SUCCESS STORY

KEYTRADE BANK · HAVAS Media Network · mutant AGENCE TECHNOCREATIVE

displayce

Des événements locaux aux écrans de la ville

DOOH & événements

Une campagne DOOH nationale au rythme des grands événements belges.

Keytrade Bank a lancé Keypack Promo50, une offre de bienvenue de 50€, en pDOOH. Diffusée toute l'année sur **300 écrans premium JCDecaux dans 21 villes**, la campagne a construit son plan média autour du calendrier événementiel belge, avec une **activation DCO** lors du championnat belge.



OBJECTIFS

Générer de nouveaux clients autour de l'offre Promo50 et renforcer la visibilité et l'image de marque de Keytrade Bank en Belgique, toute l'année.

CONCEPT

Une vingtaine d'événements sportifs et culturels ciblés, avec des écrans à proximité de chaque lieu et des messages adaptés à chaque audience, jusqu'à la **DCO en direct** pour le foot.

SUCCESS STORY

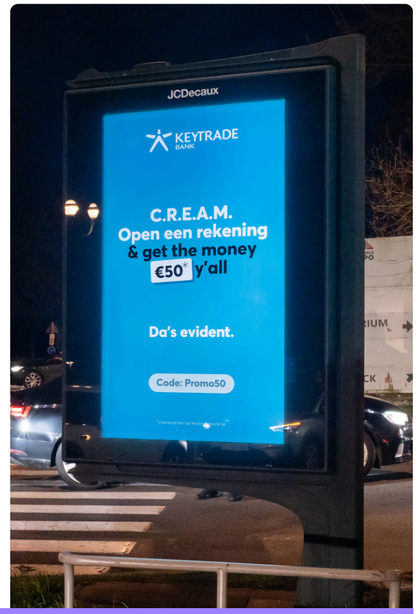
KEYTRADE BANK × HAVAS Media Network × mutant AGENCE TECHNOCREATIVE

displayce

Des événements locaux aux écrans de la ville

Focus créas





CONCERT DE WU-TANG × PAROLES DE « C.R.E.A.M. »



AVANT MATCH



PENDANT LE MATCH



APRÈS LE MATCH

CONCERT

Détourner les paroles et les codes des artistes :
«C.R.E.A.M.» de Wu-Tang Clan devient une promesse.

SPORT

L'activation DCO a suivi les matchs du championnat belge du début à la fin, avec le score en direct à côté d'une certitude : «vous êtes sûr de gagner 50€».

displayce



SUCCESS STORY

KEYTRADE BANK × HAVAS Media Network × mutant AGENCE TECHNOCREATIVE

Des événements locaux aux écrans de la ville

Stratégie & Résultats

La pertinence en temps réel

- **Transformer la visibilité en nouveaux clients**

100%
de l'objectif d'acquisition Promo50

+22%
Visites sur le site
(pendant la DCO)

2e
Meilleur mois depuis janvier
en attribution assistée

- **Coupe du monde : top 5% mémorisation** (3,8M d'impressions)

62
Impact Score Brand Lift
(vs 50 benchmark)

46%
Mémorisation
(+17 pts, Top 5%)

+25 pts
Image de marque

263
Emplacements

21
Villes belges

9M+
Impressions