

## **CACHE CACHE CHOISIT OP1C POUR ACCOMPAGNER LE DÉPLOIEMENT DE SA NOUVELLE STRATÉGIE SOCIAL MEDIA ET INFLUENCE.**

OP1C annonce le gain de Cache Cache, enseigne de prêt-à-porter féminin du Groupe Beaumanoir. Dans le cadre de sa transformation de marque et de l'évolution de son identité, l'enseigne a choisi de s'appuyer sur une agence spécialisée en social media et influence. Une décision qui traduit la volonté de Cache Cache de faire des réseaux sociaux un levier stratégique de sa relation avec ses communautés et d'y retranscrire l'expérience de proximité qui fait son succès en magasin.

### **Une agence social media pour accompagner la transformation de la marque.**

Dans le prolongement de sa refonte identitaire, Cache Cache a souhaité s'appuyer sur un partenaire capable de l'accompagner dans la structuration de sa stratégie social media et influence, afin d'assurer la cohérence et le déploiement des évolutions engagées par la marque.

Ce choix vient confirmer l'expertise stratégique développée par OP1C sur les enjeux social media et retail. L'agence a ainsi mobilisé ses équipes de planning stratégique pour accompagner les réflexions de la marque, analysé les attentes des communautés et orienté ses prises de parole sur les réseaux sociaux, en s'appuyant sur sa connaissance approfondie du secteur du retail et des comportements consommateurs.

### **Partir des communautés plutôt que du produit.**

Ce qui a séduit Cache Cache, c'est la capacité d'OP1C à replacer les communautés au cœur de la stratégie social media. L'agence s'appuie sur une conviction forte : ne pas partir du produit mais des préoccupations, des usages et des attentes des clientes. Grâce à un travail d'écoute sociale et d'analyse des conversations, OP1C a notamment identifié plusieurs communautés affinitaires, telles que les WorkTok ou les MomTok, permettant à la marque d'adopter une prise de parole plus conversationnelle, plus utile et plus engageante.

### **Faire de Cache Cache la bonne copine de sa communauté.**

Au cœur de la recommandation retenue figure également la volonté de renforcer la proximité qui caractérise Cache Cache. OP1C a ainsi encouragé la marque à adopter sur les réseaux sociaux le même ton chaleureux, accessible et bienveillant que celui vécu par les clientes en magasin.

À travers cette approche, Cache Cache entend faire des réseaux sociaux le prolongement naturel de l'expérience vécue en magasin, en y retranscrivant ce qui fait l'identité de l'enseigne : la proximité, la sympathie et la qualité du conseil apporté aux clientes. Autrement dit, faire en sorte que la marque s'exprime sur les réseaux sociaux comme une bonne copine, capable d'inspirer, de rassurer et d'accompagner sa communauté au quotidien.

#### **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...

Contact Presse - Presse & Cie - Laetitia Munoz  
06 20 49 90 39 - [lmunoz@presse-cie.com](mailto:lmunoz@presse-cie.com)