

#Marketing

#AmbassadorProgram

agorize

Pumpkin

LE REMBOURSEMENT
ENTRE AMIS SANS FRAIS



Pumpkin Challenge : mobiliser et fédérer sa cible autour de la stratégie de communication de la marque.

Pumpkin est l'une des startups montantes dans le secteur de la fintech. Cette application facilite le paiement entre amis grâce à une interface directement reliée au compte bancaire de l'utilisateur. Facile d'utilisation et permettant de gagner du temps, ce concept séduit surtout les jeunes, pour qui l'instantanéité et la dématérialisation sont clés.

Chaque participant a été invité à **imaginer et à mettre en place une stratégie pour développer la communauté Pumpkin dans sa ville.**

L'objectif du challenge : fédérer la cible de Pumpkin pour développer la communauté de marque dans sa ville.

À travers ce challenge, Pumpkin conduisait un triple objectif :



Identifier de **nouveaux leviers de communication** et de **fédération** des communautés clés de l'entreprise.



Conquérir de nouvelles cibles grâce à une opération de **sourcing** d'idées à grande échelle.



Fédérer une cible déjà existante de jeunes et créer un **lien émotionnel fort** avec elle.

Résultats

Après **4 mois** de travail, la finale du **Challenge Pumpkin** s'est tenue le Jeudi 16 mars 2017 dans les locaux de Pumpkin !

Chaque équipe a ainsi pu **proposer un plan d'action novateur** pour faire télécharger l'application et/ou envisager un **plan de communication** pour développer la communauté Pumpkin.

Actions ciblées, opérations de street marketing, vidéos virales, diffusion sur les réseaux sociaux... les équipes ont imaginé des **projets couvrant la stratégie, le contenu, la mise en place et les moyens marketing.**

Durant le challenge, les équipes étaient également invitées à **tester leur concept** et à **déployer leur projet** tout au long de l'opération, afin de faire connaître l'application aux futurs utilisateurs.

274

projets déposés

8

projets finalistes

5

projets gagnants

L'avantage : des projets lauréats qui ont déjà fait leurs preuves et ramené de nouveaux utilisateurs avant même leur déploiement effectif !



Grâce à la «**mission bonus**», les candidats ont pu, tout au long du challenge, demander un code personnalisé et l'utiliser pour **suivre le nombre de téléchargement et gagner en crédibilité**. Chaque téléchargement de l'application Pumpkin a ainsi fait gagner des points aux équipes.



Zoom sur le projet gagnant



SUPERPUMP

Le projet : développer une communauté Pumpkin à Paris en touchant plusieurs cibles afin que la stratégie de communication puisse fonctionner rapidement.

Universités Paris-Dauphine et Paris 1 Panthéon-Sorbonne