Facebook avec des actions locales déjà mises en place. L'objectif est de sensibiliser sur un sujet et proposer des solutions concrètes.



C'est local, pertinent, réactif !



Benjamin Lopez,
Head of CRM,
Digital & Innovation,
Crédit Agricole
Nord de France