CAS CLIENT

Comment Partenamut utilise le marketing interactif pour attirer de nouveaux clients

PARTENAMUT
On vous simplifie la santé.

Partenamut est une mutuelle libre, indépendante d'organisations politiques, active en Belgique.

1M clients

52 agences

Plus de **300** partenaires

Stéphanie Bouty — Mélissa Colemonts

L'équipe marketing digital & communication

OBJECTIFS

Mieux connaître les attentes de ses clients et clients potentiels

&

Améliorer sa notoriété de marque

CIBLE

Clients et clients potentiels • 25-55 • Francophones • Bruxelles & Wallonie

CANAUX

FORMATS

Contenus interactifs pour engager davantage sa communauté digitale

Qualifio est une plateforme intuitive et ergonomique, nous permettant d'avoir une vue d'ensemble sur tous les types de campagnes disponibles et facilitant la création de nos campagnes marketing.

Mélissa Colemonts

L'enquête "Maxime Mille Bobos"

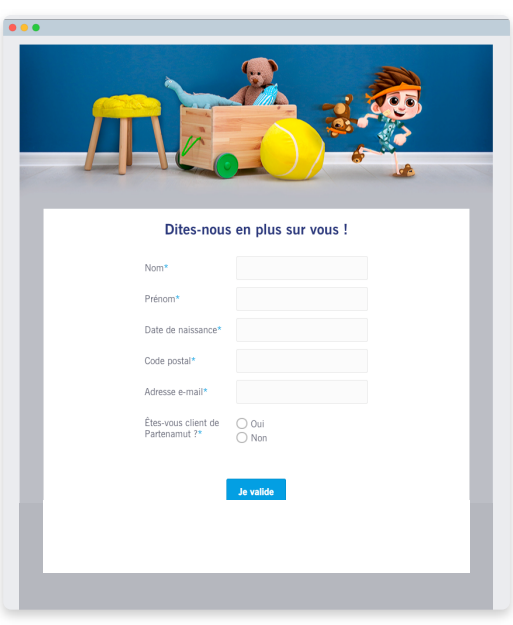
1 Interagir

Partenamut a réalisé une enquête demandant à ses internautes de classer par ordre d'importance les services qu'ils attendent d'une mutuelle.

CANAUX

2 Collecter des données

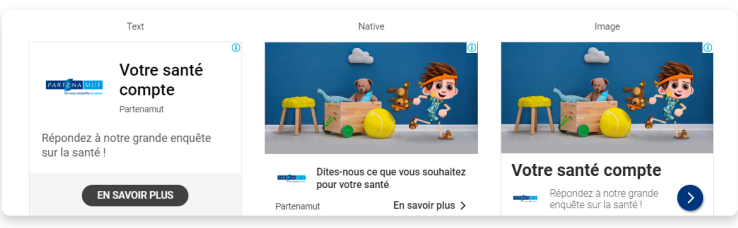
Les participants devaient ensuite valider leur choix en remplissant un formulaire avec leurs coordonnées et indiquer s'ils étaient clients ou pas chez Partenamut.



2 400 avis collectés

3 Personnaliser

Sur base de ces opinions, l'équipe a diffusé des publicités display sur Facebook et Google Adwords. Une bonne manière d'attirer de nouveaux prospects et d'augmenter le taux de clics ! Pour ses prochaines campagnes de génération de leads, l'équipe compte créer des segments et les re-cibler avec un message en phase avec leurs attentes.



Le concours photo "Partenamut sponsorise votre école"

EAT BETTER CHALLENGE

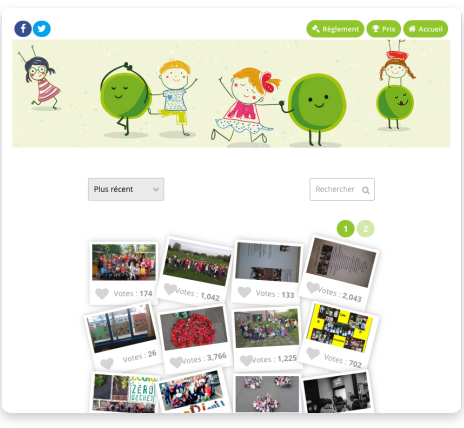
CONTEXTE

Dans le cadre de son projet "**Eat Better Challenge**", soutenant une alimentation plus saine, Partenamut a lancé le défi "Manger sain à l'école" via un concours photo. Les écoles maternelles et primaires étaient invitées à développer un projet par classe autour de ce thème avec jusqu'à 3 000 € pour récompenser les meilleurs projets.

CANAUX

COMMENT ?

En publiant une photo originale illustrant leur projet et en invitant le plus de personnes à liker leur photo sur Facebook. Les 20 photos les plus populaires furent ensuite départagées par un jury externe qui choisit les gagnants.



1 850 partages Facebook

84 670 votes

30 écoles

La campagne est devenue virale et a permis à Partenamut de sensibiliser les écoles, les parents et les élèves sur l'importance d'une alimentation saine.

CONSEIL DE L'ÉQUIPE

Attirez vos prospects et clients grâce à du contenu qui encourage leur participation et les fait se sentir écoutés, pour mieux les convertir et les fidéliser par la suite.

qualifio