

Ferratum Bank : «Taboola nous a permis de doubler notre trafic.»



« Notre collaboration avec Taboola nous a apporté d'excellents résultats, tant en termes d'ouvertures de compte et d'acquisition de trafic qualifié, qu'en termes de notoriété avec la campagne vidéo. Nous avons été impressionnés par le suivi réalisé par les équipes Taboola, qui se sont montrées toujours disponibles et à l'écoute, et surtout ont affiché une réelle volonté d'optimisation en continu de nos performances. »

- Kristen Pocreau, Marketing Manager, Ferratum Bank



SOCIÉTÉ

Ferratum Bank est un nouvel acteur de la banque mobile, filiale du finlandais Group Ferratum. Initialement spécialiste du microcrédit, Ferratum Bank dispose d'une licence bancaire depuis 2012. Son offre de services bancaires 100% en ligne et mobile est disponible en France depuis 2017.



CHALLENGE

Renforcer la notoriété de Ferratum Bank et acquérir de nouveaux clients, sur un marché bancaire où la concurrence est particulièrement forte.



SOLUTION

Utiliser le réseau premium de Taboola pour gagner en visibilité, générer du trafic qualifié sur le site de Ferratum Bank et accroître le nombre des conversions.



RÉSULTATS

Grâce à Taboola, Ferratum Bank a multiplié par deux le trafic sur son site français.

1^{er}

Canal de conversion

x2

Trafic doublé sur le site français de Ferratum Bank



Introduction

Ferratum Bank est un nouvel acteur de la banque mobile, filiale de la société finlandaise Group Ferratum. Créé en 2005 et coté à la bourse de Francfort, Group Ferratum emploie près de 600 personnes dans 25 pays, et compte près de 2 millions de clients actifs et anciens.

Initialement spécialiste du microcrédit, Ferratum Bank dispose d'une licence bancaire sous l'Autorité des Services Financiers Maltais (MFSA) depuis 2012. Son offre de services bancaires 100% en ligne et mobile est disponible en France depuis 2017.



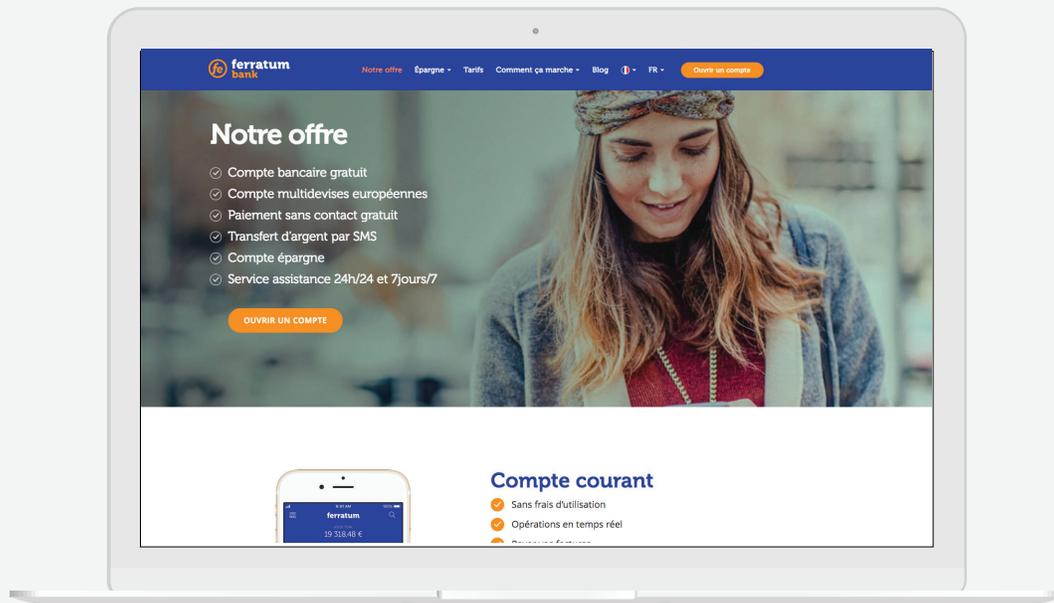
Un besoin de visibilité et de notoriété dans un environnement très concurrentiel

Entre banques traditionnelles, banques en ligne et néobanques, le paysage concurrentiel du marché bancaire est particulièrement fort en France. Ferratum Bank souhaite augmenter sa notoriété et développer son offre en France.

Pour renforcer son image de marque et acquérir de nouveaux clients, Ferratum Bank élabore une solide stratégie de marketing et communication. En novembre 2017, la société fait appel à Taboola pour l'accompagner dans cette démarche.



La campagne de contenus sponsorisés et vidéos branding de Ferratum Bank sur le réseau premium de Taboola a identifié et établi une audience qualifiée





Du brand content à la vidéo, les équipes Taboola conseillent Ferratum Bank et l'aide à atteindre ses objectifs

Avec l'aide de Taboola, Ferratum Bank décide de travailler en premier lieu sur sa notoriété. La première phase de la campagne est lancée fin 2017 sur le réseau premium de Taboola, avec une approche "branding" et la recommandation de contenus qualitatifs sur le blog de Ferratum Bank.

Les équipes Taboola conseillent ensuite à Ferratum Bank d'adopter une approche plus directe et incitative, avec des contenus invitant les consommateurs à découvrir ses services et arguments de vente, et les raisons d'ouvrir leur compte bancaire en ligne sur Ferratum Bank. Sur cette période, d'autres ajustements sont apportés, comme la personnalisation des messages avec le nom de la ville ou du retargeting.

Les équipes Taboola ont également œuvré à un meilleur suivi et une meilleure mesure des résultats, afin d'affiner l'audience et d'optimiser encore la campagne. Elles proposent en effet à Ferratum Bank d'aller au-delà du nombre de visites sur la page d'accueil, et de tracer également les intentionnistes quelques étapes plus loin dans le processus d'ouverture de compte.

A l'occasion du changement de la charte graphique de Ferratum Bank en février 2018, Taboola lui conseille également de lancer une campagne vidéo, moins dans une optique d'acquisition de trafic que de développement de sa notoriété.



Taboola, première source de trafic et premier canal de conversion

Ferratum Bank constate très rapidement les effets de la campagne Taboola sur son acquisition de trafic et sur ses conversions.

En termes d'acquisition de trafic, la campagne Taboola de Ferratum Bank a été vue par plus de 155 millions de personnes, et en a engagé 74 521 sur 6 mois. 40% du trafic sur le site français de FerratumBank est généré par Taboola.

Taboola est par ailleurs devenu le premier canal de

conversion de la marque : 40% des ouvertures de compte sont en effet, indirectement après retargeting, liées à la campagne Taboola.

La campagne vidéo a, elle aussi, tenu ses promesses, avec une belle visibilité sur le réseau et l'acquisition d'un trafic très qualifié. En un mois et demi, elle a en effet enregistré 188 517 impressions et engagé 3 335 visiteurs. Le taux de complétion de la vidéo s'installe à 45,17%, avec un taux de clic moyen à 1,78%.