

Antoine Druais : la télévision change l'image du regroupement de crédits

Afin de compléter ses leviers d'acquisition de prospects sur internet, le groupe Rouaix a créé courant 2019 la marque Eddy.fr pour laquelle il investit dans les médias traditionnels et en premier lieu la télévision.

30 M€ de CA, traités en ligne et par téléphone

Le groupe Rouaix est l'un des principaux acteurs du regroupement de crédits qui emploie 270 personnes lui permettant de couvrir l'ensemble du territoire national. Intermédiaire entre les particuliers et les banques de financement, l'expertise du groupe réside dans la mise en place de solutions de financement sur mesure.

Les personnes qui s'adressent à nous ont contracté plusieurs crédits (crédit conso, immobilier, auto, revolving...) et cherchent à réduire leurs mensualités, soit afin de retrouver une respiration financière, soit afin de financer un projet (achat, frais scolaires...). Notre travail consiste à faire racheter tout ou partie de ces crédits par des banques partenaires qui mettent ensuite en pace un nouveau contrat de crédit, unique. La baisse de la mensualité passe principalement par l'allongement de la durée moyenne de remboursement.

L'entrée en relation avec nos clients se fait de deux manières.

D'un côté ce sont les conseillers bancaires, les courtiers immobiliers, les CGP partout en France qui conseillent nos services à leurs clients et initient cette mise en relation avec nos équipes.

De l'autre côté ce sont nos formulaires en ligne, comme <https://www.eddy.fr> par exemple, qui génèrent des demandes de rappel gérées par nos plateaux de commerciaux. Le conseil et l'accompagnement se fait dans ce cas 100% en ligne et au téléphone.

Afin d'attirer les clients sur ces formulaires, nous avons investi au fil des ans dans diverses sources d'acquisition en ligne, notamment l'e-mailing, l'achat de mots-clés dans les moteurs de recherche et les publicités dans les réseaux sociaux.

La télévision se révèle extrêmement rassurante

En 2019, nous avons encore élargi nos leviers d'acquisition en investissant les médias traditionnels et plus particulièrement la télévision. Cela a nécessité la création d'une marque forte, facilement mémorisable et source de confiance : Eddy.

Le premier avantage évident de la télévision est que le volume de personnes touchées est très important.

Par ailleurs, en mettant en avant une marque forte, nous pouvons progressivement gagner en notoriété.

De plus, et c'est clé, la télévision se révèle extrêmement rassurante. Pour certains de nos clients, le

recours aux solutions de financement que nous proposons peut être source d'inquiétude. La télévision apporte une réassurance que le web ne permet pas.

Notons enfin que La TV est également un très bon outil *drive to web*, qui se couple bien avec une stratégie digitale efficace (*Retargeting, Display, SEO/SEA Brand...*).

Le rachat de crédit à la télévision : une vision sur le long terme

La TV Programmatique est probablement le prochain support que nous testerons. Nous étudions également la radio qui est un média adapté à la fois à notre cible et à notre marque.

L'objectif est de continuer à utiliser la TV comme un outil à la fois d'acquisition et de notoriété. Cette stratégie ne peut s'envisager que sur le long terme.

Fort d'une expérience de 15 ans dans les services financiers, en conseil (Deloitte) puis en tant qu'investisseur (BlackFin CP), Antoine Druais préside aujourd'hui le Groupe Rouaix.