



BANQUE POPULAIRE
CÔTE D'AZUR

ADDITIONNER LES FORCES, **MULTIPLIER LES CHANCES**

DOSSIER DE RECOMMANDATIONS

GROUPE N°53

Sommaire

Le positionnement	p.3
Les objectifs	p.4
Les cibles.....	p.5
La stratégie créative	p.6
La stratégie de moyens	p.7-8
Le budget	p.9
Le calendrier	p.10
Annexes	

La problématique

Comment inciter les jeunes à rejoindre la bpcà alors que sa communication est plus centrée sur les professionnels?

Le positionnement

La BPCA est une banque qui accompagne et conseille les jeunes dans leurs décisions financières, dans la réalisation de leurs projets.

Le positionnement se base sur une caractéristique réelle qui est l'accompagnement.

Il est attractif car il correspond aux besoins des consommateurs.

Il est crédible car il existe plusieurs offres et services proposés.

Il est durable car les jeunes auront toujours besoin de conseils.

Les objectifs de communication

Cognitif :

- Faire connaître aux jeunes les offres que l'entreprise propose.
- Augmenter la notoriété auprès de ceux-ci.

Conatif:

- Inciter les jeunes à ouvrir un compte.

Affectif:

- Fidéliser les clients actuels.
- Renvoyer une image de confiance.

Les cibles

Cible principale:

Les jeunes.

Cible secondaire:

Les jeunes de 18-25 ans, les jeunes actifs, les étudiants.

Cible relais:

Les parents.

La stratégie créative

Promesse :

-La bpcv est une banque qui accompagne les jeunes dans la vie active.

Preuve :

-Il existe beaucoup d'offres dédiées aux jeunes afin de les aider dans leurs projets financiers.

Ton :

-Utilisation d'un ton humoristique pour toucher les jeunes.

Contraintes :

-Utilisation du logo et du slogan de la bpcv.
-Budget limité de 20 000 €.

La stratégie de moyens

Création d'une affiche: Annexe 1

L'affiche (qui sera en quadrichromie) jouera sur l'humour, permettra de cibler géographiquement (côte d'azur) et entraînera une forte interpellation auprès des jeunes. On utilisera l'affichage libre dans les facultés.

Création d'un jeu concours sur la page Facebook: Annexe 2

Un jeu concours sera annoncé sur la page Facebook.
Il permettra de créer de la proximité avec les jeunes.

Règle du concours:

Des flyers seront distribués dans la rue.

Il faut que les participants les récupèrent et écrivent leurs coordonnées dans les cases faites pour. Ils laisseront ensuite les flyers dans les banques. Les flyers seront tous récupérés et un tirage au sort sera effectué. Il y aura 3 Ipads et 3 places pour le festival Musilac à gagner.

Création d'un flyer: Annexe 3

Un flyer va être réalisé. Il sera en quadrichromie recto-verso.

Le recto annoncera le concours tandis que le verso servira aux participants à laisser leurs coordonnées pour le tirage au sort.

Les flyers seront à récupérer et à laisser dans les Banques Populaire.

Création d'un spot radio: Annexe 4

Le spot radio permettra d'annoncer le jeu concours sachant que beaucoup de jeunes écoutent la radio.

Budget

Solutions	Budget
Affiches	5000€
Flyers	5000€
3 Ipads + 3 places pour Musilac	2000€
Spot radio	7000€

Calendrier

Missions	Avril	Mai	Juin	Juillet
Affiche	Impression des affiches	Affichage		
Flyers	Impression des flyers	Distribution des flyers	Distribution des flyers	
publication du spot		Publication du spot radio début mai		
Jeu concours	Annonce du concours sur la page Facebook	Début du concours le 15 mai	Fin du concours le 10 juin Récupération des flyers	Tirage au sort le 1er juillet. Annonce des gagnants sur la page Facebook le 5 juillet.