

WANT



branding | content | activation

.SOMMAIRE



concevoir



L'assurance réinventée

Expérience Clients - Assurtech



Trans(azimut)ation

Branding - Agence de com



Dealer de sourires

Formation Commerciale - Assurtech





produire

Read & Lead...

Livres Blancs B2B - EdTech

D'aventure en aventure...

Edito Blog - Assurtech

Du virtuel au réel...

Edito Print- Assurtech

Hissez haut, SEO

Content Management - Agence Digitale

activer

Sein dessus dessous

Event Cobranding - Assurtech

Corporatisme rassurant

Inbound Marketing - Grand compte

Sérénité assurée

Event Instagram- Assurtech

Sous influence

Social Ads - Assurtech

HEY DITES

Ô

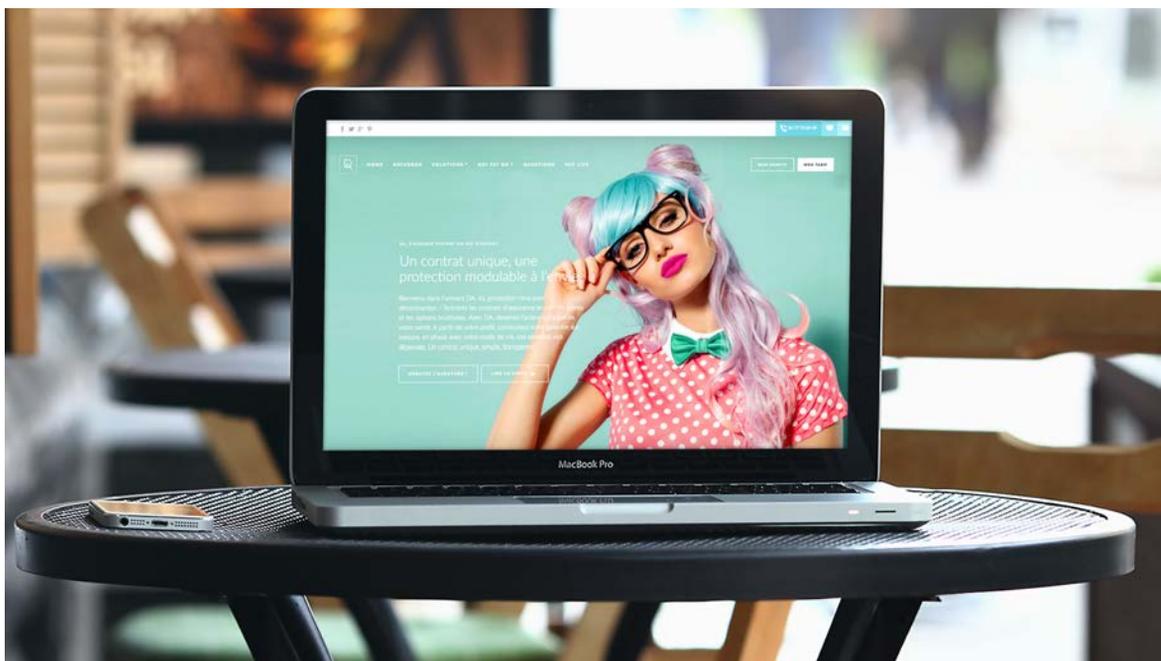
Choisir une agence de branding, à qui confier l'identité de sa marque, sa stratégie de content marketing, la production de ses contenus ou simplement l'animation de ses réseaux sociaux est une décision importante. Engageante. Au-delà de l'expérience marketing ou éditoriale, ce sont le ressenti, les accointances, les convictions partagés qui comptent. Tout ce qui fait le sens de la marque, sa couleur, son potentiel.

A travers ce modeste book, nous vous offrons un voyage au pays de Limi. Une sélection pointue de collaborations. Pas nécessairement les plus complexes, les plus gratifiantes ou même les mieux récompensées. Simplement nos préférées, en toute subjectivité.

.CONCEVOIR



↑ DA.FR ↓ | l'assurance réinventée

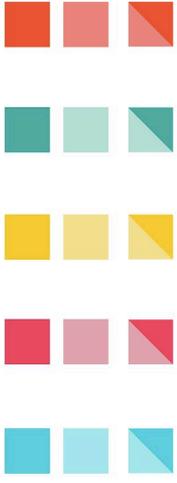


Défense-Assurances.com devient DA.fr. Bien plus qu'une nouvelle identité, c'est un écosystème digital complet qui est à concevoir. Pour dynamiser cette poussiéreuse activité. Identité, positionnement, discours, parcours clients, image, stratégie éditoriale et plan marketing orienté acquisition. Ici, tout est défaire, tout est à refaire. Un challenge de conception digitale et une nouvelle vision pour l'entreprise, qu'il faudra partager jusqu'à pleine adoption par les équipes. Une pépite, qui finira aux mains de ses investisseurs.

Rationaliser
Simplifier
Acculturer

*« Le
télémarketing
va mal. Nous
devons
réinventer notre
métier,
regagner la
confiance des
assurés... »*

- Enrichir la gamme produits de 4 à 11 garanties et les baptiser
- Créer un univers de marque frais, rassurant, engageant
- Simplifier les Parcours clients Web / Voix
- Déployer des formulaires conversationnels à l'UX légère et fluide
- Accompagner l'adhésion grâce à un moteur de recommandations
- Encourager la personnalisation via un contrat aux garanties modulables
- Repenser l'intégralité des éléments de langage pour gagner en lisibilité
- Elaborer une stratégie d'acquisition cross canal ambitieuse
- Décliner une identité disruptive sur l'ensemble des canaux d'activation
- Remporter 1 Awward pour le site et le 1^{er} prix du Festival de Deauville pour la campagne vidéo



#LaVieEstUnJeu



trans(azimut)ation



« Notre métier a changé.

Il est temps de rajeunir l'image de l'agence, adapter son offre aux nouveaux marchés.



Historiquement ancrée sur le marché assurantiel, l'agence Azimut cherchait un nouveau souffle. Première étape de cette mutation, poser un nouveau regard sur son activité. En redessiner les contours, jusqu'à voir émerger une nouvelle identité. Plus frais, mieux segmenté, résolument en rupture avec les codes de l'assurance, ce positionnement permet immédiatement de maximiser les opportunités business de l'agence autour de la Digital Insurance.



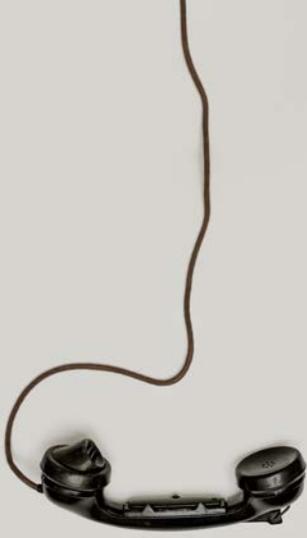
« Avec la rencontre de Limi, Azimut a écrit une nouvelle page de son histoire. Nous avons créé de véritables synergies au fil du temps. G.V - CEO Azimut

4 étapes pour une nouvelle identité de marque

- Un positionnement en marge des codes assurantiels
- Une offre de services plus lisible
- Une chaîne de valeurs segmentée par métiers
- Un site tout beau, tout frais et ses déclinaisons print

**LA
FORME
EST LE
FOND
QUI
REMON
TE A LA
SURFA
CE**

Victor Hugo



dealer de sourires

« Les gens ne veulent plus
être démarchés.
Comment les convaincre
de nous écouter ?

Dans le sillage de sa nouvelle identité, DA.fr a souhaité repenser ses modèles de vente, en ligne et par téléphone. Après avoir refondu les différents Parcours Clients de la marque, Limi a donc été missionnée pour transmettre la bonne parole auprès des équipes commerciales offshore et affiner leurs techniques de commercialisation. Fil rouge de cette expédition où l'humain supplante le digital, tisser une parfaite congruence entre les différents canaux que traversent l'Expérience Client. Voyage au cœur du réacteur !

le plan

- Analyse du discours commercial, freins et objections clients en place.
- Conception d'un modèle de vente cross canal Web /Voix
- Elaboration d'un Plan de Formation dédié et des supports, adaptés à un public offshore
- Création d'une série d'ateliers pratiques, ponctués de simulations ludiques.
- Animation de workshops de formation à destination des commerciaux
- Refonte de la matrice de Suivi Qualité des équipes commerciales

worshop
formation

Système de
santé
français,
la base

12 garanties
pour un
contrat sur
mesure

Vendre
mieux pour
vendre plus, 5
étapes clés

French
Touch,
outrepasser
les freins
culturels

Vente 2
temps,
relancer
avec
panache



.PRODUIRE



read & lead...

« Nous avons besoin de faire de la pédagogie et générer de nouveaux contacts. »



EdTech spécialisée dans le Digital Learning, Yes'N'You cherche continuellement à informer sur ses métiers, la Formation Professionnelle, tout en recrutant de nouveaux prospects. Notre objectif, proposer une solution éditoriale capable de concilier pédagogie, contenu de marque et génération de leads BtoB. La publication trimestrielle de livres blancs thématiques s'est imposée comme une solution efficace pour évangéliser ces nouvelles méthodes d'apprentissage auprès d'une audience qualifiée.

Livres blancs rédigés avec amour & technicité



- Blending Learning, la Formation au digital
- Se former avec une Edtech
- Réalité virtuelle, réelle formation
- OPCA, mon partenaire Formation
- Concevoir un plan de formation en 7 jours
- Formation 2018, les grandes axes
- Certification linguistique, booster de carrière
- Parcours de formation digitalisé, le grand frais
- Réconcilier Formation & Motivation
- Loi Avenir, la réforme bouleversante
- Gamification, le plaisir d'apprendre
- Neurosciences, la formation bien câblée
- Formation : raviver l'envie d'apprendre

**CHAQ
UE
MOT
EST
UN
PREJU
GE**

Nietzsche

d'aventure en aventure...



« J'imagine Isie
comme notre
ambassadrice,
proche des
gens... »

Première rencontre avec DA.fr et début d'une longue histoire #DAmour... La marque fait ses premiers pas sur le web avec une conviction profonde : révolutionner l'assurance ! Dans l'esprit du fondateur, une première brique s'impose, créer un blog. Un blog différent, où l'on ne parle pas d'assurance mais du quotidien, ses risques et ses plaisirs. Les prémices d'un concept. Une sorte de journal de vie, sous la plume de la pétillante Isie...

Raconter
Personnifier
Créer un lien

● Définition d'une stratégie éditoriale offensive

● Création d'une charte éditoriale pétillante

● Rédaction d'articles Santé, Psycho Sexo, Lifestyle, Assurances rigolos

● Content Management : sujets, calendriers édito, illustration, publication...

● Animation de la newsletter

● Activation Inbound marketing : sponso, ads...

783
histoires

« Construire mon assurance sur mesure

« Cancer du sein, assurer comme une guerrière

« Cure thermale, partir aux frais de la Sécu

« Hospitalisation, qui paye quoi ?

« Allo l'assistance, ma solution facile

« SM, comme Super Mal(e) ?

« Mon fils joue à la poupée, c'est grave ?

« Coworking, cohabiter sans s'étriper

« Faire un bébé toute seule

« Soigner ses enfants avec des plantes, légal ?

« Grain de folie, comment le cultiver ?

« Masturbation, plaisir coupable ?

« Culpabilité, merci de ma lâcher...

« Critique positive, la technique pas innocente

« Travailler avec des cons et sourire

« Devenir son boss, les bases

« BoreOut, un constat bien ennuyant

« Zone de confort, comment je m'en sors ?

**ma tête
ma corps
ma vie
mon assureur**

du virtuel au réel



Convaincue par le pouvoir de l'éditorial, la marque DA.fr a souhaité aller plus loin qu'un simple blog en proposant à ses prospects et partenaires un support capable de concrétiser l'esprit de la marque. Une édition de qualité, fondée sur un contenu choisi avec soin, soulignant la diversité de la gamme et des audiences. Le tout, monté en 10 jours !

Un objet à poser sur la table basse...

« Matérialiser l'esprit de notre marque et offrir un support de qualité à nos partenaires »

Magazine papier
52 pages, édition dos collé

Rédaction en chef
& Production des contenus

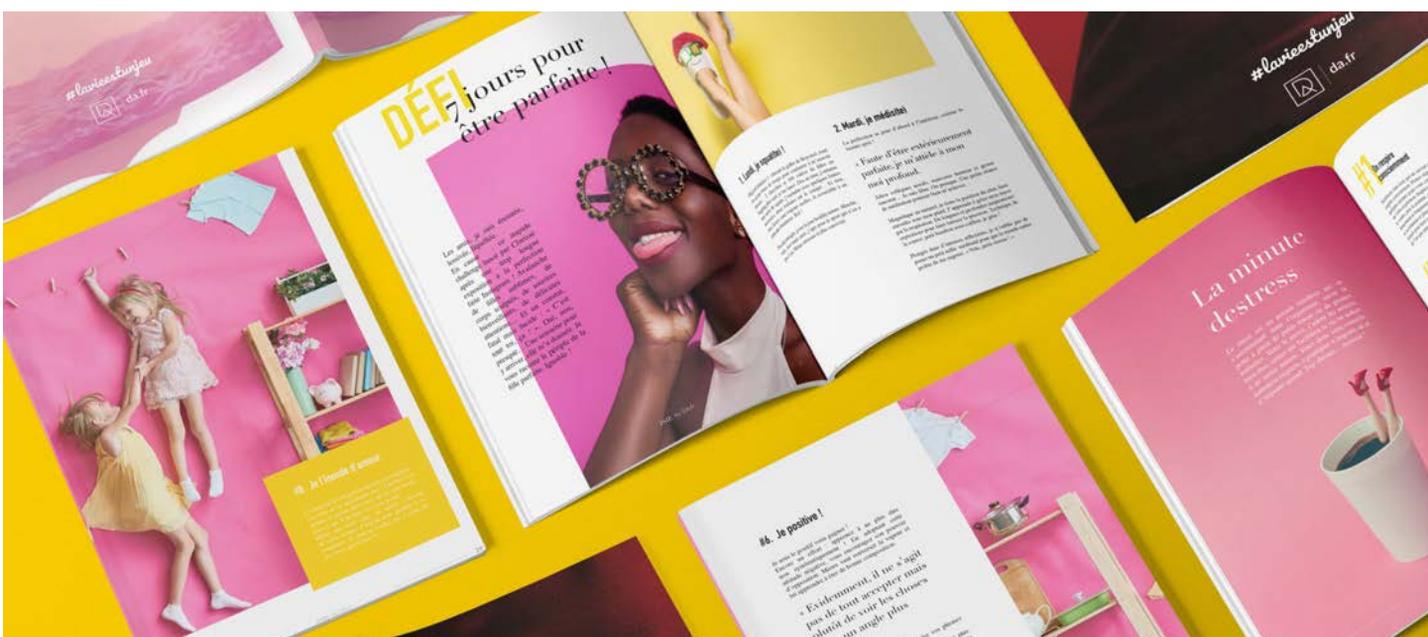
Direction Artistique
& Illustrations

Déclinaison au format
EBook, à télécharger

Activation Instagram
& Facebook

Réactivation Emailing
base clients & look a like

Diffusion aux partenaires
business & Goodies



PAR

EXEMPLE

5 conseils pour érotiser la routine

Doudou et vous, c'est l'amour fou. Enfin, il vous aime, il vous écoute, il vous comprend (dans la limite des stocks disponibles). Les semaines passent et se ressemblent. Chaque samedi soir, nichés l'un contre l'autre, vous ronronnez de bonheur en attendant vos 7 minutes de plaisir hebdomadaire. D'ailleurs, votre culotte aussi ronronne. Mais d'ennui, elle. Si la routine a le charme rassurant d'un ours en peluche, libre à vous de réveiller la bête qui sommeille dessous...

#1. Montez la température de votre smartphone

Chaque jour, vous prenez 265 fois en main votre smartphone. Si Doudou n'en mérite pas tant au regard de ses fonctionnalités, il prendrait bien sa part lui aussi. Il est donc grand temps de redonner à votre extension technologique son pouvoir érotique.

Empoignez votre sexytude et libérez celle qui le faisait frémir. Avant. Surprenez-le au moment où il ne s'y attend plus !

#2. Jouez à la marchande

« Rendez-vous incontournable, la balade à l'hyper ne respire pas toujours le glamour. »

Pour autant, il suffit d'un peu d'imagination pour transformer cette corvée en un moment de jeu entre adultes. Un joli décolleté pour réchauffer le rayon Surgelé, une culotte abandonnée, qu'il découvre dans sa poche sur le parking, une liste de courses ponctuée de vos envies les plus indicibles... Une seule condition, partager votre secret au moment opportun !

#3. Repensez la déco

Comme dit Mamie, « Amour au lit rime avec Ennui ! »... Quand la sagesse parle, il faut savoir lui tourner le dos ! Réveillez l'adolescente ingénue que vous étiez pour retrouver le frisson de dénicher un nid d'amour éphémère.

Salle de bain, voiture, cinéma... Autant d'occasions de se laisser aller à une petite aventure avec lendemain ! Et comme dit Mamie, encore, « 1 petit quickie + 1 petit quickie = 1 homme qui sourit ! »

#4. Appelez votre mère à la rescousse !

A ce stade de la lecture, je sens bien que 2 ou 3 détails vous bloquent. Au hasard : Riri, Fifi et Loulou, vos chères têtes blondes. Pas d'excuse, organisez-vous !

« Soudoyez votre mère, une amie, même une fausse, et offrez-vous un moment de détente. »

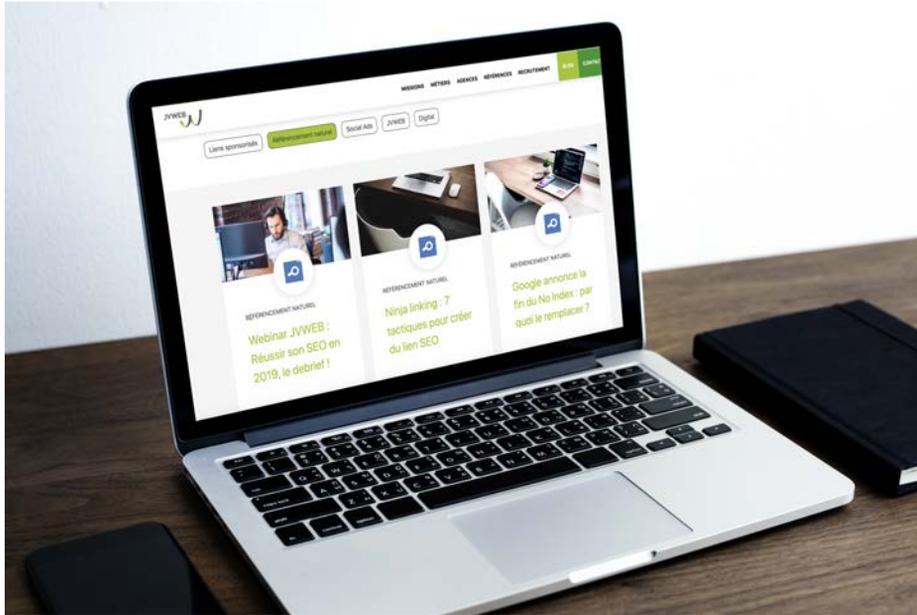
Une surprise de 2 heures, où vous redevenez une Femme. Sans aucune responsabilité. Vous pouvez le faire.

#5. Invitez des amis

« Vous y avez pensé. Alors, dites-le !... »

Elaborez ensemble le scénario d'une soirée qui dérape. Vous imagineriez comment vous préparez, l'instant où tout bascule, ce beau Roger qui... Bref, libre à vous ensuite de partager, ou non, votre casse-croûte. Une chose est sûre, votre Doudou sera d'ores et déjà en appétit.

« Produire du contenu régulièrement pour maintenir notre référencement »



Agence référence en matière de SEO / SEA / SMA, JWWEB accompagne les annonceurs dans leurs stratégies de visibilité et d'acquisition. Toujours en quête de nouveaux clients, l'agence a souhaité assoir son expertise au travers d'une stratégie de content marketing. Depuis 2015, Limi alimente chaque semaine le blog en actualités, conseils, best practices. De Google à Facebook, en passant par Pinterest, chaque levier est scruté, décortiqué, analysé. Des articles, ensuite diffusés sur les réseaux sociaux et relayés par la newsletter. Régulièrement, nous alimentons la prospection BtoB en proposant au téléchargement un nouveau livre blanc autour d'une thématique clé.

asseoir son expertise sans mobiliser ses experts

● Planning éditorial & propositions de sujets

● 800 articles SEO, SEA et Social Ads

● Livres Blancs Thématiques & Cas clients

● Communiqués de Presse

● Interviews et Guest Blogging

● Infographies



Classé parmi les « Top Blog SEO à suivre », le blog JVWEB a permis à l'agence de renforcer son référencement, mais aussi sa notoriété. Reconnue pour son expertise, l'agence est fréquemment sollicitée par les media pour échanger sur ses savoir-faire.

.ACTIVER





sein dessus dessous

« Faire
d'Octobre
Rose un
temps fort
pour
promouvoir
l'assurance
Cancer
Féminin



DA.fr souhaite profiter du très médiatique Octobre Rose pour renforcer l'exposition de Betty, son assurance Cancer Féminin. Une seule contrainte : rester fidèle aux valeurs de cette jeune marque décomplexée ! Notre idée, proposer une soirée culottée, sous le signe de la féminité. Une opération en cobranding avec MaPetiteCulotte, une jeune marque de lingerie engagée. Ici, on parle Chiffon & Prévention en femmes libres et assumées !

Trouver LE
partenaire
cobranding

Elaborer un
plan conjoint
de l'événement

Concevoir
Ateliers, Supports
et Goodies

Passer une
super soirée
entre filles

Ateliers Machine à palper Nénés & Préjugés



*Du Sport,
j'en fais encore !*

Pratiquer régulièrement une activité sportive permet de réduire le risque de cancer du sein de 40%. Enfin une vraie motivation pour se bouger avec le sourire !

*Manger bien
manger sain !*

Une mauvaise alimentation est en cause dans près d'1 cancer sur 3. La prévention commence donc dans nos assiettes, à garnir de fibres, d'Oméga 3 et de vitamines D et B !

*Ma féminité
je l'assure !*

En plus de toutes les épreuves qu'il impose, un Cancer du Sein est aussi un gouffre financier. Si la Sécu contribue, ce sont tout de même 15% des patientes qui doivent emprunter pour financer... La solution s'appelle BETTY. Jusqu'à 50 000€ pour faire face...

*Passer au
Virgin Mojito !*

17% des cancers du sein sont dus à la consommation d'alcool... La bonne mesure : 2 petits verres par semaine, les clones en moins, responsables, elles d'une augmentation des risques de 16%

*Mon frotti
plus jamais je n'oublie !*

1 femme sur 2 ne réalise pas de frotti régulièrement. Pourtant, c'est encore la meilleure solution pour assurer un contrôle régulier. La bonne option : 1 frotti, tous les 2 ans chez mon gynéco !

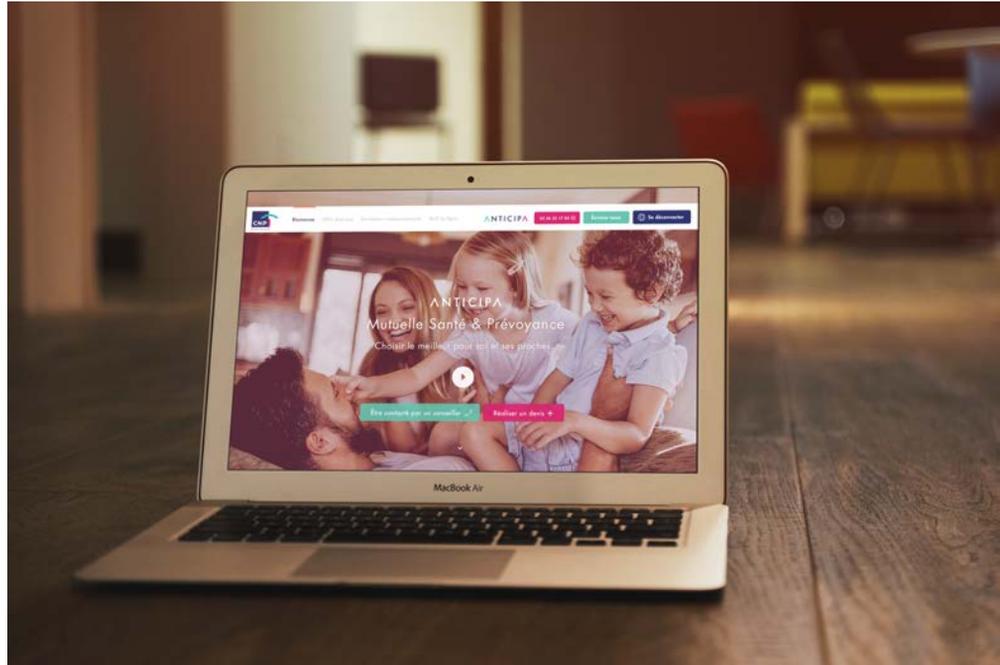
BOOBS
sous garantie

#LAVIEESTUNJEU

@ida.fr



corporatisme rassurant



« Nous voulons créer
une marque digitale, en
phase avec l'identité du
groupe

Suite à l'ouverture du marché des mutuelles à destination des personnels de l'Education Nationale, CNP Assurances a souhaité positionner une nouvelle offre de complémentaire santé et prévoyance. A ce stade, le projet est doté d'un nom de code et d'une équipe volontaire. Pour la suite, tout est à écrire, sans trahir l'identité de la maison-mère. Ateliers, conception, branding, activation, nous étions sur tous les fronts.

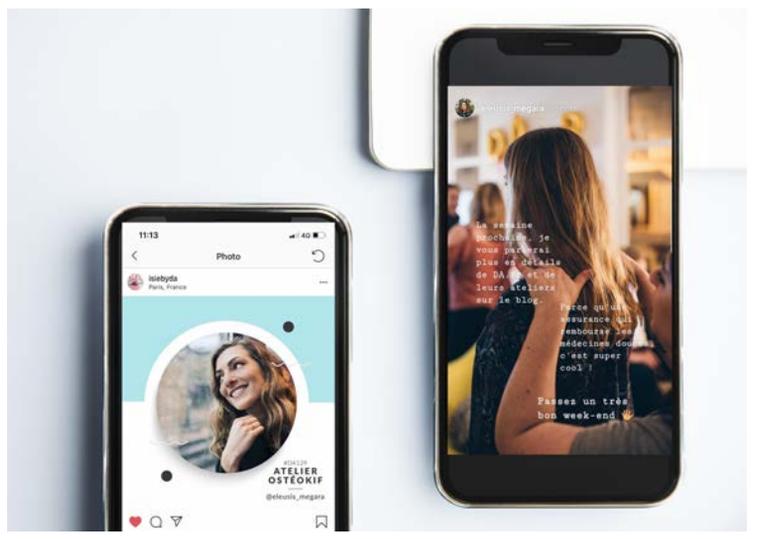
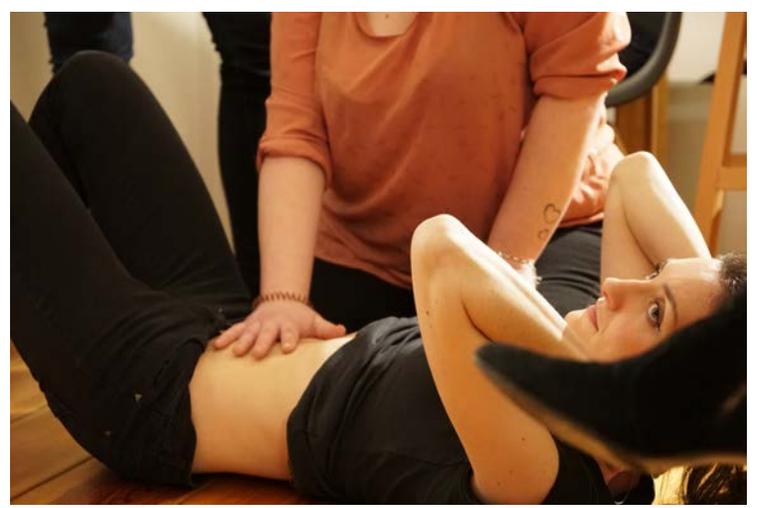
innover sans bousculer les fondamentaux



- Workshops
Stratégie & Branding
- Positionnement de l'offre & définition des personae
- Accompagnement sur le déploiement d'une identité de marque
- Optimisation des Parcours client Web / Voix
- Création de contenu
Site & Landing Pages
- Déclinaison des supports
Print - Web - Voix
- Conception des argumentaires de vente et formation commerciale
- Rédaction de publications sponsorisées
- Activation de campagnes Facebook Ads, Display & SMS

sérénité assurée

← DA.FR →



« Sensibiliser les femmes à la prise en charge des médecines douces... »

A l'occasion du lancement de Daïa, sa surcomplémentaire Bien Etre, DA.fr a fait appel à notre créativité pour glamouriser un produit d'assurance aux vertus méconnues. Au cœur du sujet, la volonté de sensibiliser un public féminin à une meilleure prise en charge des frais liés aux médecines douces. Une magnifique occasion pour se positionner comme le 1^{er} assureur français à explorer le royaume de l'image : Instagram !



● Organisation d'un atelier Ostéopathie, en co-branding avec Medoucines.com

● Création d'une Box Bien Etre, offerte aux participantes

● Activation de 6 influenceurs à l'aide de stories, posts & articles

● Recrutement des participantes via un Jeu Concours Instagram

● Publications sponsorisées Instagram

● Publi-rédactionnels auprès de communautés d'audience fortement affinitaires



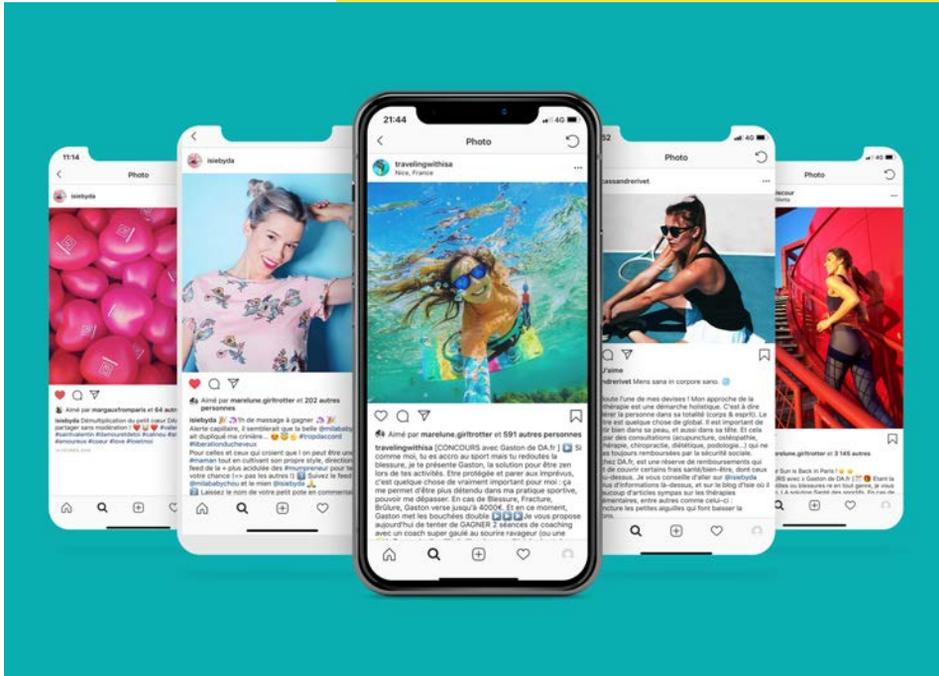


↑ DA.FR ↓ **sous influence...**

DA.fr se veut disruptive dans son marketing. Et pressée de se faire connaître du grand public ! Notre idée : leur proposer de rompre avec les leviers classiques assurantiels pour se laisser porter par l'influence. En collaboration avec l'agence Reech, nous avons expérimenté une mécanique autour des Défis d'isie, visage de DA.fr pour accroître le territoire de marque. Une opération diesel, mais qui incontestablement, tient la route !

« Assoir la marque
auprès de
communautés
d'audience ciblées

**glamouriser
l'assurance,
influencer les
influenceurs...**



- **Activation de 36 influenceurs Sport, Famille, Bien Etre sur 40 jours**
- **Organisation d'un jeu concours autour de dotations ciblées par communautés**
- **Présentation de la marque et sa gamme via des posts, stories sponso et take over**
- **Près de 200 publications Instagram relayées par les influenceurs**
- **Une hausse du nombre d'abonnés de 230%**
- **Un feed back positif sur la marque et ses services**



MERCI

CALL

me

je suis

LIMI !

limi@limi.fr

Limi SAS
18 rue Goubet
75019 PARIS