

CHALLENGE DE LA COMMUNICATION 2025

Verifone de l'ombre à la lumière

Recommandation stratégique



Com'on Agency c'est ...

Liliane
Chargée de communication

Agence de
communication 360°
basée à Paris, crée en
2017.

Nous mettons tout en
œuvre pour faire briller les
marques, que ce soit en
B2B ou en **B2C**.

Fitia
Planneur stratégique

Sami
Social media
manager



Clara
Cheffe de projet

Lucy
Rédactrice éditoriale

Elsa
Directrice artistique

Votre demande

Retrouver votre place de **référence** dans le secteur des paiements en France en renforçant votre **visibilité** et en **affirmant** votre rôle **d'acteur historique** capable d'innovation

Ce qu'on sait... 🔍

- **Verifone, leader mondial** (solutions de paiement en ligne/magasin)
- Votre **atout majeur** : une offre **omni-canale** complète
- Les **nouveaux acteurs** séduisent les **commerces de proximité** (SumUp, Zettle)
- **Perte** de son **aura** en France depuis **2020** face à des **Fintechs**



Problématique

Comment Verifone France peut-elle sortir de l'ombre et réaffirmer sa place de leader de paiement, alors que de nouveaux acteurs fintech gagnent de plus en plus en visibilité grâce à une communication plus soutenue dans un marché en pleine évolution ?

Objectifs

Exprimer

- Augmenter la visibilité
- Redonner de l'éclat
- Réaffirmer sa position de leader

Légitimer

- Renforcer la proximité avec entreprises et collaborateurs

Dynamiser

- Stimuler l'interaction et l'engagement
- Fédérer une identité forte et dynamique

Cibles



Cœur de cible

Les entreprises



Cible principale

Les partenaires

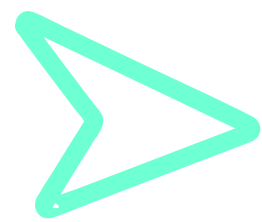


Cible secondaire

Les usagers des entreprises
et les médias

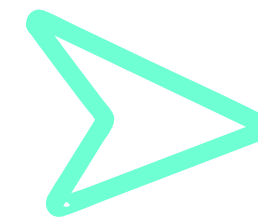
Le Positionnement

Je suis bien plus qu'une solution de paiement ultra sécurisée dans votre entreprise, **je suis le lien invisible qui fluidifie le parcours client.**



Un grand message

Nous ? Invisible pour vos clients, mais essentiel pour votre succès !




Une signature


 **verifone**
Un contact,
tout est réglé !

Notre fil conducteur


Quelle stratégie ?



Repose sur la volonté de redonner à Verifone le rayonnement qu'elle a perdu face à des acteurs qui ne sont même pas de véritables concurrents



Pas de vocation commerciale ou marketing, mais cherche avant tout à restaurer l'image et la légitimité de la marque



S'adresser principalement aux professionnels et décideurs d'entreprise, tout en touchant partiellement les usagers

Notre stratégie hors-média

Création du compte LinkedIn “Verifone France”



Objectifs

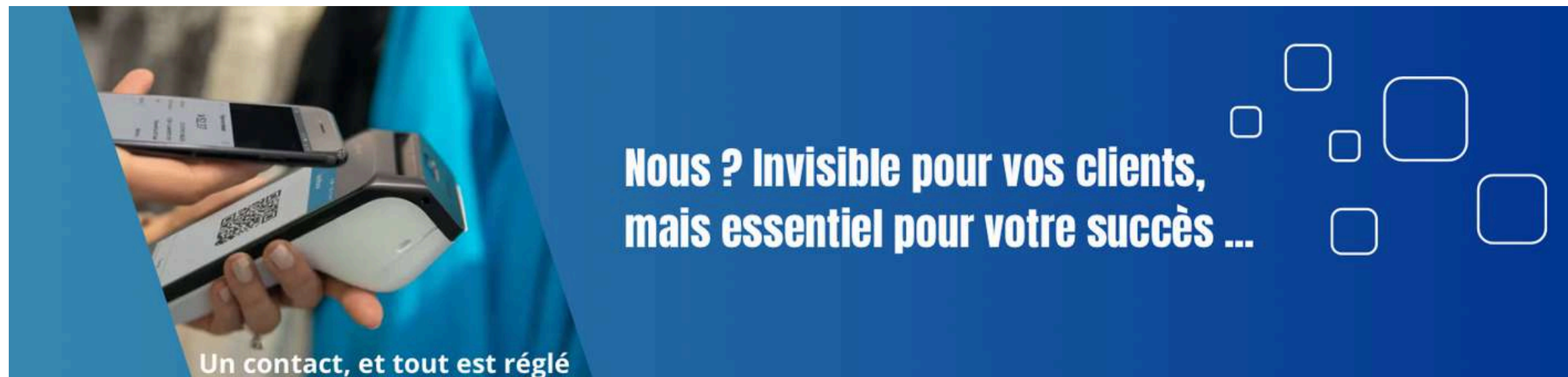
- Développer un LinkedIn spécifique à la France
- Se différencier du LinkedIn international de Verifone.
- Faciliter l'accès aux informations spécifiques aux entreprises françaises (produits, services, événements locaux).

Création d'un groupe

- Rassembler les grands partenaires de Verifone.
- Leur offrir un accès privilégié aux informations clés : nouveaux produits, offres exclusives, événements (salons, conférences).

Contenu à publier

- Mise en avant de la marque et de la vie d'entreprise.
- Témoignages d'entrepreneurs et cas clients illustrant la valeur ajoutée des solutions Verifone.



BANNIÈRE DU COMPTE

POST TYPE POUR LE COMPTE LINKEDIN



Verifone France
500 abonnée
1 mois · 📅

+ Suivre ...

Verifone vous accompagne toujours aussi bien !

Chez Verifone, nous savons que le paiement est bien plus qu'une simple transaction : c'est un moment clé de l'expérience client.

C'est pourquoi nous sommes ravis d'accompagner CASTORAMA dans l'optimisation de son parcours d'encaissement grâce à nos solutions de paiement fluides, rapides et sécurisées. 🇪🇺👉

Plus d'attente, plus de fluidité, plus de simplicité : tout est pensé pour que l'acte de paiement soit un non-sujet et c'est ça qui fait toute la différence !

📍 Sur le terrain, qu'est-ce que ça change ?

- ✅ Une installation rapide et adaptée aux besoins spécifiques de Castorama
- ✅ Un parcours client optimisé, pour une expérience d'achat encore plus fluide
- ✅ Une fiabilité et une sécurité renforcées, sans compromis

Un immense merci aux équipes de Castorama pour leur confiance !

#uncontactettoutestrégé #verifone #experienceclient



Activation du compte Instagram “Verifone France”



- Réactiver le compte Instagram de Verifone France
- Intégrer le nouveau logo, la nouvelle charte graphique de la marque
- Poster du contenu régulièrement
- Promouvoir le positionnement, le grand message de la campagne
- Pour informer le grand public



Exemple de carrousel Instagram (à faire défiler)

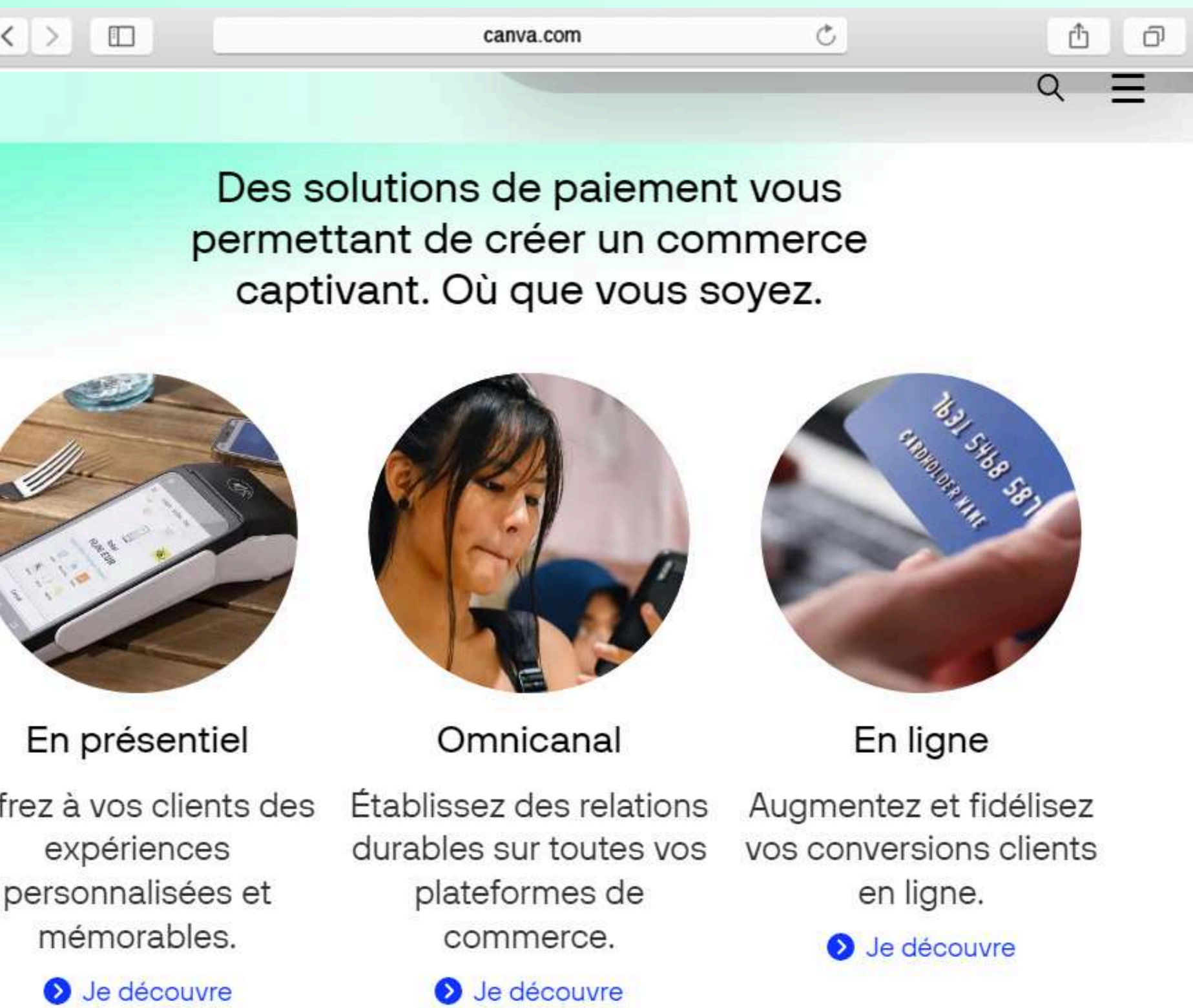


NOUS ?

INVISIBLES POUR
VOS CLIENTS...

...MAIS
ESSENTIELS POUR
VOTRE SUCCÈS !

 verifone



La refonte du site

Pourquoi ?

- Navigation français / anglais indistincte
- Garantir une version intégralement française

Refonte partielle du site = plus de **fluidité** et de **lisibilité** pour les **entreprises françaises**

Prestataire : Agence de **webmarketing**

Simplification de l'arborescence du site pour accéder plus facilement aux informations = **optimisation du parcours utilisateur.**

Verifone Retail Show

Une nouvelle approche des salons professionnels ...

De quoi s'agit-il ?

Discussions sur des thématiques précises lors de table ronde organisée par Verifone au sein même des salons professionnels.

Avec qui ?

4 professionnels distincts invités pour animer la discussion.

Pourquoi ?

Positionne Verifone :

- comme le médiateur du débat
- comme une marque engagée et soucieuse des débats actuels



TABLE RONDE



Dimension humaine

Verifone Retail Show

Une nouvelle approche des salons professionnels ...

1ère édition

Date 17 septembre 2025 de 15h à 17h

Lieu Salon Paris Retail Week

Thématique

Quelles sont les enjeux des nouveaux modes de consommation ?

Invités prévus

- Emmanuel Le Roch
- Sophie Lubet
- Guillaume Seneclauze
- Luc Julia

PARIS
RETAIL
WEEK

 **verifone**

Verifone Retail Show

Table ronde organisée par Verifone
pour tous les **professionnels** sur la
thématique suivante

**“Quelles sont les enjeux des nouveaux
modes de consommation ?”**

Avec la participation de

Emmanuel Le Roch, Sophie Lubet,
Guillaume Seneclauze, Luc Julia



17 septembre 2025
15h-17h



Paris Retail Week

1 Pl. de la Prte de Versailles,
75015 Paris





présente

VERIXPÉRIENCE

1ère édition



AU PROGRAMME

- CONFÉRENCES
- PARCOURS RÉALITÉ VIRTUELLE
- MASTERCLASSES



22 NOVEMBRE 2025



QUARTIER GÉNÉRAL PARIS 11

71 RUE DE LA FONTAINE AU ROI, 75011
PARIS

VeriXperience

BY  verifone X 

Le nouveau RDV annuel à but non lucratif !

Qu'est-ce c'est ?

Le nouvel évènement B2B expérientiel unique réunissant commerçants, fintechs, et rétails.

Un programme riche

- Des **Démonstrations** live
- Des **Conférences** et **Masterclass** autour du paiement digital
- **Concept "parcours client"** avec réalité augmentée



Un but clair

Positionner Verifone comme un leader engagé, proche de ses clients et à leur écoute.

Devenir le rendez-vous annuel de convivialité et d'innovation.

Notre stratégie média

Nos Relations Presse

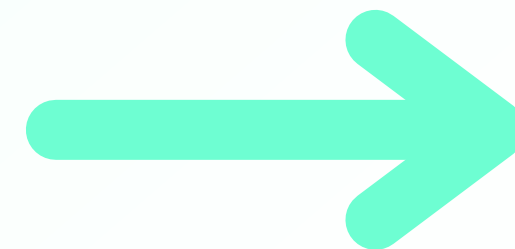


Mettre en lumière le nouveau positionnement de Verifone dans la presse.

> Agence de relations presse **Oxygen**.

Dossier de presse pour :

- Médias spécialisés dans le **retail** et la **grande distribution**.
- Médias **économiques** et **tech**.
- Presse **fintech** et **innovation**.



Les Echos
Finextra

Passage TV dans l'émission "Focus Retail"

De quoi s'agit-il ?

L'idée est d'intervenir lors d'un épisode de l'émission afin de débattre sur un sujet en lien avec l'entreprise.

Dans quel but ?

Permet de s'approprier une présence médiatique sans pour autant parler de l'entreprise directement.



Le rendez-vous de cette année

Au programme

Le samedi 4 octobre 2025 à 13h30 - Verifone sera représenté par le **directeur de l'entreprise**

Thématique : le paiement digital en 2025

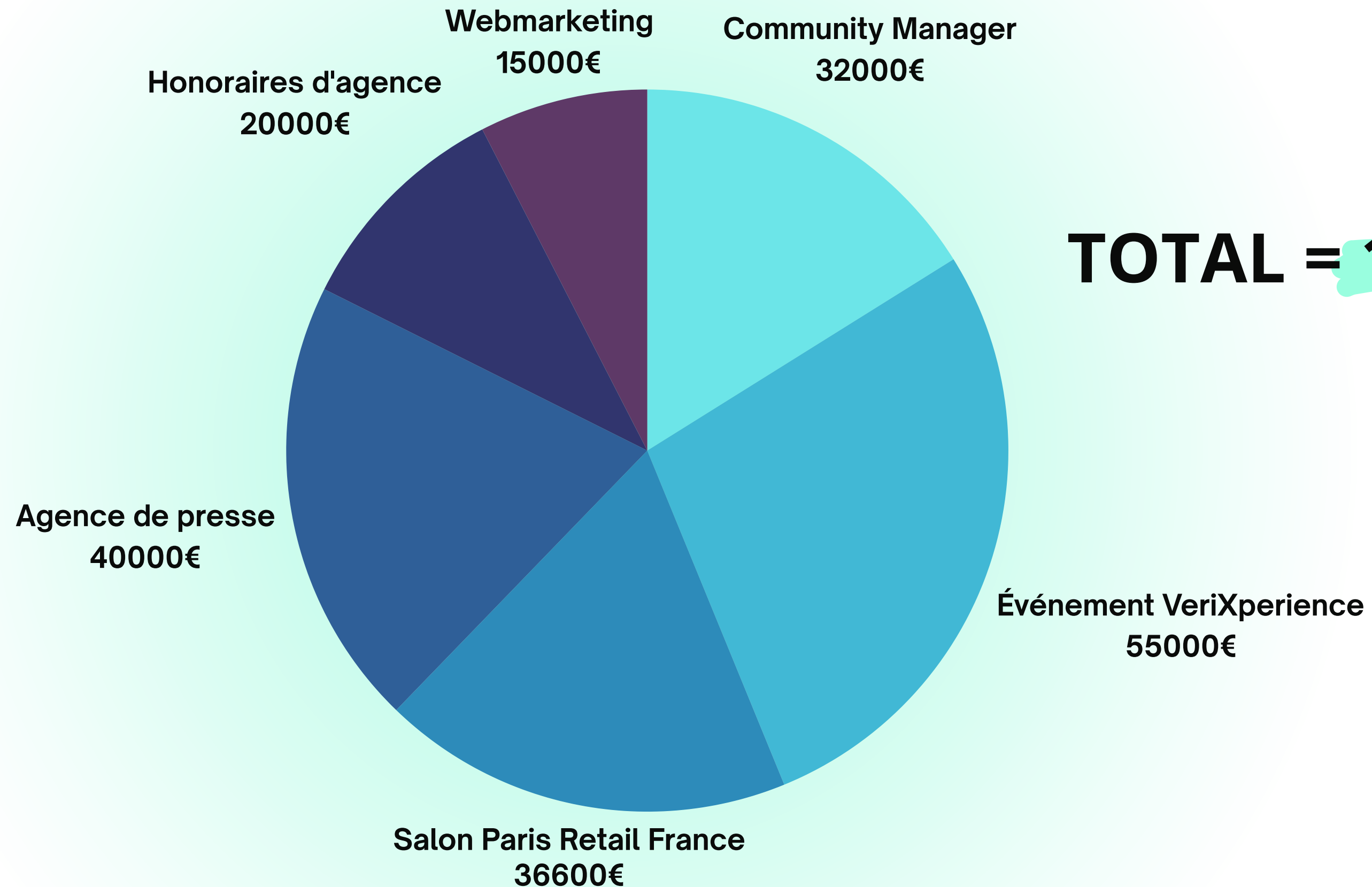
Objectif non commercial mais sert à renforcer la présence médiatique de la marque :

- Affirmer son engagement
- Faire parler d'elle en tant qu'acteur clé du secteur

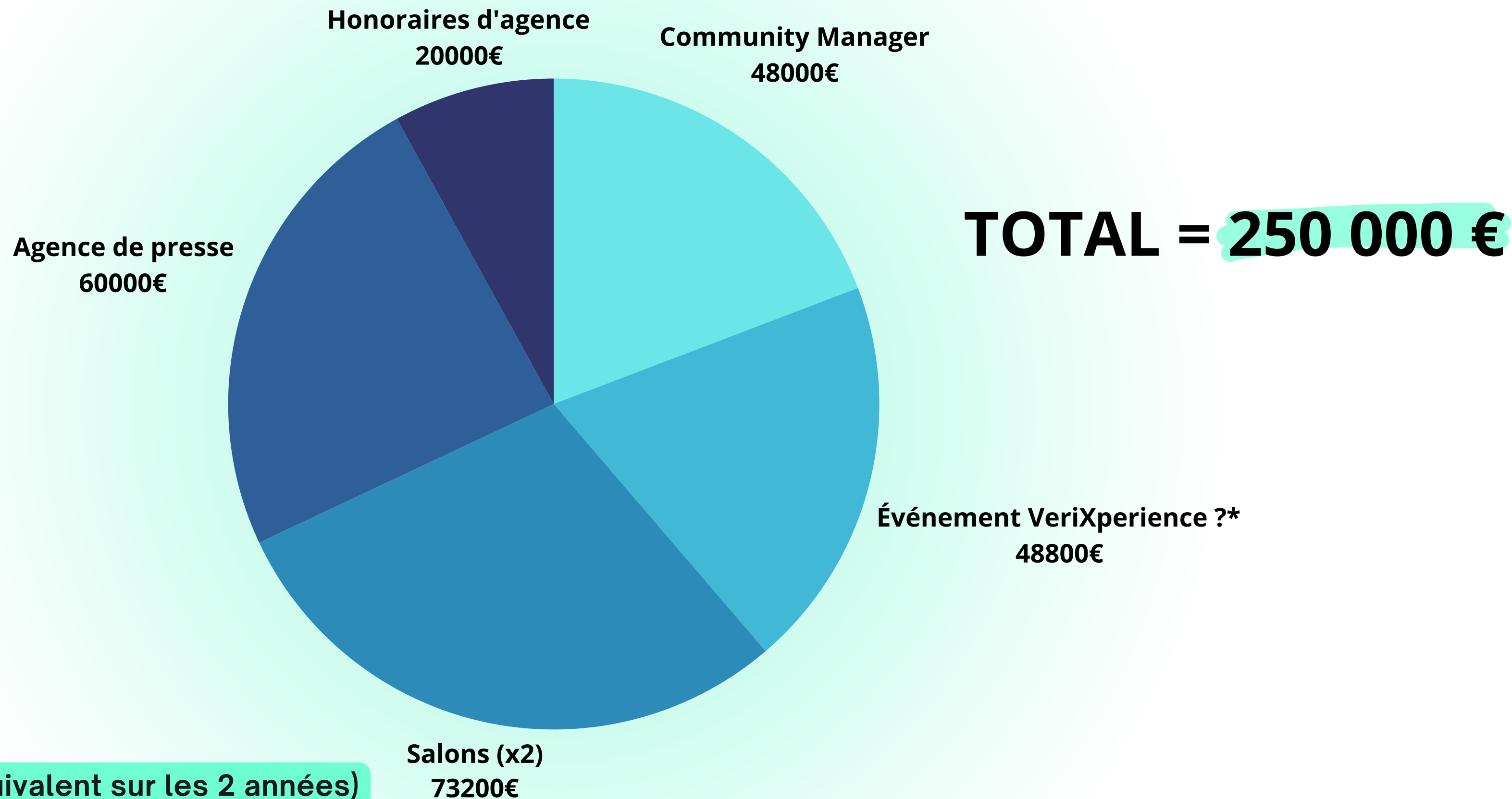
Possibles questions : “Le paiement a beaucoup évolué ces dernières années avec le sans contact, le mobile et bientôt le biométrique. **Comment ces nouveaux usages transforment-ils notre quotidien ?**”



Budget 2025 (N+1)



Budget 2026 et 2027 (N+2 et N+3)



Mesure de la performance (KPIs)

Paris Retail Week	Site Internet	Réseaux sociaux	VeriXperience	Focus Retail
<ul style="list-style-type: none">• Nombre de visiteurs sur le stand.• Nombre de spectateurs aux tables rondes.• Mentions presse & médias post-événement.• Engagement sur les réseaux sociaux.	<ul style="list-style-type: none">• Temps moyen passé sur le site.• Nombre de visites sur le site par mois.• Nombre de contacts via le site.	<ul style="list-style-type: none">• Nombre d'abonnés sur LinkedIn et Instagram France.• Taux d'engagement (likes, partages...).• Nombre de publications mensuelles.• Nombre de clics vers le site web depuis LinkedIn et Instagram.	<ul style="list-style-type: none">• Nombre d'entreprises représentées.• Nombre de démonstrations effectuées.• Taux de satisfaction des participants.• Nombre de partages sur les réseaux sociaux.• Mentions dans la presse spécialisée.	<ul style="list-style-type: none">• Nombre de spectateurs de l'émission.• Retombées presse et articles publiés.• Nombre de partages et discussions générées sur les réseaux sociaux.• Augmentation du trafic web après diffusion.

[illegible]

Planning 2026 (N+2)

		JANV	FÉVR	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUIL	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DÉC
Médias	Dossier Presse												
	Émission : BFM Business												
Hors médias	Site Internet												
	Tables rondes : salons												
	LinkedIn												
	Instagram												
	Évènement : VeriXperience												

Planning 2027 (N+3)

[illegible]

Merci de **votre attention**

Recommandation stratégique

