

LANCEMENT ESPACE PROFESSIONNELS ORLEANS CENTRE

CREDIT AGRICOLE CENTRE LOIRE

Analyse

Contexte :

Le Crédit Agricole Centre Loire lance un Nouvel Espace dédié aux professionnels du Centre ville d'Orléans et de l'agglomération.

Cette nouvelle agence a pour objet :

- L'amélioration de la présence stratégique du CACL au coeur du centre économique.
- Toucher un potentiel de prospects quali. de plus de 3 000 contacts
- Développer une image de banque d'affaires en proposant un accompagnement « métiers » aux clients, basé sur une relation « experts » avec les différents pôles de compétences du CACL.

Analyse

Les cibles

- Commerçants et commerces indépendants
- Professions libérales de la santé (Médecin, laboratoires..) « clients finaux »
- Professions libérales juridiques et financières (avocats, experts comptables, Centre de gestion..) « Prescripteurs »
- Entrepreneurs, créateurs et repreneurs

Analyse

Caractéristiques Cibles

- Déjà captées par un opérateur financier via leur propre réseau relationnel,
- Population hétéroclite avec des exigences de services et une sensibilité différente
- Des sources d'informations et de prescriptions différentes
- Population qui manque de temps mais à l'affût de nouveautés liées à son métier

Analyse

Caractéristiques Cibles : les vecteurs de la relation

L'offre n'étant pas suffisamment différenciante d'un opérateur à l'autre, ce sont :

- Les services
- Les individus

qui font la différence

Analyse

Caractéristiques Cibles : pourquoi changer de banque ?

Insatisfaction liée
à un événement
particulier
ou à un manque
de suivi du client

recommandation via le réseau
relationnel

recommandation
dans le cadre
d'une opération ponctuelle :
création d'entreprise
reprise d'activité

un service différenciant
représentant
un vrai + pour la cible
dans le cadre de son métier

RECHERCHE D'UNE RELATION
SUIVIE
ET ADAPTEE AUX BESOINS
EVOLUTIFS DE L'ENTREPRISE ET
DE SON DIRIGEANT

RECHERCHE DE REPERES DE
CONFIANCE

SENSIBILITE AUX INNOVATIONS
METIERS

Analyse

Les priorités :

- Mettre en avant la qualité technique et humaine de la relation client
- Impliquer immédiatement les prescripteurs en mettant en place un partenariat équitable ainsi que les acteurs de la création /cession d'entreprise
- Susciter la curiosité en communiquant sur la spécificité « métiers » du service rendu

1

Valoriser l'approche
Métier

2

Inspirer confiance,
rassurer
Apporter de la visibilité

3

Miser sur la
nouveau

Recommandation AXES N° 1

Mise en avant la qualité technique et humaine de la relation client
EN VALORISANT L'APPROCHE METIERS

Nous préconisons un premier niveau d'information avec la création d'une brochure qualifiée sur :

- la nouveauté
- la relation expert proposée
- la proximité

Cette brochure générique sera routée, accompagnée d'un MAILING CIBLE par typologie de client, et mettra en avant les + pour la cible suivant son métier.

Recommandation AXES N°

1

DECOUVRIR L'ESPACE PRO : LE BOOSTER :

Pour :

inviter les prospects à « franchir le pas » et venir à la découverte de l'espace pros



remise d'un lot sur présentation du bulletin de participation (sur le mailing)

Recommandation AXES N° 2

Pour impliquer les clients prescripteurs : relais idéal de la confiance,

UNE INAUGURATION dédiée aux « influenceurs » :

- Invitation de clients « ambassadeurs » et de prescripteurs
- organisation d'un planning de 3 conférences quali sur des thèmes « Métiers » :
 - “Commerce”
 - “Métiers de la santé”
 - “Créateurs, repreneurs”

où les prescripteurs vont inviter leurs propres clients,
suivi d'une visite de la nouvelle agence avec buffet cocktail sur 2 sessions, midi et soir

Les jours d'inauguration sont à caler en fonction du profils des invités et de leurs contraintes de planning

Recommandation AXES N° 2

une offre dédiée à ces populations est déjà disponible sur des axes stratégiques en :

- commerce, Marketing
- finance, gestion
- Management
- spécial transmission

auprès de prestataires prêt à intervenir en échange de visibilité

Recommandation AXES N° 3

Pour miser sur la nouveauté, apporter de la visibilité il faut :

Capitaliser sur la curiosité et
générer une occasion de découvrir le lieu

Créer un événement attractif pour la cible dont on va parler

Recommandation AXES N° 3

ORGANISATION DES « TROPHEES PRO »

Dans le cadre du mailing, proposition de participer à un événement relayé par la presse locale et économique.

Election suivant 4 axes :

- meilleur accueil client
- Meilleurs nouveaux projet ou reprise d'activité
- La meilleure animation continue
- La meilleure innovation

A gagner :

- Des comptes bancaires « PROS » abondés (somme à définir)
- Des articles dans la presse (visibilité pour le gagnant)

Recommandation AXES N° 3

ORGANISATION DES « TROPHEES PRO »

la participation sera collectée suivant 2 canaux :

- Le mailing d'information vers le fichier prospect
- uln teasing presse

(le prospect pourra retirer son lot mais ne pas participer aux trophées)

Recommandation

LE RELAIS MEDIA

Presse pro

> Information de l'ouverture de l'ESPACE pro et du lancement des « trophées pros » dans :

- LOIRET ECO
- Reflet du Loiret

Dans le cadre de reportages négociés

TV locale

Pour impacter en mémorisation la création du nouvel espace, nous préconisons le sponsoring de rubrique sur OTV (20 passages/j sur un potentiel de 700 000 hab) dans le cadre des accords de partenariats en vigueur.

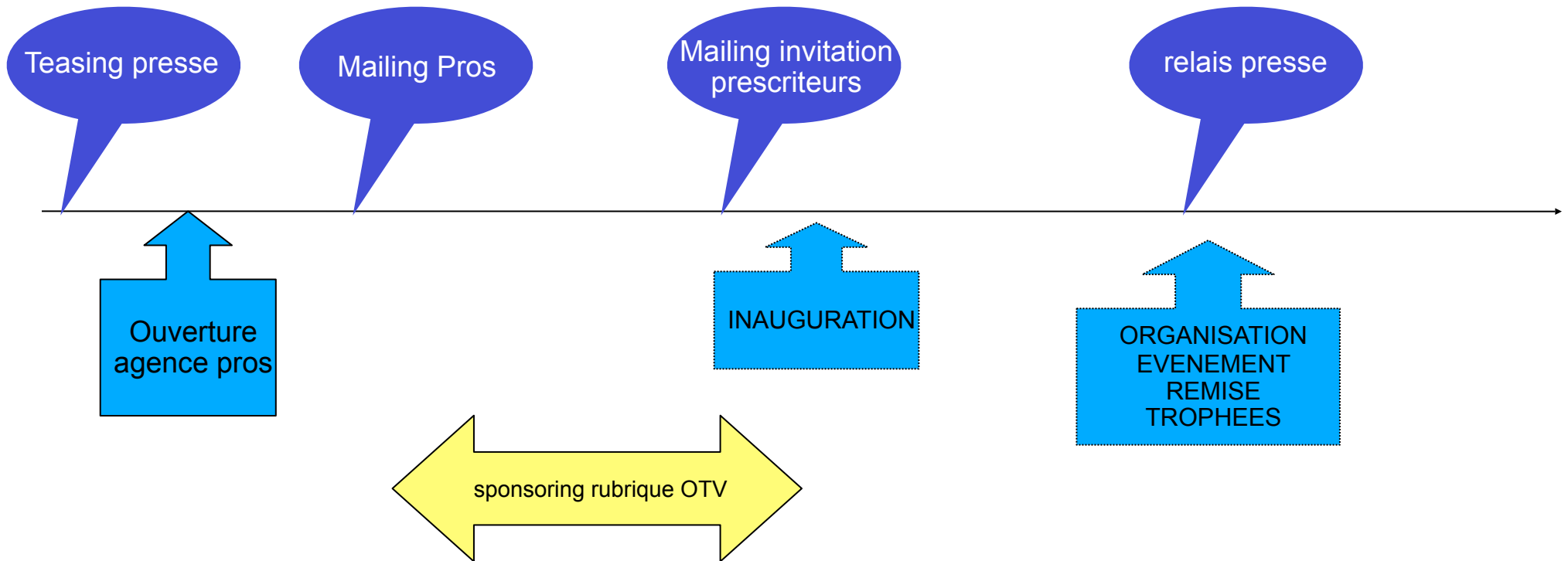
Marketing direct

> Invitation inauguration vers clients/prescripteurs :

Brochure Espace pro + mailing

> mailing + brochure routée sur base prospect

Recommandation



Leitmotiv

Marketing & Communication

17 rue des Grands Champs
45000 Orléans
Tel 02 38 68 16 40 - Fax : 02 38 77 07 90
contact@agence-leitmotiv.fr