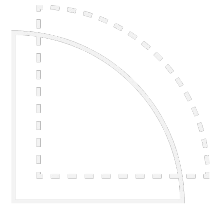




Promouvoir et engager une cible “niche” grâce au Marketing d’Influence



Contexte

Secteur. Assurance

Période. Décembre 2017

Europ Assistance a créé le métier de l'assistance en proposant une protection aux personnes voyageant en France et à l'étranger. Avec aujourd'hui plus de 300 millions de personnes dans le monde, le Groupe opère à travers des modèles de distribution B2B et B2C, et développe un dispositif international de proximité au service d'une vision innovante et quotidienne des 'Care Services' (voyage, automobile, santé, famille & domicile).

120K

abonnés touchés

12,3%

taux d'engagement
moyen

+620

abonnés sur le compte
Instagram en
seulement 10 jours

Engagement & “micro-influence”

À l'approche de la période hivernale, Europ Assistance s'est fixé pour objectifs de :

Promouvoir son offre d'assurance ski couvrant le hors piste, auprès d'une **cible de “riders”**, difficile à toucher via des médias classiques.

Générer de la notoriété et de l'engagement autour d'Europ Assistance.

Lancer et promouvoir le nouveau compte Instagram d'Europ Assistance.

Face aux enjeux de notoriété et d'engagement, ainsi que la difficulté à toucher une cible-niche “riders”, les équipes de **FABERNOVEL DATA & MEDIA** et d'Europ Assistance ont misé sur l'influence dite “longue-traîne” ou “micro-influence”, faisant appel à des influenceurs dont la communauté n'excède pas les 150K *followers*. En effet, contrairement aux “stars de l'influence”, les “micro-influenceurs” présentent des taux d'engagement pouvant atteindre 15% (contre moins de 3% pour les stars de l'influence), **garantissant l'engagement de l'audience-cible et l'instauration d'une relation de confiance.**



♥ 2,762 💬 281



♥ 3,384 💬 101



♥ 2,575 💬 185

Une mécanique simple, mais virale

Afin de **favoriser la viralité de l'opération, d'accroître la notoriété** de l'offre d'assurance et de la marque Europ Assistance auprès d'une cible de qualité, et de booster le lancement du compte Instagram de la marque, un jeu-concours a été organisé et diffusé sur les comptes Instagram de cinq influenceurs dotés d'un **reach et d'un taux d'engagement élevés**, mais également présentant une **affinité forte avec l'offre d'Europ Assistance** (*hommes et femmes adeptes de sports extrêmes / ski hors piste, habitant à la montagne et faisant du ski/snow tous les week-ends, assurés chez Europ Assistance*).

Une stratégie qui fait ses preuves !

La publication par chaque *Instagramer* d'un post a permis de toucher plus de **120k abonnés aux profils qualifiés** (*public français d'environ 27 ans ayant pour premier centre d'intérêt déclaré le ski*), **avec un taux d'engagement dépassant les 12%**, et de dynamiser le lancement du compte instagram d'Europ Assistance qui, en seulement quelques jours, a recruté plus de **620 abonnés**.

Par ailleurs, les republications (post-campagne) sur le compte d'Europ Assistance des posts publiés par les influenceurs durant la campagne se hissent en tête des publications les plus performantes (jusqu'à 5,5 fois plus engageantes que certaines publications traditionnelles), et permet de perpétuer la dynamique initiée sur le compte d'Europ Assistance.

Notre synergie avec FABERNOVEL DATA & MEDIA nous a permis de booster la notoriété et l'engagement d'Europ Assistance à un moment stratégique pour notre marque et son offre !

Yann-Aël LUC
CMO
Europ Assistance

