



Subject : **KEYTRADE BANK**

Keyword : **KEYTRADE**

Publication : **PUB MAGAZINE**

Date : **19/06/2008**

Page(s) : **27**

Frequency : **PERIODIC**

Circulation : **5000**

Size : **117.03 cm²**

1100 Id : **200807100446T**

Keytrade Bank recrute 700 nouveaux clients

Grâce à une campagne «members get members» réalisée en collaboration avec l'agence Emakina, Keytrade Bank (filiale du Crédit Agricole) a attiré plus de 700 nouveaux clients en quatre semaines. Une action qui durait jusqu'au 27 mai et pouvait profiter à tout utilisateur de Keytrade Bank. Le principe de cette campagne est basé sur le bouche-à-oreille: en tant que client de Keytrade Bank, vous pouviez inviter vos amis par e-mail à ouvrir un compte chez cet établissement bancaire. Pour chaque internaute parrainé qui devient client, vous recevez une prime de 20 euros. Plus vous recrutez de nouveaux clients pour Keytrade Bank, plus vous augmentez vos gains. De son côté, votre ami reçoit aussi la même somme sur son nouveau compte.

Depuis le lancement, plus de 6.500 personnes ont été invitées par 1.650 clients de Keytrade Bank à ouvrir un compte. Après quatre semaines de campagne, 700 nouveaux clients ont déjà rejoint Keytrade Bank, soit un taux de conversion de 10% qui montre l'efficacité de la mécanique mise en place par Emakina. Volontairement, aucun média traditionnel (télévision, radio, presse...) n'a été mobilisé pour promouvoir l'action et atteindre ce résultat.

«Une fois de plus, Keytrade Bank montre sa capacité à utiliser le potentiel de l'Internet pour séduire de nouveaux utilisateurs», souligne Thibault de Bary, Directeur Ventes & Marketing de Keytrade Bank. En donnant aux internautes tous les outils nécessaires pour inviter leurs amis, nous avons réussi avec Emakina la première grande campagne «members get members» dans le secteur bancaire en Belgique.

