



Marketing

Juridique

Stratégie

Assurance
dommages

Assurance de
personnes

Grands risques

Distribution

Ressources
Humaines

Assistance

Accueil > Dépêches > Communication externe > L'Auxiliaire poursuit sa campagne de communication...

DÉPÊCHES

COMMUNICATION EXTERNE - 30/08/2019

L'Auxiliaire poursuit sa campagne de communication



(AOF) - L'Auxiliaire poursuit sa présence en radio. L'assureur lyonnais spécialiste du Bâtiment et des Travaux Publics continue ainsi son action lancée courant 2018 sur RIL. Le choix de la radio s'est fait en fonction des indicateurs d'audience sur chacune des villes où l'Auxiliaire est implantée, sur les cibles suivantes : Hommes, de 25 à 49 ans, chefs d'entreprises, artisans/commerçants, cadres, professions intellectuelles supérieures et professions intermédiaires.

Ainsi, pour les bureaux de Bourg-en-Bresse, Mâcon, Valence, Avignon et Chambéry, la radio qui émerge avec la meilleure audience cumulée en croisant les différentes cibles est soit NRJ, soit Nostalgie (avec un décrochage local). La campagne se déroule du 26 août au 1er septembre et comprend au total 49 spots (soit 7 par jour) d'une durée de 20 secondes. (NRJ pour Bourg-en-Bresse, Valence, Avignon, Chambéry et Nostalgie pour Mâcon).

Pour les bureaux de Manosque, Gap, Grenoble, Dole, Saint-Etienne, Villeurbanne et Annecy, la radio locale émergente (sur la même cible que précédemment) est une radio indépendante. La campagne se déroulera du 1er au 4 et du 8 au 11 septembre (du dimanche au mercredi) et comprend 38 spots au total (soit 5 par jour, sauf dimanche) d'une durée de 20 secondes. (Manosque : Radio Star Méditerranée, Gap : Alpes 1, Radio +, Grenoble : Hot Radio, Radio Isa, Dole : Fréquence Plus, Saint-Etienne : Activ Radio, Lyon/ Villeurbanne : Radio Scoop, Jazz Radio, Annecy : Radio+, ODS).

En complément de cette campagne radio, l'assureur du BIP dispose d'un relais sur YouTube, en ciblage géolocalisé. Le spot est repris dans une vidéo de 20 secondes qui s'affiche comme une publicité avant la diffusion d'une vidéo.

Cette campagne de communication s'inscrit dans un objectif global de notoriété que souhaite continuer à développer l'assureur mutualiste en 2019 sur son territoire, en complément des autres actions presse et digitales.

2019 Agence Option Finance (AOF) - Tous droits de reproduction réservés par AOF. AOF collecte ses données auprès des sources qu'elle considère les plus sûres. Toutefois, le lecteur reste seul responsable de leur interprétation et de l'utilisation des informations mises à sa disposition. Ainsi le lecteur devra tenir AOF et ses contributeurs indemnes de toute réclamation résultant de cette utilisation. Agence Option Finance (AOF) est une marque du groupe Option Finance

VOUS SEREZ AUSSI INTÉRESSÉ PAR

15/07 — uMen comptait 46 000 adhérents e...

09/07 — L'acheteur d'une maison n'est pas ...

22/05 — Stelliant prend le contrôle de GM co...

12/04 — Credixia ouvre une nouvelle agence ...

30/08 — Six mois après son lancement, Anse...

30/08 — Complémentaire : Agipi enrichit so...

30/08 — Stéphane Coste devient le nouveau ...

29/08 — Les signataires du Pacte du pouvoir ...

29/08 — Arkea : les revenus atteignent « un ...

29/08 — Aviva Investors : lancement de deux...

29/08 — Assurance vie : la collecte faiblit en j...

28/08 — Les assureurs vie britanniques font ...

28/08 — Verlingue annonce le départ d'Eric ...

28/08 — ICS : Les (ré)-assureurs de l'UE dem...

28/08 — Données : le secteur de la santé fait ...

27/08 — Revalorisations de l'assurance vie : l...

27/08 — Revalorisations de l'assurance vie : ...

27/08 — La MGEFI lance la téléconsultation ...

26/08 — Zurich Insurance : hausse du bénéf...

22/08 — AXA : un premier semestre affecté p...

22/08 — L'Union européenne récompense l'I...

21/08 — Eurexo ouvrira son centre de relatio...

21/08 — Prévoyance : Banque Populaire lanc...

21/08 — Luko certifiée B Corp

21/08 — Les investissements mondiaux en fa...

21/08 — AGCS : hausse des primes brutes so...