

LIVRET DE CAMPAGNE

# COMMUNICATION MULTICANAL

## WERO



MARS  
2025

Écrit par

**M'SOILI ABEL  
SOPPELSA ADAM**

Préparé pour



# SOMMAIRE

## PRÉSENTATION

(PRÉSENTATION DE LA PROBLÉMATIQUE ET  
DU COMMANDITAIRE)

1

## ANALYSE DE LA PROBLÉMATIQUE

2

## JUSTIFICATION DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

3

## PRÉSENTATION DES MESSAGES

4

## RÉFÉRENCEMENT

(DESCRIPTION DES MOTS-CLÉS)

5

## BIBLIOGRAPHIE

6

# 1 PRÉSENTATION

(PRÉSENTATION DE LA PROBLÉMATIQUE ET  
DU COMMANDITAIRE)

## PROBLÉMATIQUE

**Vous êtes missionné.e par l'entreprise Wero (portefeuille électronique) pour communiquer auprès du grand public sur la généralisation de leur portefeuille qui permettra de payer dans les magasins physiques en septembre 2025.**

## QQOQCP ?

### Quoi ?

Face à la digitalisation croissante de secteurs traditionnels (santé, administration, banques), le commanditaire, WERO, autrefois connu sous le nom de Paylib, souhaite lancer un nouveau service innovant remplaçant Paylib. Ce service proposera une solution de paiement instantané via portefeuille électronique, avec une expérience utilisateur optimisée, incluant désormais une dimension physique améliorée.

### Qui ?

WERO s'adresse à un public large (16-50 ans), nécessitant une stratégie simple et accessible afin de toucher efficacement jeunes et adultes utilisateurs de solutions bancaires digitales.

### Où ?

La campagne ciblera principalement la France, tout en ayant une ambition de développement à l'échelle européenne (Allemagne, Belgique).

### Comment ?

La campagne utilisera divers formats adaptés à chaque canal : posts (Instagram, TikTok), threads rédactionnels, contenus professionnels sur LinkedIn et partenariats avec des médias numériques influents (HuffPost, Brut, etc.).

### Quand et Combien ?

Cette opération s'étendra sur six mois dès le printemps 2025 pour préparer la généralisation du service en magasin en septembre 2025. Le budget total prévu est d'environ 1,7 million d'euros, soit 10 % du chiffre d'affaires annuel de WERO.

## **Dans quels types de commerces ou services WERO permet-il déjà de payer et où le service sera-t-il disponible prochainement ?**

Actuellement, WERO se concentre sur les paiements entre particuliers. À partir de 2025, WERO prévoit d'étendre ses services pour permettre les paiements chez les petits commerçants, en ligne et en magasin via les codes QR. Des tests pour le paiement au point de vente chez les grands commerçants sont prévus dès 2026.

# **2 ANALYSE DE LA PROBLÉMATIQUE**

## **MOTS-CLÉS**

**Liste organisée de 20 mots-clés pour la communication de Wero sur la généralisation de leur portefeuille électronique en septembre 2025 :**

### **Technologie |**

*Portefeuille électronique ; Technologie avancée ; Digitalisation ; Futur du paiement ; Innovation*

Ces mots-clés sont essentiels pour suivre les tendances du marché des paiements numériques et comprendre comment Wero se positionne face aux évolutions technologiques.

### **Expérience utilisateur et praticité |**

*Simplicité ; Expérience utilisateur ; Praticité ; Accessibilité ; Mobile ; Sans contact*

Un portefeuille électronique doit être intuitif et accessible à tous. Il est donc crucial d'observer comment Wero optimise l'expérience utilisateur et se distingue par sa facilité d'utilisation.

### **Sécurité et confiance |**

*Sécurité ; Confiance ; Interopérabilité*

La sécurité des transactions est une préoccupation majeure pour les utilisateurs et les commerçants. Suivre les avancées en cybersécurité et la manière dont Wero assure la protection des paiements est essentiel.

### **Marché et adoption |**

*Disponible en magasin ; Europe ; Lancement septembre 2025 ; Modernité*

Ces mots-clés permettent de suivre l'évolution du déploiement de Wero, son adoption en magasin et sa diffusion sur le marché européen.

## Bénéfices du service |

Paiement simplifié ; Rapidité ; Sans contact

L'argument clé pour séduire le grand public repose sur les avantages concrets du service : rapidité et fluidité des paiements en magasin.

Ce regroupement permet de structurer une veille efficace sur l'arrivée du portefeuille électronique Wero et d'anticiper les enjeux de communication pour son lancement.

# 3 JUSTIFICATION DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

## PLAN DE COMMUNICATION ACTUEL



Réseau social	Fréquence de publication (en moyenne)	Contenu/message	Suivi des utilisateurs (en moyenne)
Facebook	Aucune publication	Aucun compte.	Aucun suivi de visibilité
Instagram	2 à 3 posts par mois (voire 2 par semaine)	Mises en scène de différentes situations qui ne se font pas en dix secondes pour comparer avec le temps du virement via l'application. Rédaction avec un langage simple (pas familier mais populaire) et montage dynamique. Premières infos sur comment l'application va-t-elle s'utiliser.	Entre 5k et 10k de vues 10 commentaires Aucune visibilité sur les likes
X	0 post	Compte existant, mais peu d'exactitude que le compte soit réellement celui de l'entreprise.	Aucun suivi de visibilité
Linkedin	1 post par semaine	Pas de compte Wero. Compte EPI disponible. Certains posts sur l'application sont disponibles. Ils évoquent des conférences d'information (parfois en partenariat avec une événement, une école ou une entreprise) et des campagnes publicitaires.	250 à 300 réactions 10 publications 1 à 3 commentaires
TikTok	2 à 3 posts par mois (voire 2 par semaine)	Même contenu que sur Instagram.	Entre 2k et 4k de vues Entre 20 et 40 de likes 10 commentaires
Site web	Aucune fréquence récurrente pour le moment	Article sur les nouveautés et sur le lancement de Wero dans un nouveau pays. Rédaction formelle à but informatif.	Aucun suivi de visibilité

# **4 PRÉSENTATION SUCCINTE DES MESSAGES**

**Tous les visuels sont à retrouver dans le dossier “Messages Wero Campagne 2025”.**

## **Message 1 : « Le futur du paiement européen, simple, rapide et sécurisé »**

**Carrousel Instagram**

Ce carrousel mettrait en avant les principaux avantages de WERO de manière visuelle et engageante, tout en fournissant des informations claires et concises. En prenant en compte le canal utilisé et le format établi, le but est de viser les jeunes adultes et adolescents qui utilisent souvent les réseaux sociaux et cherchent des solutions technologiques pour simplifier leur vie, ainsi que les personnes actives ayant un emploi du temps chargé et recherchant des solutions rapides et efficaces.

L'objectif est de captiver l'attention des utilisateurs en présentant des situations compréhensibles et identifiables, tout en favorisant un contenu dynamique de courte durée grâce à l'utilisation d'effets visuels, de transitions rapides et de couleurs vives. De plus, ce format permet d'optimiser les interactions avec les utilisateurs, encourageant ainsi le partage, les likes et les commentaires. Le carrousel vise également à expliquer les fonctionnalités de WERO et à encourager les téléchargements de l'application.

## **Message 2 : « WERO : un portefeuille unique pour toute l'Europe », Emailing**

En accompagnement du mail, il y aura 2 autres éléments :

- Liens de Téléchargement : Boutons cliquables pour télécharger l'application sur l'App Store et Google Play.
- Coordonnées et Réseaux Sociaux : Informations de contact et liens vers les pages de réseaux sociaux de WERO.

La campagne d'emailing s'adresse principalement aux utilisateurs actuels de WERO, qui utilisent déjà l'application pour les paiements en ligne ou les transferts d'argent entre particuliers. Elle cible également les nouveaux utilisateurs potentiels qui recherchent des solutions de paiement sans contact et innovantes, notamment en France, en Allemagne, en Belgique, au Luxembourg et aux Pays-Bas. Les technophiles et les personnes actives, qui apprécient les nouvelles technologies pour simplifier leur quotidien, sont également une cible clé.

## **Message 3 : “Présentation de Wero et de la généralisation de leur portefeuille” Post LinkedIn**

Le post LinkedIn cible principalement les jeunes adultes et personnes actifs (entre 30 et 50 ans). Les jeunes adultes et actifs sont des utilisateurs fréquents des réseaux sociaux professionnels et sont ouverts aux nouvelles technologies. Quant aux personnes un peu plus âgées, elles cherchent des solutions pratiques efficaces pour gérer leur argent. Le post s'adresse à un public européen, notamment en France, en Allemagne, en Belgique, au Luxembourg et aux Pays-Bas. L'objectif de l'utilisation de LinkedIn est

d'informer et de créer de l'anticipation autour du lancement de WERO en septembre 2025. LinkedIn permet de toucher un large public professionnel, tout en restant pertinent pour ceux à la recherche de solutions de paiement innovantes. Le format engageant et informatif du post vise à capter l'attention, détailler les fonctionnalités de WERO et renforcer sa crédibilité. En incitant aux interactions, le post augmente la visibilité de WERO et encourage les utilisateurs à télécharger l'application.

#### **Message 4 : « 10 secondes » Vidéo TikTok**

Ce format court, dynamique et visuellement attractif est idéal pour TikTok, plateforme prisée par les jeunes adultes et adolescents en quête d'efficacité et d'instantanéité. Le message cible ces publics, friands de "tips" pratiques qui facilitent leur quotidien. La scénarisation est volontairement ancrée dans une situation familiale et réaliste pour capter l'attention et stimuler les interactions.

#### **Message 5 : « Wero au Digital Finance Summit 2024 » Post Facebook**

Cette campagne Facebook vise à valoriser WERO auprès d'un large public. L'objectif est de renforcer les interactions et l'engagement communautaire, en mettant en avant la proximité, les collaborations et les partenariats de WERO avec les acteurs du secteur financier. Facebook est le canal idéal pour toucher une audience intergénérationnelle, créer du lien, et favoriser les échanges autour de l'expertise et des nouveautés de la marque.

## **5 RÉFÉRENCEMENT (DESCRIPTION DES MOTS-CLÉS)**

Pour maximiser la visibilité en ligne de WERO et optimiser son SEO, il est essentiel de définir une stratégie de mots-clés adaptée aux différents canaux de communication. Une manière d'améliorer le positionnement du site web et des contenus sur les moteurs de recherche ainsi que d'assurer cohérence globale sur l'ensemble des plateformes numériques.

### **Sélection des mots-clés retenus et leur justification**

#### **Mots-clés principaux (génériques et de marque)**

- WERO paiement
- portefeuille électronique européen
- paiement instantané
- paiement sans contact
- fintech Europe
- banque digitale
- application de paiement

#### **Mots-clés de courte traîne (fort volume de recherche, concurrentiel)**

- paiement mobile
- wallet numérique
- banque digitale
- paiement sécurisé
- néo-banque
- portefeuille électronique

## **Mots-clés de moyenne traîne (équilibre entre volume et ciblage)**

- meilleure application de paiement
- alternative carte bancaire
- envoyer de l'argent rapidement
- payer sans contact avec smartphone
- compte bancaire digital sécurisé

## **Mots-clés longue traîne (ciblés et spécifiques)**

- comment utiliser WERO en magasin
- payer sans carte bancaire avec WERO
- meilleure application de paiement en Europe
- solution de paiement sécurisée pour les entreprises
- paiement rapide et gratuit entre particuliers

## **Répartition des mots-clés selon les canaux et les balises SEO**

### **Sur le site web WERO**

*Balise title (titre SEO des pages)*

“WERO - Le portefeuille électronique pour des paiements instantanés en Europe”

*Balise meta description (résumé affiché sur Google)*

“Découvrez WERO, l'application de paiement instantané et sécurisé, idéale pour les paiements en magasin et entre particuliers.”

*Balises H1, H2, H3 (titres et sous-titres des pages)*

Intégration naturelle des mots-clés dans les titres pour une lecture optimisée.

*Corps du texte*

Utilisation des mots-clés sélectionnés tout au long du contenu, en évitant la suroptimisation.

*Rédaction d'articles optimisés SEO basés sur des requêtes fréquentes*

“Pourquoi WERO est-il la meilleure alternative aux cartes bancaires ?”

- Ajout de liens internes vers d'autres articles ou pages du site pour renforcer le maillage interne.

### **Sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter)**

*Hashtags ciblés pour le référencement social*

#WERO #PaiementInstantané #FintechEurope #PortefeuilleÉlectronique #PaiementSansContact

*Texte des publications*

Intégration des mots-clés de manière fluide et engageante dans les posts pour améliorer la portée organique.

## *Sur Google My Business (SEO local)*

Optimisation de la fiche WERO avec des mots-clés pertinents dans la description.

Réponses aux avis clients en intégrant les termes clés liés aux services de WERO.

# **6 BIBLIOGRAPHIE**

Phonandroid, 2024. Wero : gratuit, rapide et sécurisé, on vous dit tout sur ce nouveau service de paiement mobile instantané [en ligne]. [Consulté le 4 mars 2025]. Disponible à l'adresse : <https://www.phonandroid.com/wero-gratuit-rapide-et-securise-on-vous-dit-tout-sur-ce-nouveau-service-de-paiement-mobile-instantane.html>.

Génération NT, 2024. Clients de La Banque Postale, découvrez les deux nouveautés qui vont changer votre quotidien [en ligne]. [Consulté le 4 mars 2025]. Disponible à l'adresse : <https://www.generation-nt.com/actualites/banque-application-paiement-digital-wero-innovation-2055706>.

LSA Conso, 2024. Tout comprendre de Wero, ce nouveau moyen de paiement qui arrivera bientôt en France [en ligne]. [Consulté le 4 février 2025]. Disponible à l'adresse : <https://www.lsa-conso.fr/tout-comprendre-de-wero-ce-nouveau-moyen-paiement-qui-arrivera-bientot-en-france,459420>.

Wero Wallet, 2024. Wero - Tout sur Wero : La solution de paiement mobile en Europe [en ligne]. [Consulté le 14 Janvier 2025]. Disponible à l'adresse : <https://wero-wallet.eu/fr/a-propos>.

Wikipédia, 2024. Wero [en ligne]. [Consulté le 9 Janvier 2025]. Disponible à l'adresse : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Wero>.

Paylib, 2024. Qu'est-ce que Wero [en ligne]. [Consulté le 9 Janvier 2025]. Disponible à l'adresse : <https://www.paylib.fr/faqs/quest-ce-que-wero/>.

# LIVRET DE CAMPAGNE

# wERO



**CAMPAGNE DE COMMUNICATION MULTICANAL**

**WERO est un produit de**  
EPI Company SE

**Email/**  
sav-wero@crc.payment.bpce.fr

**Site web/**  
[www.https://wero-wallet.eu/fr](https://wero-wallet.eu/fr)

**Adresse/**  
De Lignestraat 13, 1000  
Brussels, Belgium