

OP1C CÉLÈBRE 15 ANS AU SERVICE DES MARQUES ET DES CONSOMMATEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.

OP1C, agence spécialisée en social media, souffle ses 15 bougies. Fondée en 2009, à Roubaix, l'agence a grandi au rythme des réseaux sociaux, développant une forte expertise dans le conseil, l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie social media des marques. Forte de 40 collaborateurs, affichant notamment une connaissance fine du secteur agroalimentaire, OP1C a accompagné depuis sa création 354 clients. Elle en a aujourd'hui une quarantaine d'actifs, parmi lesquels Brasserie Castelain, Carambar & Co, Cyrillus, Decathlon, Futuroscope, La Mie Câline, Lutti, McCain, METRO, Minelli, Poulain, Rians...

D'UN DISCOURS PUBLICITAIRE À UN DISCOURS COMMUNAUTAIRE : 15 ANS DE RÉSEAUX SOCIAUX VÉCUS PAR OP1C

A sa création en 2009, OP1C, alors connue sous le nom de « On prend un café », se distingue dans un secteur encore peu occupé par les agences, encore moins celles spécialisées dans le social media. Elle accompagne ainsi la naissance d'un mouvement où le consommateur a désormais la possibilité de prendre la parole, une posture jusque-là réservée aux marques, et de communiquer avec ces marques. Les entreprises réalisent que leur réputation peut aussi se (dé)faire en ligne et que le modèle de communication traditionnel, uniquement descendant, est en passe de devenir obsolète. Une transition s'opère, passant d'un discours publicitaire à un échange communautaire... une révolution est en marche.

En 15 ans, la présence des marques sur les réseaux sociaux a profondément évolué. De simples vitrines d'information, ces plateformes sont devenues des espaces de dialogue et d'engagement direct avec les consommateurs. Avec la démocratisation du smartphone, le client prend le pouvoir : il peut s'exprimer partout, tout le temps, et devient créateur de contenus. Il prend désormais, en tant qu'influenceur, la parole au nom des marques, qui ne sont plus forcément considérées comme les plus légitimes pour prendre la parole.

Les marques ne s'y sont d'ailleurs pas trompées. En l'espace de quelques années, les réseaux sociaux sont passés du statut de simple outil de diffusion à celui d'élément central dans la stratégie des marques. OP1C a accompagné ses clients tout au long de cette évolution, leur proposant des stratégies pertinentes pour capter l'attention, bâtir des communautés engagées, encourager l'interaction et maximiser le taux de conversion.





A L'ÉCOUTE DES TENDANCES ET DES ATTENTES DES CONSOMMATEURS

Depuis 15 ans, OP1C place les consommateurs au cœur de ses stratégies. Ce qui l'anime ? Comprendre comment et pourquoi les utilisateurs passent du temps sur les réseaux sociaux afin de mieux les engager, les fidéliser et développer les communautés autour des marques.

Grâce à une veille constante et une connaissance approfondie des usages, l'agence aide les marques à anticiper les besoins, identifier les tendances émergentes et adapter leurs messages en fonction des plateformes sociales. Avec une ligne de conduite claire : ne pas parler à ses clients mais avec ses clients.

Grâce à des campagnes innovantes, des contenus engageants et une analyse fine des comportements en ligne, OP1C a permis à ses clients de tirer pleinement profit de cette nouvelle donne. L'agence propose différentes expertises : la **stratégie social media**, pour définir un plan d'action sur mesure ; le **social media management**, pour animer et favoriser la discussion sur les réseaux sociaux ; le **social content**, pour la création de contenu ; l'**influence**, via des créateurs de contenus qui engagent et amplifient les conversations autour de la marque ; et enfin le **social ads**, pour des campagnes publicitaires visant à générer du trafic, de l'engagement et de la visibilité.

DES MARQUES ET DES PROJETS D'ENVERGURE

Installée à Roubaix depuis sa création, OP1C collabore avec une quarantaine de clients à dimension nationale et internationale. De Carambar à Decathlon, de Lutti au Futuroscope, l'agence développe des stratégies et du contenu social media dans des secteurs variés, avec une expertise particulièrement pointue dans la food et le retail.

Parmi les moments marquants de la dernière décennie, Lionel Damm, Directeur Général d'OP1C, partage deux réussites emblématiques :

OP1C a accompagné ArianeGroup, un des leaders mondiaux du lancement de fusées, dans l'élaboration et le déploiement de sa stratégie social media. L'objectif était de communiquer efficacement auprès du grand public via Facebook, Twitter et Instagram. Après 18 mois de collaboration, les publications Facebook atteignaient en moyenne 561 000 utilisateurs par mois, tandis que les tweets généraient plus de 1,1 million de vues mensuelles.

Dans un tout autre domaine, OP1C a assuré le **lancement des réseaux sociaux du LOSC**, à une époque où le club de football n'était présent sur aucune plateforme. En seulement quelques heures, plusieurs centaines de milliers de fans se sont rassemblés, créant une communauté solide et engagée autour du club.

OP1C est également l'agence social media **d'ELECTRO DEPOT**, avec qui elle a construit une approche spécifique à l'enseigne, optant par exemple pour un compte TikTok animé en partie par des collaborateurs. Et la recette fonctionne, avec plus de 100 000 followers atteints en deux ans, tandis que le compte Instagram enregistre +430% d'interactions depuis le démarrage de la collaboration et que certaines publications atteignent plusieurs millions de vues organiques.

OP1C EN QUELQUES CHIFFRES

2009 année de création

42 collaborateurs

40 clients actifs parmi lesquels Auchan, Bardinnet, Brasserie Castelain, Carambar & Co, Cyrillus, Decathlon, Futuroscope, La Mie Câline, Lutti, McCain, METRO, Minelli, Poulain, Rians...