



Entre Roularta Media Group et Keytrade Bank l'entente se passe au mieux pour mener à bien le Concours Investisseur. L'édition 2014 a battu des records de participation.

ROULARTA & KEYTRADE BANK, UN PARTENARIAT DE CONFIANCE

12 semaines et une somme virtuelle de 100 000 euros permettant d'acquérir actions, trackers et Turbos : tel est l'enjeu d'un concours pas comme les autres qui tient en haleine des milliers de participants. L'édition 2014 a fait des heureux en offrant deux voitures Hyundai et 8 tablettes Samsung Galaxy III.

ISMAËL COLEN, Account Manager Finance Roularta Media, explique sa satisfaction quant à cet événement : « Il s'agit de la 7^e édition en collaboration avec Keytrade Bank. Notre but premier est toujours de proposer un environnement boursier virtuel dans lequel les participants peuvent apprendre ou s'améliorer à investir sans risques. La catégorie étudiants a rencontré énormément de succès cette année avec 30 % de participants, soit près de 10 000 concurrents (8657), en sachant que nous avons eu plus de 27 000 participants. »

Le succès du concours démontre une évolution des mentalités. « Les gens ont envie de trouver d'autres alternatives d'investissement. La Bourse est certes un grand pas à franchir mais les supports de Roularta Media existent pour les informer au mieux. » C'est d'ailleurs le même défi pour Keytrade Bank qui offre sur ses supports différents outils permettant aux clients de prendre une décision en connaissance de cause.

On note un record au niveau de la moyenne de transactions par semaine, d'autant que la durée du concours a été écourtée de trois semaines afin de tenir



OLIVIER DEBEHOGNE, SALES & MARKETING DIRECTOR KEYTRADE BANK

compte de la période des examens des étudiants. « Ce n'est pas un concours dans lequel on s'engage à la légère. Les participants viennent de tous horizons. L'un des gagnants/étudiants est un jeune architecte. Bien sûr, beaucoup possèdent une solide expérience en matière de finances mais plus de la moitié ont peu ou très peu d'expérience. Selon le profil des concurrents, nous avons remarqué que ceux qui prennent le plus de risques obtiennent les meilleurs scores. Les concurrents qui s'informent via la presse magazines et les médias online plutôt que les réseaux sociaux et les amis obtiennent également de meilleurs résultats. »

Avec ce partenariat, le Concours Investisseur se situe au-delà d'une simple campagne de pub : il combine des objectifs conjoints de Trends-Tendances et Keytrade Bank : « En offrant aux (futurs) investisseurs une expérience unique, nous les accompagnons à faire leurs premiers pas dans le monde boursier ou à enrichir leurs expériences. »

KEYTRADE BANK : ÉDUCATION FINANCIÈRE

Un tel concours permet bien sûr à Keytrade Bank de soigner son image tout en touchant de potentiels clients. Olivier Debehogne, Sales & Marketing Director chez Keytrade Bank.

Que vous apporte le Concours Investisseur ?

OLIVIER DEBEHOGNE : « Sponsor principal de l'initiative, nous estimons que ce concours est primordial pour Keytrade Bank, née du trading il y a 15 ans. Y participer nous a semblé tout naturel, notre objectif étant de pousser les gens à s'intéresser à la Bourse mais à leur rythme. Le monde boursier peut sembler compliqué. Ce type de concours peut aider à le démystifier de façon réaliste et ludique. Parmi tous les participants, 15 à 20 % sont clients de Keytrade. Nous touchons donc, via ce concours, beaucoup de personnes non familiarisées avec la Bourse, dont quantité d'étudiants. »

ROULARTA ET NOUS SOMMES VRAIMENT COMPLÉMENTAIRES AVEC UN OBJECTIF COMMUN : DÉMYSTIFIER LA BOURSE ET LA RENDRE ACCESSIBLE.

Olivier Debehogne, Sales & Marketing Director Keytrade Bank

Quels sont les apports et bienfaits de votre collaboration avec Roularta ?

« L'éducation financière est, chez Keytrade, un élément d'une importance majeure, relayée à travers le Concours Investisseur. Une éducation que nous transmettons à travers nos formations, nos outils d'information accessibles, notre compte virtuel pour simuler des achats et des ventes... Nous sommes vraiment complémentaires avec un objectif commun : démystifier la Bourse et la rendre accessible. Roularta représente un partenaire de confiance. Après chaque édition, nous prenons le temps, ensemble, d'analyser en détail les résultats du concours : nombre de participants, type de produits souscrits, nombre de transactions... De quoi nous permettre de définir les lignes de force de l'année suivante. »

Quelles ont été les modifications les plus récentes ?

« Ajout des Turbos, création de la catégorie étudiants, ajustement du timing du concours compte tenu de la période d'exams, ajout d'un quiz sur le site, rationalisation des prix... Autant de points élaborés et mis en place grâce à notre collaboration. Il s'agit d'un partenariat très agréable avec une vraie empathie de part et d'autre par rapport aux intérêts respectifs. Roularta est connu pour ses magazines et la qualité de ses contenus. Nous œuvrons ensemble pour rendre réellement accessible l'investissement et la finance. »



ISMAËL COLEN, ACCOUNT MANAGER FINANCE ROULARTA MEDIA

Cela vous inspire ?

Dans ce cas, nous développons pour vous une action créative à votre mesure. Placez votre marque sous le feu des projecteurs grâce à nos marques et leurs plateformes cross-media. Vos marketers et nos équipes élaborent une campagne originale qui va au cœur de votre cible. Contactez Ismaël sans tarder et commandez votre action forte et convaincante.

Ismaël Colen

Account Manager Finance
+32 2 467 58 31
ismael.colen@roularta.be

LA FABRIQUE
à IDÉES
DE IDÉES FABRIEK

Roularta
Media

Attention guaranteed.