

AVEC OP1C, QONTO « RAMÈNE SON Q » SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

OP1C annonce le gain de Qonto, fintech européenne spécialisée dans la gestion bancaire et financière des PME et des indépendants. L'agence social media investit ainsi un nouveau secteur, celui des solutions de paiement. À l'issue d'une compétition réunissant trois agences, OP1C a été choisie pour concevoir et produire la stratégie vidéo TikTok de la marque, avec l'ambition d'optimiser sa présence sur la plateforme et d'accélérer sa croissance social media.

Une stratégie social media pensée pour les usages TikTok

Déjà présente sur TikTok, la fintech souhaitait passer un cap dans sa communication social media, notamment sur le format vidéo, en développant des contenus plus réactifs, plus incarnés et davantage ancrés dans les codes des réseaux sociaux. L'enjeu : gagner en volume, en agilité et en impact grâce à une approche résolument social native. L'enjeu : gagner en volume, en agilité et en impact grâce à une approche résolument social native.

Pour répondre à cette ambition, **OP1C accompagne Qonto sur l'ensemble de la chaîne de valeur : conception créative, stratégie éditoriale, réalisation, production et livraison des vidéos** destinées à TikTok. « *Qonto est une marque née du digital, avec des équipes très matures sur les usages social media et une forte culture de l'exigence créative. C'est précisément le type de collaboration qui nous pousse à aller encore plus loin dans notre capacité à produire des contenus rapides, engageants et parfaitement adaptés aux plateformes* », explique Charlotte Billy, Directrice Conseil chez OP1C.

Une approche créative pensée pour les réseaux sociaux

Pour séduire Qonto, OP1C a imaginé un territoire créatif fort et différenciant, avec un concept volontairement décalé : « Qonto ramène son Q sur les réseaux sociaux ». L'idée : installer une prise de parole plus spontanée, accessible et résolument social native, en imaginant des rubriques récurrentes pensées comme de véritables rendez-vous éditoriaux.

Parmi les concepts développés : **Qontent**, pour mettre en avant la satisfaction des clients ; **Curieux**, pour partir à la découverte de métiers improbables ; **Queen**, pour valoriser l'entrepreneuriat féminin ; ou encore **Qomment ça marche**, destiné à apporter un éclairage simple et pédagogique sur certaines obligations et sujets liés à la gestion bancaire et financière, comme la facture électronique par exemple.

Au-delà de la créativité des concepts, **Qonto a également été séduite par la vision stratégique portée par l'agence**. Ensemble, les équipes partagent une conviction forte : les sujets liés à la gestion bancaire et financière peuvent être abordés avec simplicité, spontanéité et humour, loin des codes traditionnels souvent perçus comme froids ou trop institutionnels.

Avec ce gain, OP1C poursuit son développement sur de nouveaux territoires d'expression et accompagne désormais un acteur majeur des solutions de paiement.

OP1C EN QUELQUES CHIFFRES

2010 année de création

35 collaborateurs

60 clients actifs parmi lesquels Auchan, ANCV, Brasserie Castelain, Carambar & Co, Cyrillus, Decathlon, Futuroscope, La Mie Câline, Lutti, McCain, METRO, Perle du Nord, Puget, Rians, Vertbaudet...