

Courrier augmenté

# OPÉRATION SÉDUCTION POUR LA CAISSE D'ÉPARGNE

— La célèbre banque à l'écureuil fait appel à La Poste pour gagner en visibilité et se donner une image innovante par le biais d'une opération de *street marketing* lors du festival FEST'U de Saint-Etienne.

Comme chaque année depuis sa création, la Caisse d'Épargne Loire Drôme Ardèche était partenaire du festival FEST'U, organisé en plein cœur de la ville par l'université Jean Monnet de Saint-Étienne du 8 au 10 juin derniers, faisant ainsi découvrir son offre et son action aux étudiants et familles venus nombreux. Jusqu'alors, la Caisse d'Épargne privilégiait une présence sur site par le biais d'un stand animé par une force de vente invitant les festivaliers à participer à des jeux concours : « Ce type d'accompagnement semble avoir vécu et la participation s'est "essoufflée" au fil des ans », constate la responsable département Communication clientèle de la Caisse d'Épargne Loire Drôme Ardèche, Sandrine Presle. « Cette année, nous voulions être présents d'une manière inédite. J'ai souhaité mettre en place un dispositif digital mais aussi itinérant grâce au *street marketing* pour rompre avec le stand dit "classique" et apporter ainsi une certaine modernité à notre action. La solution proposée par La Poste offrait ce caractère innovant par le biais de la réalité augmentée, en associant un flyer au format papier permettant de participer ensuite à un jeu concours sur Internet en scannant le document avec un smartphone. Ce dispositif m'a permis d'apporter cette image de banque digitale et connectée ; les actions de *street marketing*, quant à elles, nous ont permis d'investir des lieux jusque-là difficilement atteignables en "drivant" une nouvelle clientèle vers nos agences. »



Une opération de *web-to-store* réussie pour nous, qui a ensuite permis à nos commerciaux de proposer des offres spéciales jeunes aux étudiants venus nous voir en agence."

## SANDRINE PRESLE

Responsable département Communication clientèle de la Caisse d'Épargne Loire Drôme Ardèche

### SOLUTION LA POSTE

AVEC LE COURRIER AUGMENTÉ, FAITES VIVRE À VOS CLIENTS UNE EXPÉRIENCE INTERACTIVE ET SENSORIELLE TOTALEMENT INÉDITE

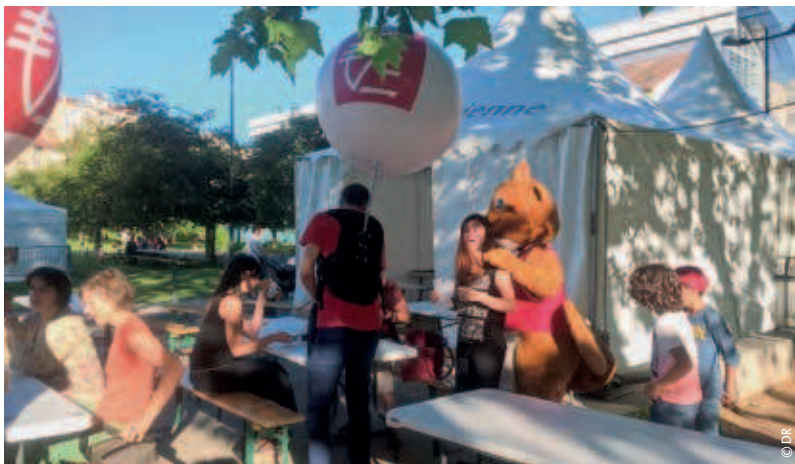
Flyer, mailing, catalogue... Quelle que soit votre campagne publicitaire, donnez-lui une nouvelle dimension en misant sur le courrier augmenté !

#### Comment ça marche ?

Votre client reçoit le support choisi sur lequel apparaît le pictogramme Courrier Plus. Après avoir téléchargé l'appli gratuite, il lui suffit de scanner l'image. Ne lui reste plus qu'à se laisser embarquer dans l'univers de la marque, au fil d'informations complémentaires, de vidéos, d'animations 3D... La réalité augmentée offre autant de possibilités que d'idées !



DÉCOUVREZ DES EXEMPLES DE COURRIERS AVEC DES ANIMATIONS EN 2D OU 3D, EN TÉLÉCHARGEANT L'APPLICATION GRATUITE **COURRIER PLUS** ET EN SCANNANT CETTE PAGE.



### UNE OPÉRATION DE WEB-TO-STORE RÉUSSIE

Résultats de la campagne : un gain indéniable en visibilité sur le festival pour la marque qui a ainsi distribué 2 000 flyers et généré 700 contacts argumentés grâce aux hôtes et hôtesse équipés de structures ballons visibles de très loin. De nombreux étudiants, séduits par cette nouvelle approche, se sont ensuite rendus en agence, d'une part pour récupérer leurs lots - casque de réalité virtuelle, enceintes bluetooth, perches à selfies -, mais aussi pour en savoir plus sur les offres destinées à la cible des jeunes : « Une opération de *web-to-store* réussie qui nous a permis de développer un intérêt pour la marque et de récupérer des prospects en agence » conclut Sandrine Presle.