

YUH

Le 3^e pilier ne doit pas être ennuyeux - merci ChatGPT



David Rahenbrock
Digital Media
Consultant
mediatonic

Objectifs de la campagne

Dans le cadre d'une campagne de promotion du nouveau produit de prévoyance du « pilier 3a » de notre client fidèle Yuh, nous étions à la recherche d'idées innovantes. Il s'agissait de créer un point de contact original entre la clientèle potentielle et ce produit financier classique dans une version plus moderne. Idéalement, la publicité ne devait pas être consommée de manière passive, mais devait créer un lien avec les utilisateurs et utilisatrices, répondre à des questions ouvertes et susciter l'intérêt sous un angle ludique.

Action : Adello – bannière ChatGPT

Nos recherches nous ont menés jusqu'au chatbot bien connu ChatGPT, qui est apparu comme la solution toute trouvée. Cet outil dans l'air du temps a su continuer à captiver l'intérêt du public grâce à de nouvelles variantes de produit et notre agence média n'a pas manqué de déceler son potentiel dans le secteur du marketing. Nous savions qu'Adello, que nous considérons comme un partenaire fiable dans les campagnes assistées par la technologie dans le secteur mobile, développe des chatbots en s'appuyant sur ChatGPT. L'argument qui a fait pencher la balance ici était le suivant : les connaissances et le comportement du chatbot peuvent s'adapter à notre clientèle, l'offre et la campagne mise en œuvre.

La phase de réunions et de briefings de plus en plus détaillés, en présence du client et d'Adello, a permis de concrétiser la conception du chatbot. Nous avons d'abord défini les objectifs et la tonalité. Ensuite, nous avons transmis les données pertinentes concernant Yuh à Adello qui les a traitées. Ces données triées ont ensuite été communiquées au modèle d'IA pour l'alimenter. Nous avons poursuivi en définissant les thèmes et les mots-clés qui ne devaient pas être traités par l'IA. Une attention toute particulière a été portée à la sécurité de la marque. Au niveau du design, Adello a conçu le support publicitaire aux couleurs de Yuh et le chatbot communique en temps réel avec l'IA par une API.

Résultat : une publicité mobile qui permet un échange « humain » avec Yuh sur le thème du pilier 3a

Cette approche encore inédite en Suisse a généré des résultats très satisfaisants du point de vue média. Le taux d'interaction enregistré est nettement plus élevé que celui des bannières traditionnelles. Par ailleurs, nous avons acquis de précieuses connaissances sur l'interaction avec le chatbot, ce qui est de bon augure pour reproduire ce format dans des campagnes futures.

Pour en savoir plus sur la création d'une campagne innovante, contactez-nous sans plus attendre !

