

LA POSTE MOBILE SE MET AU POP AVEC LONSDALE

LE 27 FÉVRIER 2019 À 20:02

PAR AMELLE NEBIA

Après huit ans d'existence, La Poste Mobile opère sa mue. L'agence Lonsdale signe le nouveau positionnement et la plateforme de marque, la signature "Pop & Populaire", la nouvelle identité, la charte éditoriale et le brand book. L'opérateur au réseau physique est, à ce jour le plus accessible du marché. Plus de 1,7 million de clients lui font confiance. L'opérateur ambitionne de "faire du forfait téléphonique la clé d'entrée vers des services du quotidien facilitant la vie connectée" notamment avec le prêt gratuit d'un mobile quel que soit le motif, prêt d'un boîtier 4G, ateliers numériques en bureau de poste... Cette nouvelle posture est accompagnée par une nouvelle identité de marque travaillée avec l'agence Lonsdale, qui s'incarne sur l'ensemble des points de contact : en bureau de poste avec une nouvelle PLV facilitant le choix de l'offre la mieux adaptée aux besoins des clients,



Une campagne imaginée par Havas, Starcom et Kingcom met en avant les services proposés, des astuces et des conseils pour faciliter la vie connectée.

