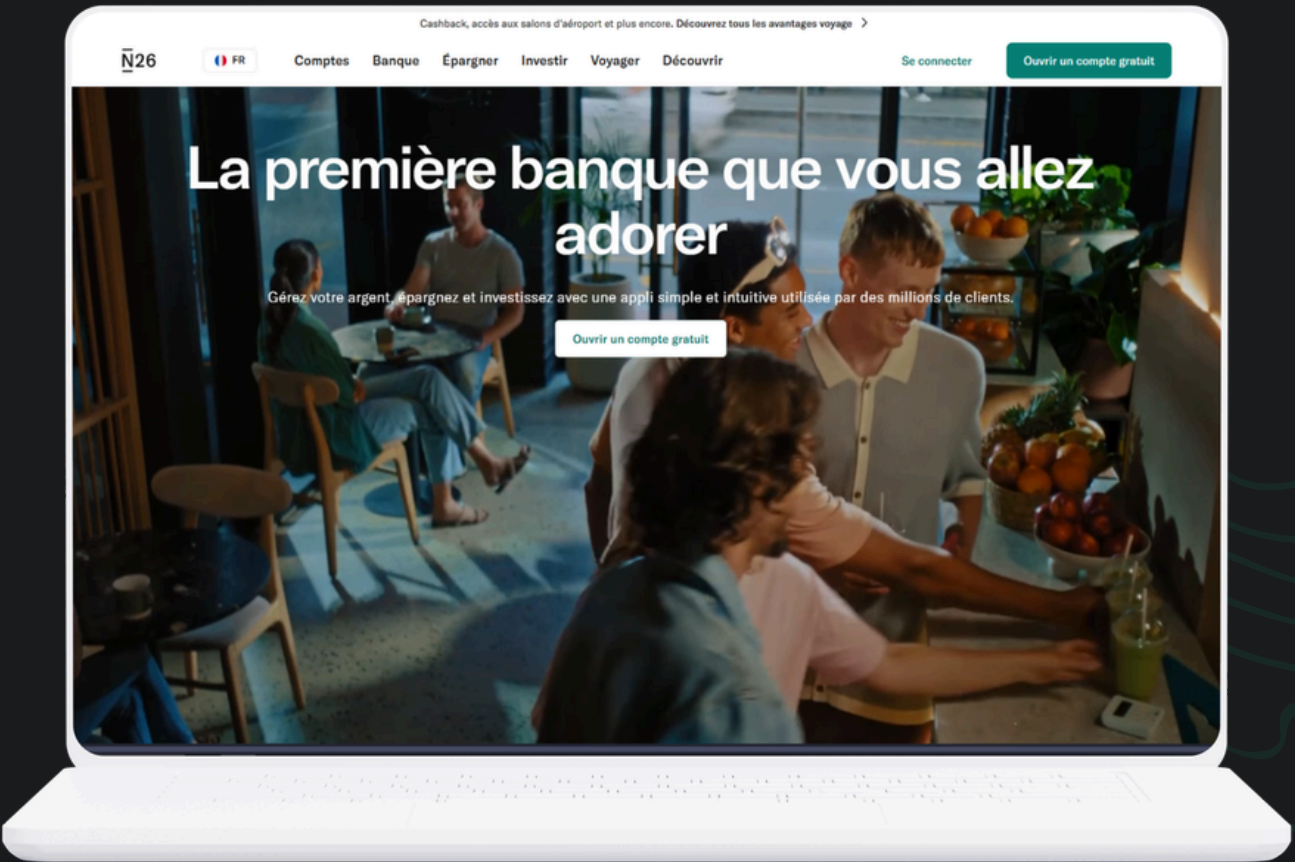
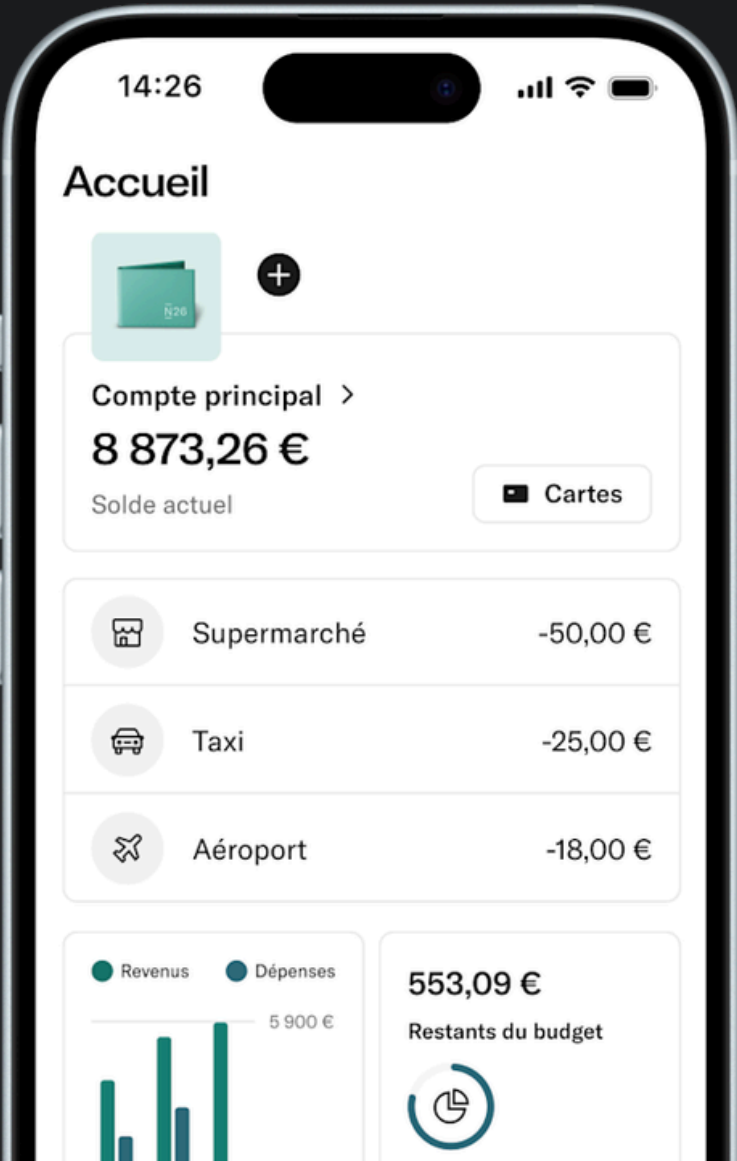


AUDIT COMMUNICATION

N26



ORGANISATION, ACTIVITÉS ET ENVIRONNEMENT

DE LA BANQUE EN LIGNE

CETTE PARTIE ANALYSE LE POSITIONNEMENT DE N26 SUR LE MARCHÉ BANCAIRE NUMÉRIQUE, LA CLARTÉ DE SON MESSAGE, ET LA COHÉRENCE DE SA COMMUNICATION À TRAVERS SES SUPPORTS DIGITAUX.



Promesse de la banque

l'Atout de la banque N26 est son côté **multitâche**, **intuitif**, **rapide** et **principalement digital** qui est d'emblée mis en avant sur leur site internet où figurent parmi les premières phrases :

“

GÉREZ VOTRE ARGENT, ÉPARGNEZ ET INVESTISSEZ AVEC UNE APPLI SIMPLE ET INTUITIVE UTILISÉE PAR DES MILLIONS DE CLIENTS.

”

En effet, N26 est une des banques les plus complètes avec :

- différentes formules adaptées aux clients sur la disposition et les avantages du compte
- des taux d'intérêt lié à la BCE
- achat et la vente d'action sans frais
- des cartes spéciales voyages avec taux de change sans frais

ETC.

Accessibilité du message

SLOGAN :

**“LA PREMIÈRE
BANQUE QUE VOUS
ALLEZ ADORER”**

N26

Le slogan est **court**, 7 mots qui permettent de ressentir tout de suite l'impact recherché, N26 est une banque **simple** sans frais caché qui va droit au but, le slogan est **chaleureux** c'est une banque qui écoute ses clients. De plus, l'accroche est **innovante** se plaçant comme la "première" banque qui s'apprête à changer le ressenti de ses clients

LE MESSAGE EST CLAIR ET COMPRÉHENSIBLE

Positionnement

N26 est une banque :

- **100% digitale**
- **Low-cost**
- **Orienté exp. client**



Principe même de la banque



N26 propose des tarifs différents mais globalement une expérience à petit prix est disponible qui se rapproche des étudiants et jeunes clients



l'Aspect innovant et surtout intuitif d'une banque où toutes les fonctionnalités sont réunies sur une seule application et destiné à améliorer l'expérience client et le côté pratique qui est nécessaire

Clarté des preuves

N26 est-elle une banque ?	>
N26 est-elle sécurisée ?	>
Comment N26 protège-t-elle mon argent et mes données personnelles ?	>
Comment ouvrir un compte N26 ?	>
De quels documents ai-je besoin pour ouvrir un compte bancaire ?	>
Combien coûte l'ouverture d'un compte bancaire ?	>
Combien de temps faut-il pour ouvrir un compte bancaire chez N26 ?	>
Comment obtenir un IBAN français avec mon compte N26 ?	>
Où puis-je trouver mon IBAN français et mon RIB ?	>

PRÉSENCE DES QUESTIONS QUE PEUVENT SE POSER LES CLIENT AVEC DES RÉPONSES CLAIRES ET SOURCÉES POUR DISSIPER TOUT DOUTES

PROFIL REVENDIQUÉ SUR TRUST PILOT AVEC DES AVIS SATISFAISANTS.

PRÉSENCE DE DONNÉES SUR LE NOMBRE DE CLIENT AYANT TÉLÉCHARGÉ L'APPLICATION ET DANS QUELLE PAYS.

DANS UN ONGLET SÉCURITÉ DU SITE ON PEUT PRENDRE CONNAISSANCES D'UN LABEL DE SÉCURITÉ DE N26 : LICENSE ALLEMANDE (BAFIN BCE) ET DE NOMBREUSES MESURES DE SÉCURITÉ

N26

Profil revendiqué

N26

Avis 37841 · 3,7

Banque

Écrire un avis

Visiter le site web

3,7

Moyen

38 k avis

5 étoiles

4 étoiles

3 étoiles

2 étoiles

1 étoile

Comment le TrustScore est-il calculé ?

A répondu à 85 % de ses avis négatifs

Répond généralement dans un délai d'une semaine

Comment cette entreprise utilise Trustpilot

Résumé des avis

Basé sur les avis de l'entreprise, créé avec l'IA

La plupart des évaluateurs étaient plutôt satisfaits de leur expérience globale. Les clients apprécient particulièrement la simplicité et la fluidité de l'application, ainsi que la possibilité de suivre les dépenses en temps réel. Beaucoup soulignent également l'absence de frais cachés et la commodité d'utilisation à l'étranger. La réactivité du service client est un autre point positif souvent me... Voir plus

Sur la base de ces avis

DA

Dam

Il y a 6 jours

4,5

Ma bonne expérience réside la facilité d'utilisation, les comptes d'investissement et pas de frais cachés. Le seul point négatif serait le paiement sans contact et la reconnaissance de la carte qui p...

KA

Karine

23 sept. 2025

4,5

Dernièrement j'ai eu un problème de ressources, Ce qui va me coûter des frais. J'aurais préféré avoir le choix de reporter ou bloquer mes prélèvements. Mais récemment j'ai vu qu'on pouvait enf... Voir plus

MC

M C

17 sept.

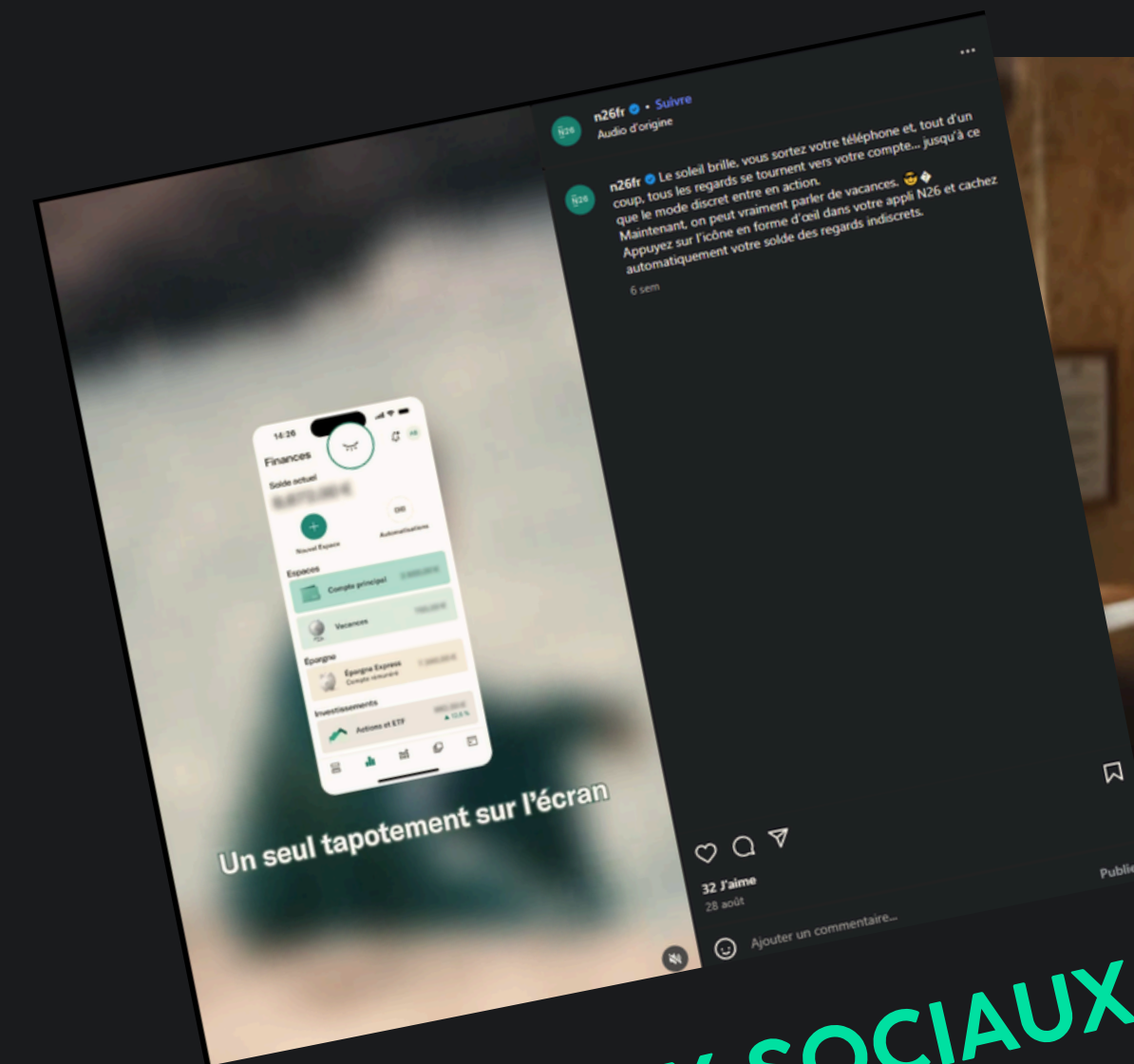
4,5

Je suis très ouvert un compte m... Mais il faut multiplicate fonctionnal...

N26 is the first 100% mobile bank to be granted and operate with a full German banking license from BaFin. That means your money is fully protected — both in your bank account and Instant Savings account — up to €100,000 by the German Deposit Protection Scheme. We currently operate in 24 markets worldwide and have over 8 million customers.

6

Cohérence entre supports



RÉSEAUX SOCIAUX



PUBLICITÉ



AFFICHE

N26 met en avant les mêmes atouts **d'intuition**, de **simplicité** et de **rapidité** avec le même ton **chaleureux** ancré à la vie réelle avec de **vraies situations**, des designs **simplistes** qui les représentent et un style graphique toujours très **chaud** qui rappelle une de leur couleur principale : Wheat (Neutral & Warm)

Respect mentions légales et Conformités réglementaires

N26

FR

Comptes

Banque

Épargner

Investir

Voyager

Découvrir

Se connecter

Mentions légales

Ce site est publié conjointement par N26 SE, N26 Bank SE et N26 Bank SE, Succursale France.

N26 SE

Voltairestraße 8, 10179 Berlin, Allemagne

Registre du commerce et des sociétés: Amtsgericht Charlottenburg - HRB 271693 B

No TVA: DE290735643

Capital social : 147 358,00€

Comité exécutif: Marcus W. Mosen (Co-Président), Maximilian Tayenthal (Co-Président), Arnd Schwierholz

Conseil de surveillance: Peter Kleinschmidt (Président), Jörg Gerbig (Suppléant), Deborah Carlson-Burkart

Imprint@n26.com

[Internet-Chat](#)

Fax: +49 (0) 30 364285082

What3Words Address: [///mascot.trap.weep](#)

N26 Bank SE

Voltairestraße 8, 10179 Berlin, Allemagne

Registre du commerce et des sociétés: Amtsgericht Charlottenburg - HRB 271697 B

No TVA: DE305957096

Capital social : 120 000 €

Comité exécutif: Maximilian Tayenthal, Arnd Schwierholz

Conseil de surveillance : Peter Kleinschmidt (Président), Deborah Carlson-Burkart (Suppléant)

Présence des mentions légales sur le site et réglementaire avec :

- 1.le nom/raison sociale
- 2.l'adresse
- 3.mentions de conformité RGPD

8

Territoires couverts

Le site N26 fournit les informations des pays dans lesquelles la banque agi :

“

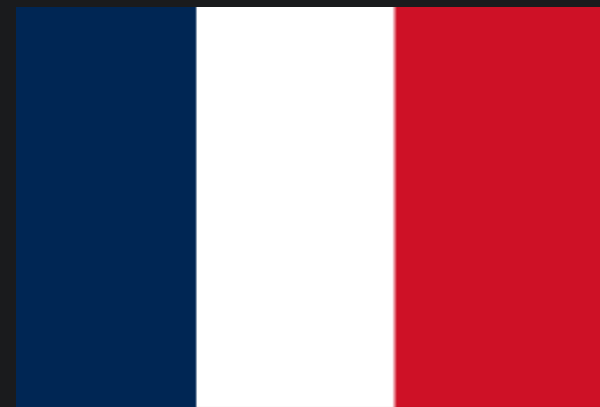
N26 BANK PERMET L'OUVERTURE DE COMPTES N26 DANS LES PAYS SUIVANTS : ALLEMAGNE, AUTRICHE, BELGIQUE, DANEMARK, ESPAGNE, ESTONIE, FINLANDE, FRANCE (NON DISPONIBLE POUR LES RÉSIDENTS DES DOM / TOM), GRÈCE, IRLANDE, ISLANDE, ITALIE, LETTONIE, LICHENSTEIN, LITUANIE, LUXEMBOURG, NORVÈGE, PAYS-BAS, POLOGNE, PORTUGAL, SLOVAQUIE, SLOVÉNIE, SUISSE, SUÈDE.

”

Les pays dans lesquelles elle est le plus présente sont :



1.



2.



3.

étant le pays d'origine de la banque la majeure partie des comptes N26 sont capitalisés en Allemagne

N26

Concurrents locaux

N26

Parmi les néobanques semblables à N26 qui font concurrences à la banque on retrouve :



Banque en ligne française classique, avec comptes courants, épargne, crédit et assurance.



Revolut

Néobanque britannique, très orientée sur les paiements internationaux et les changes.



Qonto

Néobanque française pour professionnels et entreprises.

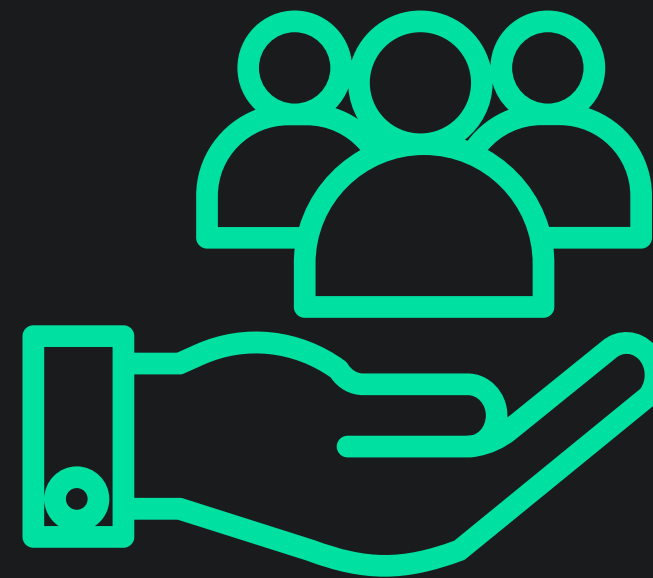
ETC.

Enjeux réputationnel

Protection des **comptes bancaires**
impératifs pour une banque **100% digitale**



Site internet à la pointe de la
technologie



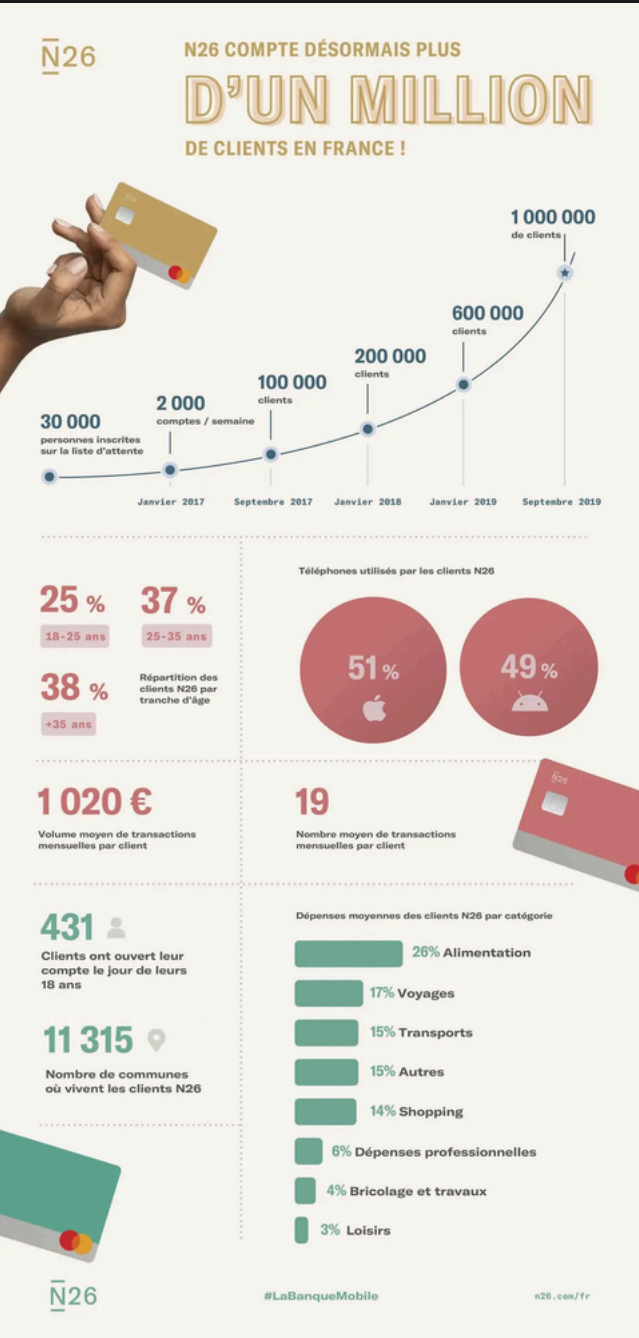
expérience client en **constante**
amélioration afin d'éviter tout
mécontentement

Positionnement sur le marché

CA

PARALLÈLEMENT À CETTE CROISSANCE TRÈS DYNAMIQUE, N26 VOIT SES REVENUS CROÎTRE DE 40 % EN 2024, POUR ATTEINDRE 440 M€.

N26.com



Sur le plan **notoriété** N26 à connu une évolution **exponentielle** jusqu'en 2021 passant de **2000** clients en janvier 2017 à **2 M** en juin 2021. aucune info plus récente n'est sortie pour l'instant

francetransaction.com

PRÉSENTATION DE LA CIBLE

BANQUE EN LIGNE

CETTE PARTIE ANALYSE LA CIBLE DE LA BANQUE N26 À TRAVERS LEURS OBJECTIFS MARKETING AINSI QUE LES SEGMENTS VISÉS DURANT LEUR CAMPAGNE



Segments visés

Gen Z (15 -30 ans)

Ces groupes sont au cœur de la stratégie marketing de N26. La campagne mondiale "This is how I bank" a été conçue pour résonner avec ces générations, mettant en avant la simplicité, la transparence et la flexibilité de la banque mobile

Technophile, Nomade numérique

N26 attire les individus adeptes des technologies mobiles, recherchant une gestion financière moderne et pratique. Les outils tels que les notifications en temps réel, les outils de budgétisation et les transferts internationaux sont des éléments clés qui séduisent ce public

Étudiants et jeunes professionnels

Aux États-Unis, N26 a lancé une campagne ciblant les étudiants et les jeunes professionnels, mettant en avant des fonctionnalités telles que la transparence des paiements salariaux et une interface utilisateur moderne

Objectifs marketing

Notoriété

Vidéos courtes

Ouvrez un compte N26 Standard

0:23

Ouvrir un compte bancaire gratuit n'a...

Facebook · N26

Gérez votre argent, épargnez et investissez avec une application simple et intuitive

0:13

On répond à toutes vos attentes en...

Facebook · N26

en quelques minutes sur mon téléphone

0:29

Faites vos valises et n'oubliez pas votre...

Facebook · N26

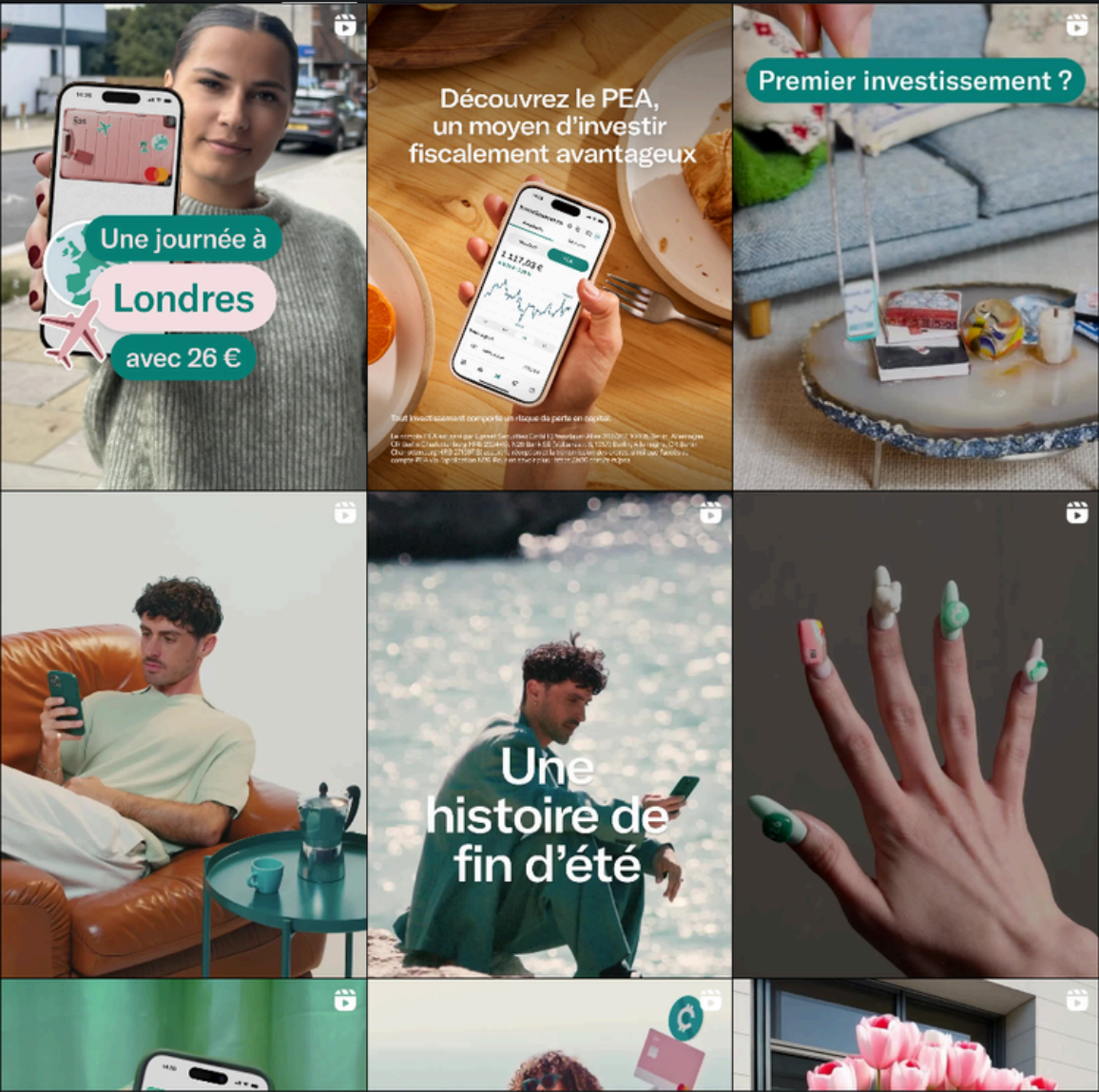
Gérez votre compte N26 quelques minutes

0:12

Gérez votre argent où que vous soyez : - U...

Facebook · N26

Nombreuses campagnes de pubs sur META et Instagram, leur présence sur Youtube est très mauvaise avec une activité remontant à 2 ans



N26 cumule actuellement 30k d'abonnés sur Instagram ce qui est très peu (130k compte général) en revanche sur META le compte possède 300k un résultat plus que convenable pour une banque. Leur notoriété est très digitalisée là où ils font le plus de pub et ont le plus d'activité

Instagram

Objectifs marketing

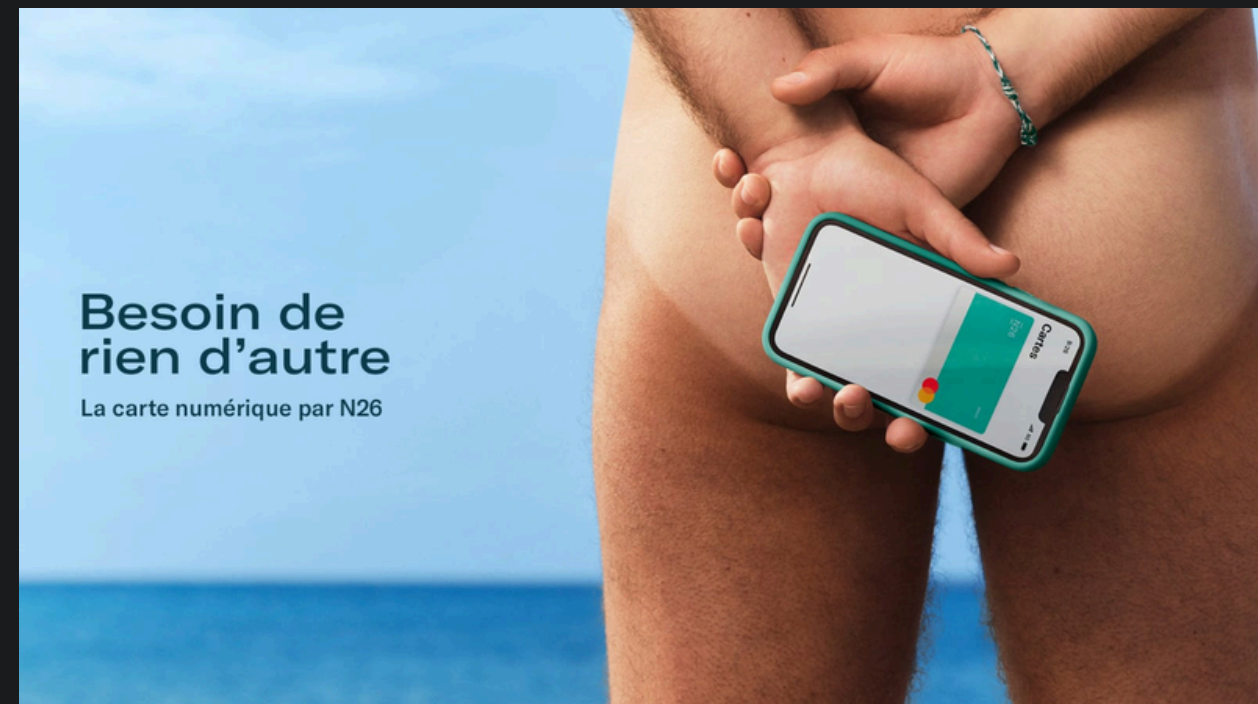
Considération

N26 fais en sorte de paraître comme une évidence lorsqu'un prospect souhaite **créer une banque** en mettant en avant la **simplicité** de créer un compte, la **versatilité** des options consultables en **coup de vent** et de manière **très intuitive**

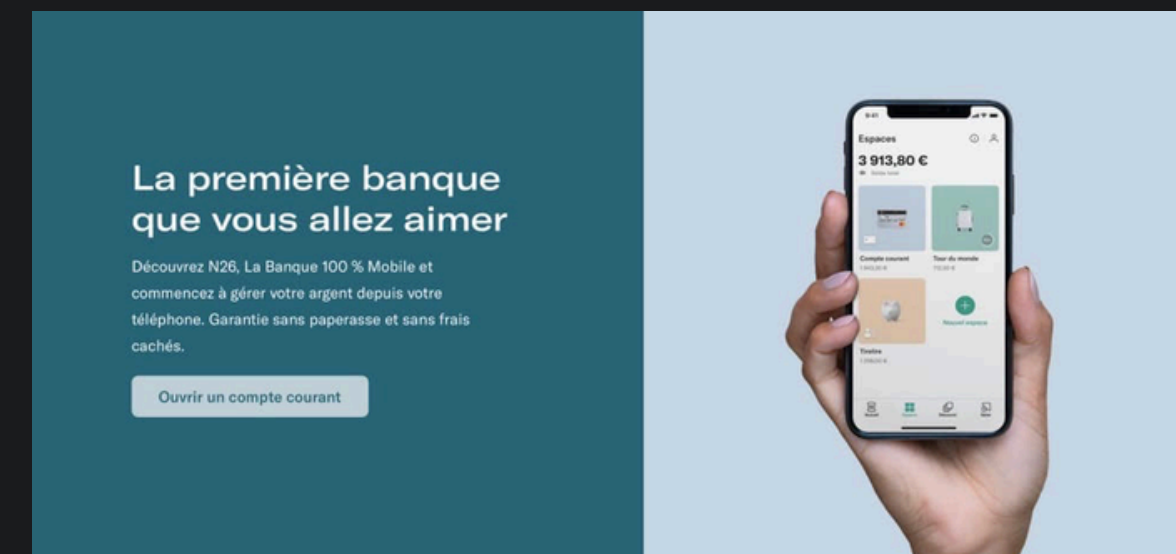
Versatilité



Simplicité



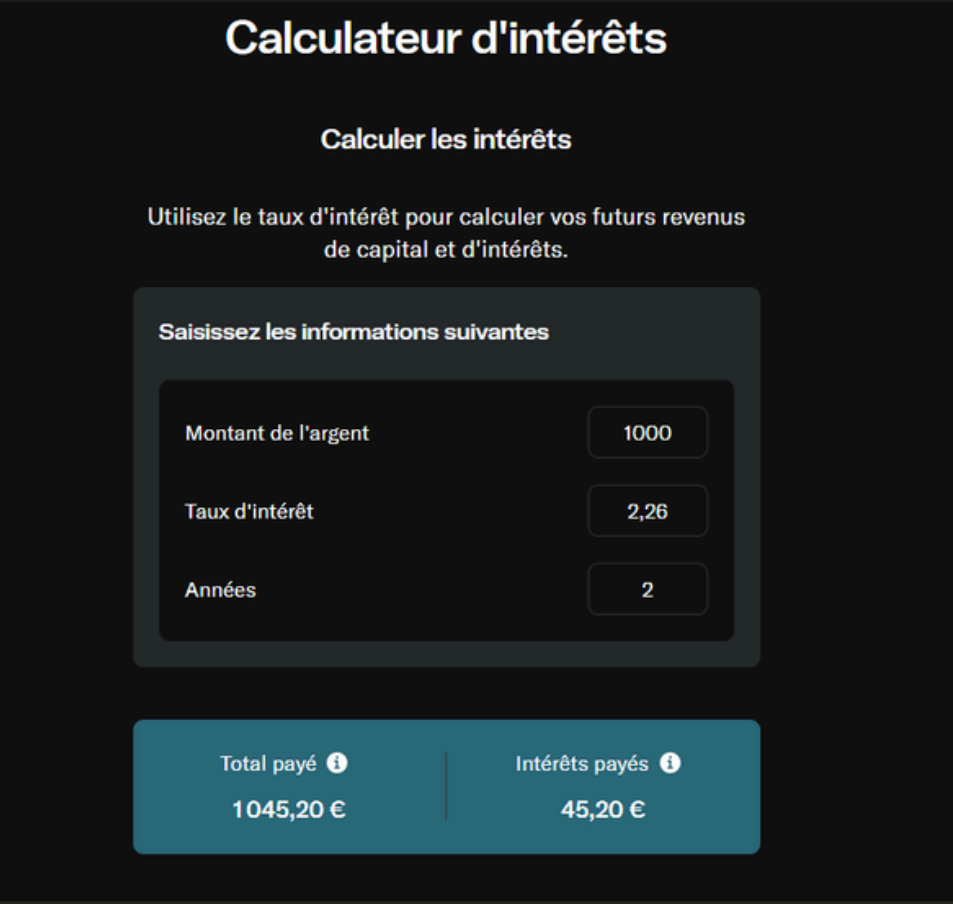
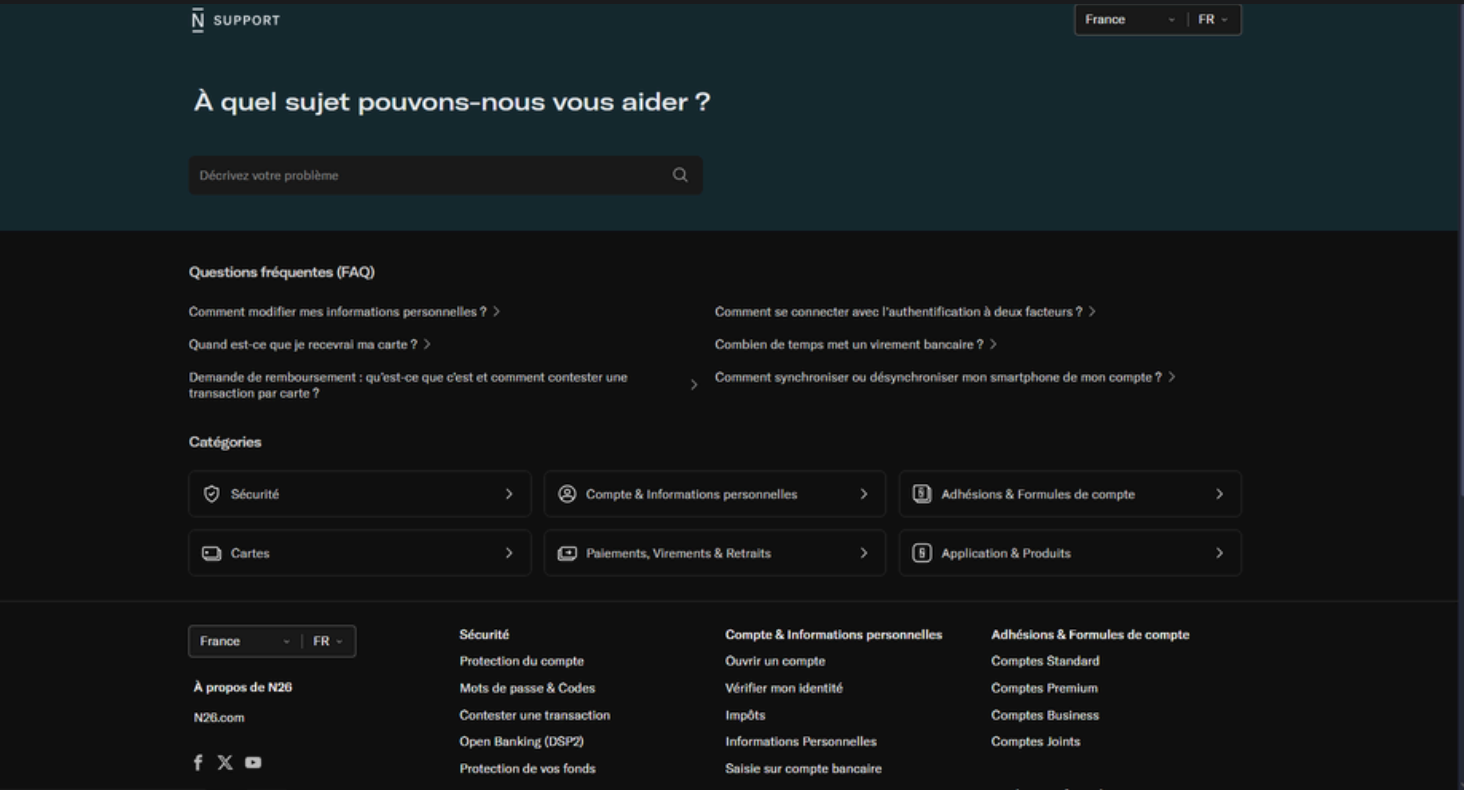
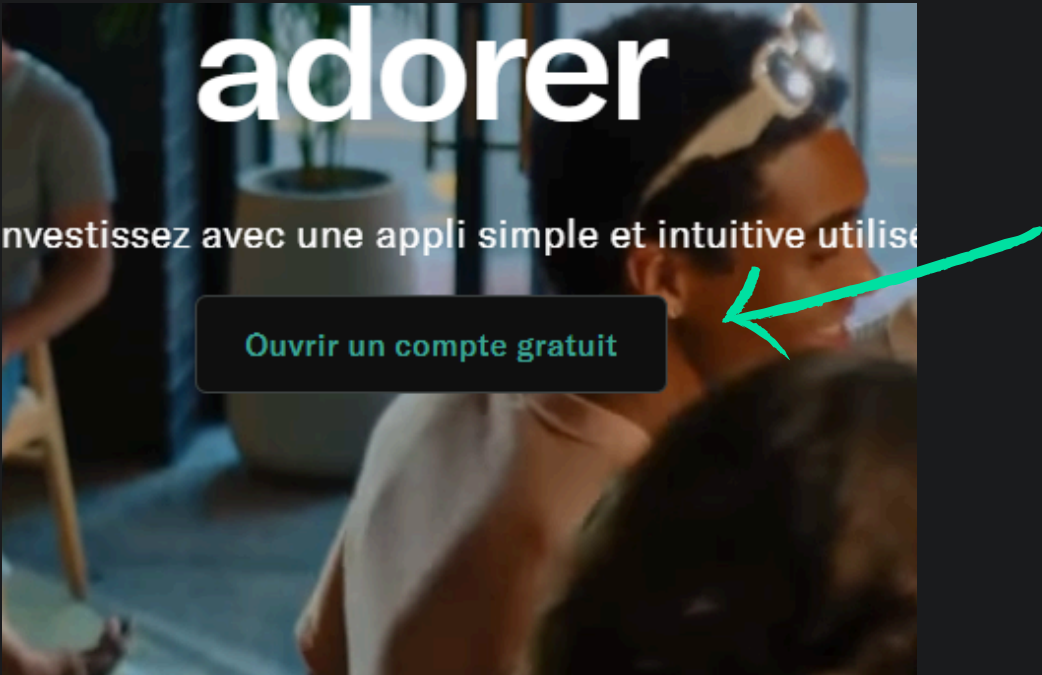
Intuitivité



Objectifs marketing

Génération leads

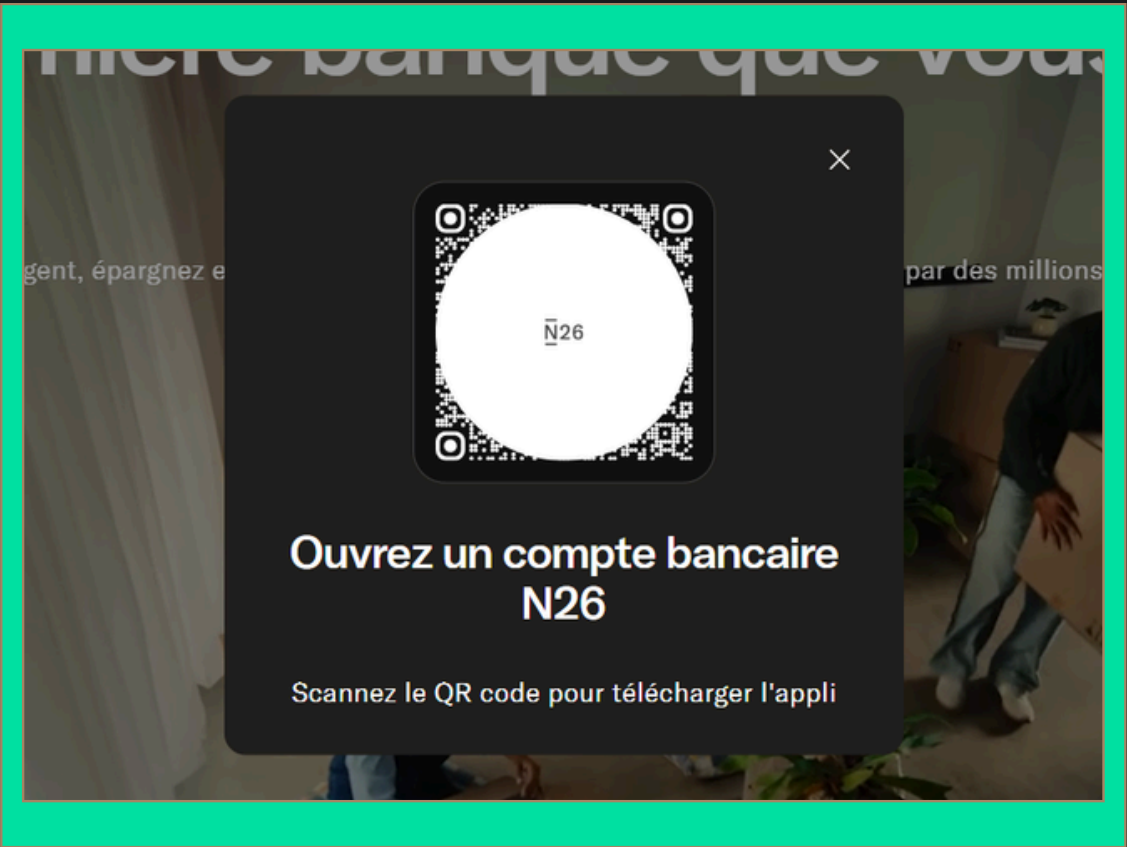
- La génération de lead par N26 se fait par trois moyens différents :
- landing page et CTA
 - Prise de contact (centre d'aide pour avoir plus d'info)
 - simulation des fonctionnalités avant de s'engager



Objectifs marketing

Conversion

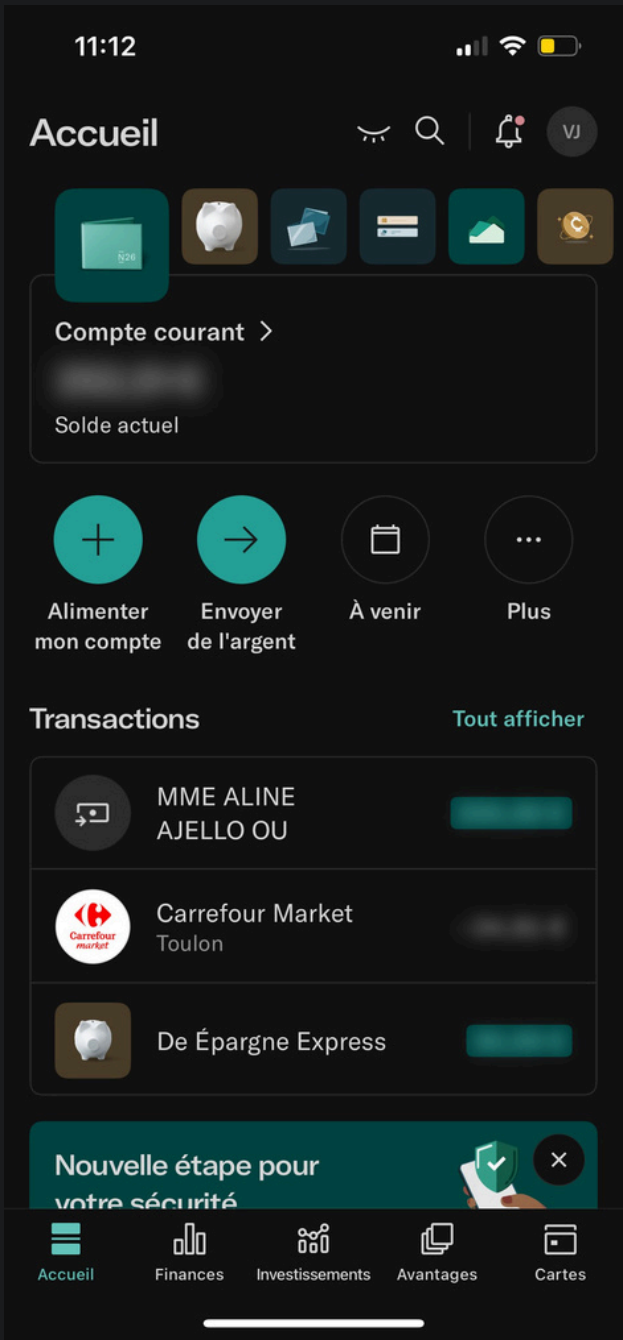
La transformation de **lead** en **client réel** se fait grâce :



1 Au **QR code** pour créer un compte sur mobile

2

Au premier dépôt **nécessaire** pour pouvoir utiliser la carte sur le compte



3

l'Adhésion à certaines fonctionnalités ne peut se faire que lorsqu'on est **client standard** minimum de la banque (compte metal par exemple)

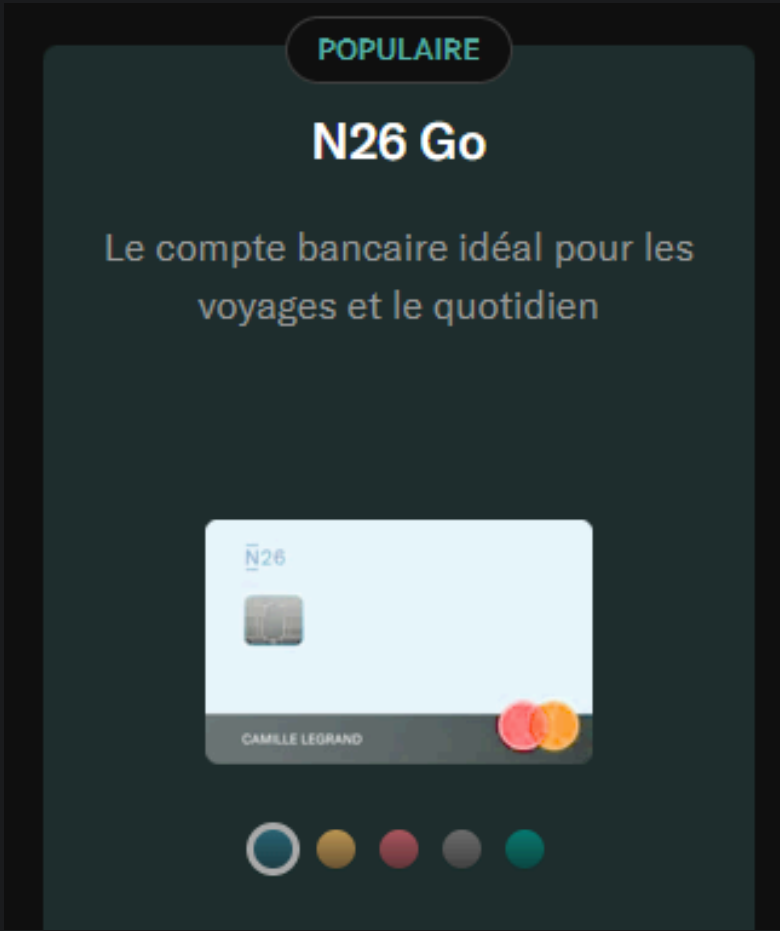


Objectifs marketing

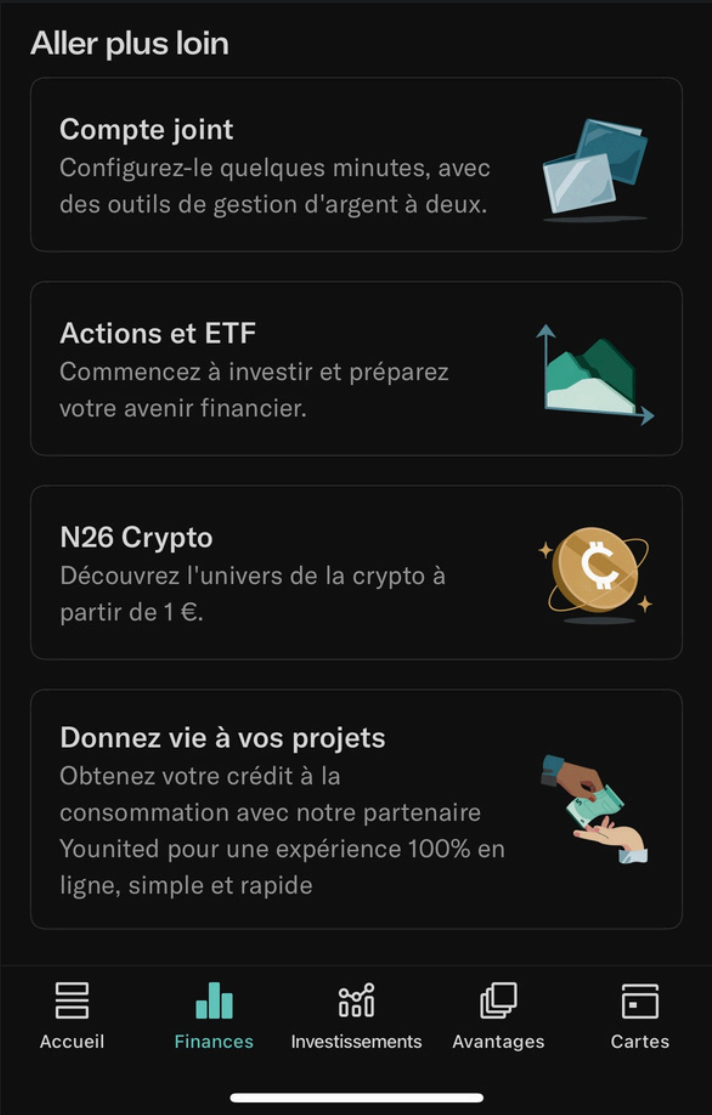
Fidélisation Cross/Sell

Compte N26 You
remplacé par Go
néanmoins toujours
une option
cross/sell

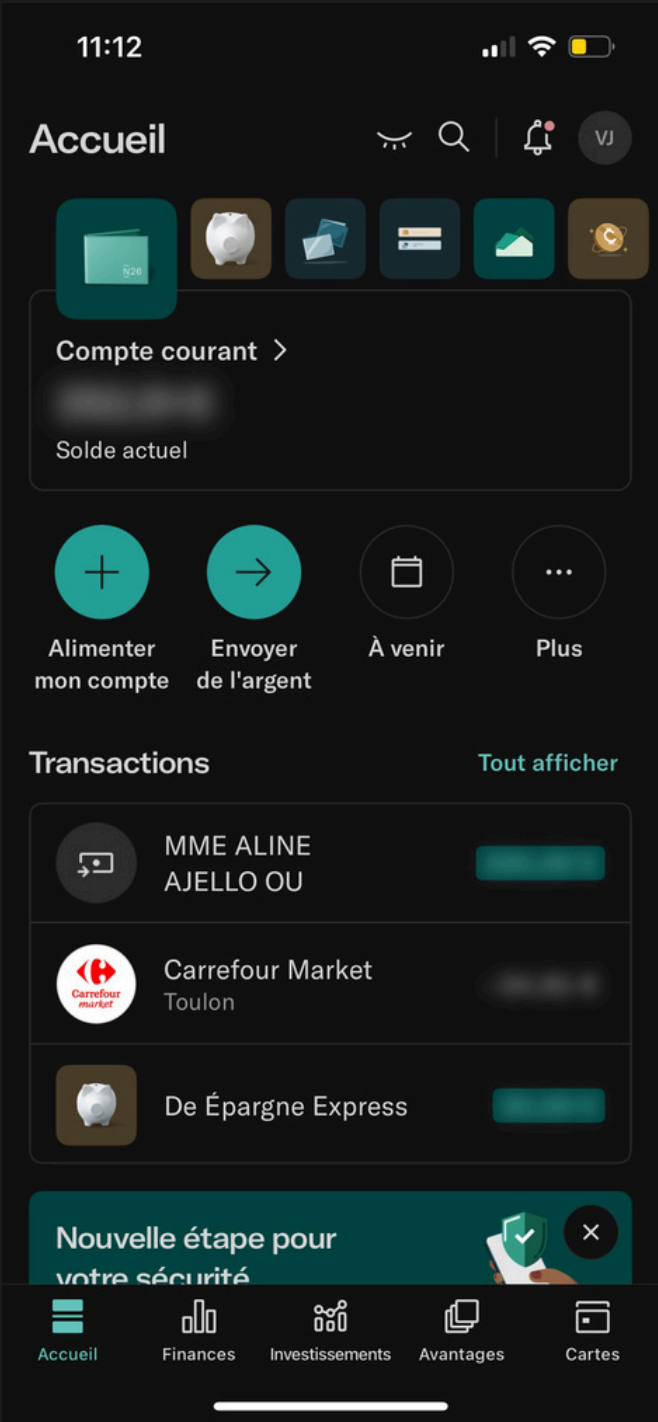
Comme vu précédemment le compte metal ou you de N26 permet de fidéliser les clients qui souhaite passer à l'étape supérieur



Présence d'option in-app incitant le client à poursuivre ses achats et engagement envers la banque



Ou encore la création gratuite de nouveaux comptes bancaires à utilité spécifique pour augmenté la fidélité cliente



AFFICHAGE URBAIN

- EMPLACEMENT DES AFFICHES (CAMPUS, CENTRES-VILLES, PROXIMITÉ AGENCES).
- LISIBILITÉ À DISTANCE (TAILLE POLICE, CONTRASTE, NOMBRE DE MOTS).
- EST-CE QU'IL Y A UNE IMAGE FORTE QUI ATTIRE L'ŒIL ?
- SIMPLICITÉ ET IMPACT VISUEL (LECTURE EN MOINS DE 3 SECONDES).
- PRÉSENCE ET EFFICACITÉ DES QR CODES OU CTA.
- ADAPTATION DU MESSAGE SELON LA LOCALISATION.
- RESPECT DES RÈGLES LOCALES (LUMINANCE, SÉCURITÉ, DURÉE DES ANIMATIONS).

Emplacement des affiches



Gares

Certaines des affiches publicitaires de N26 sont affichées dans des **gares ferroviaires** lieu de passage où les gens sont amenés à attendre et regarder autour d'eux



Métro

De même que pour la gare, le **métro** est fréquenté par beaucoup de monde qui observent les alentours



Bâtiment

Les affiches sur des **bâtiments** sont extrêmement efficaces elle jouissent d'une **exposition très grande** dans la rue de plus la taille de cette affiche située à **Marseille** est particulièrement grande

Lisibilité à distance



La lisibilité à distance des affiches publicitaires est **bonne** en particulier pour l'affiche de Marseille. Sur les affiche plus classique le **design est simpliste** donc facilement compréhensible et la **phrase mise en valeurs est très grosse** cependant il faut s'approcher pour lire les **sous-titre**



Image forte ?

L'image est forte à n'en pas douter étant donné que le design simpliste ne laisse place qu'à un seul élément sur l'affiche entière

En revanche l'affiche n'attire pas l'œil, le design avec un fond blanc n'est déjà pas très visible en plus l'image n'est pas composée de couleur qui attire l'œil bien vives



Palette de
couleurs



Impact visuel

simplicité

La simplicité est un des mots d'ordre du design de N26 dans cette affiche publicitaire on le trouve très bien à travers seulement un texte le logo et une image

Impact visuel

L'impact visuel est mauvais pas très tape à l'oeil cependant la lecture se fait très rapidement grâce au design



Palette de couleurs



présence QR code et CTA



Analyse affiche

QR code

Sur aucune des campagnes de pub en affichage urbain on ne peut observer de QR code ce qui augmenterait grandement la simplicité des démarches

CTA

Les call to action eux-aussi sont assez mauvais on peut le voir sur l'affichage ci-contre juste une image branché et un slogan, le site en tout petit la démarche n'est pas du tout simplifiée et incite le prospect à être curieux

Adaptation du message

En France, l'affiche publicitaire est ici représentée par la tour Eiffel, le Louvre et des bâtiments typiques de l'architecture française. Le nom de la campagne était **bleu blanc RIB**

Lors de la **pride de Madrid** en Espagne, N26 a proposé une campagne de pub adaptée au **contexte actuelle et à la localisation**

Cette campagne Allemande mettait en scène des **situations quotidiennes de gestion bancaire**, illustrant la simplicité et la flexibilité offertes par N26. Le message visait à démontrer comment N26 **s'intègre** dans le mode de vie moderne des Allemands



Respect des règles locales

Espagne

France

Allemagne

Lumière

Les écrans numériques utilisés lors de la Pride de Madrid sont conformes aux réglementations locales sur la pollution lumineuse.

Les affichages DOOH (Digital Out Of Home) à Marseille et Paris respectent les normes françaises de luminance, qui varient selon l'emplacement et l'heure de la journée

Les affichages numériques en Allemagne respectent les normes strictes de luminance, notamment la norme DIN 67530, qui régle la luminance des écrans en fonction de l'heure et de l'emplacement pour éviter la pollution lumineuse.

Sécurité

Les installations sont réalisées en collaboration avec des régies publicitaires locales, assurant le respect des normes de sécurité pour les installations en milieu urbain.

Les installations sont conformes aux normes de sécurité en vigueur, notamment les réglementations sur l'installation des supports publicitaires en milieu urbain

Les installations sont conformes aux réglementations allemandes sur la sécurité des installations publicitaires, assurant une fixation sécurisée des panneaux et une visibilité optimale sans risque pour les piétons ou les conducteurs.

Durée des animations

Les animations sont conçues pour être captivantes tout en respectant les normes locales de sécurité routière, avec des transitions douces et une durée adaptée pour ne pas distraire les conducteurs.

Les animations sur les écrans numériques sont conçues pour ne pas distraire les conducteurs, conformément aux recommandations de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) et aux normes de sécurité routière.

Les animations sont conçues pour être courtes et non distrayantes, conformément aux recommandations de la Bundesanstalt für Straßenwesen (BASt)

PUBLICITÉ ONLINE (DISPLAY & WEB)

- EST-CE QU'ON VOIT BIEN QUI PARLE (LOGO DE LA BANQUE) ?
- FORMATS UTILISÉS (BANNIÈRES, INTERSTITIELS, VIDÉOS, NATIVES).
- LISIBILITÉ ET HIÉRARCHIE DES INFORMATIONS.
- LE BOUTON OU LE LIEN DONNE-T-IL ENVIE DE CLIQUER ?
- EST-CE QU'IL Y A DES CHIFFRES CLAIRS (PRIX, RÉDUCTION, BONUS) ?
- COHÉRENCE ENTRE MESSAGE PUBLICITAIRE ET LANDING PAGE (PAGE D'ATERRISAGE)
- A-T-ON DES KPI RÉCUPÉRABLES ?

Qui parle ?

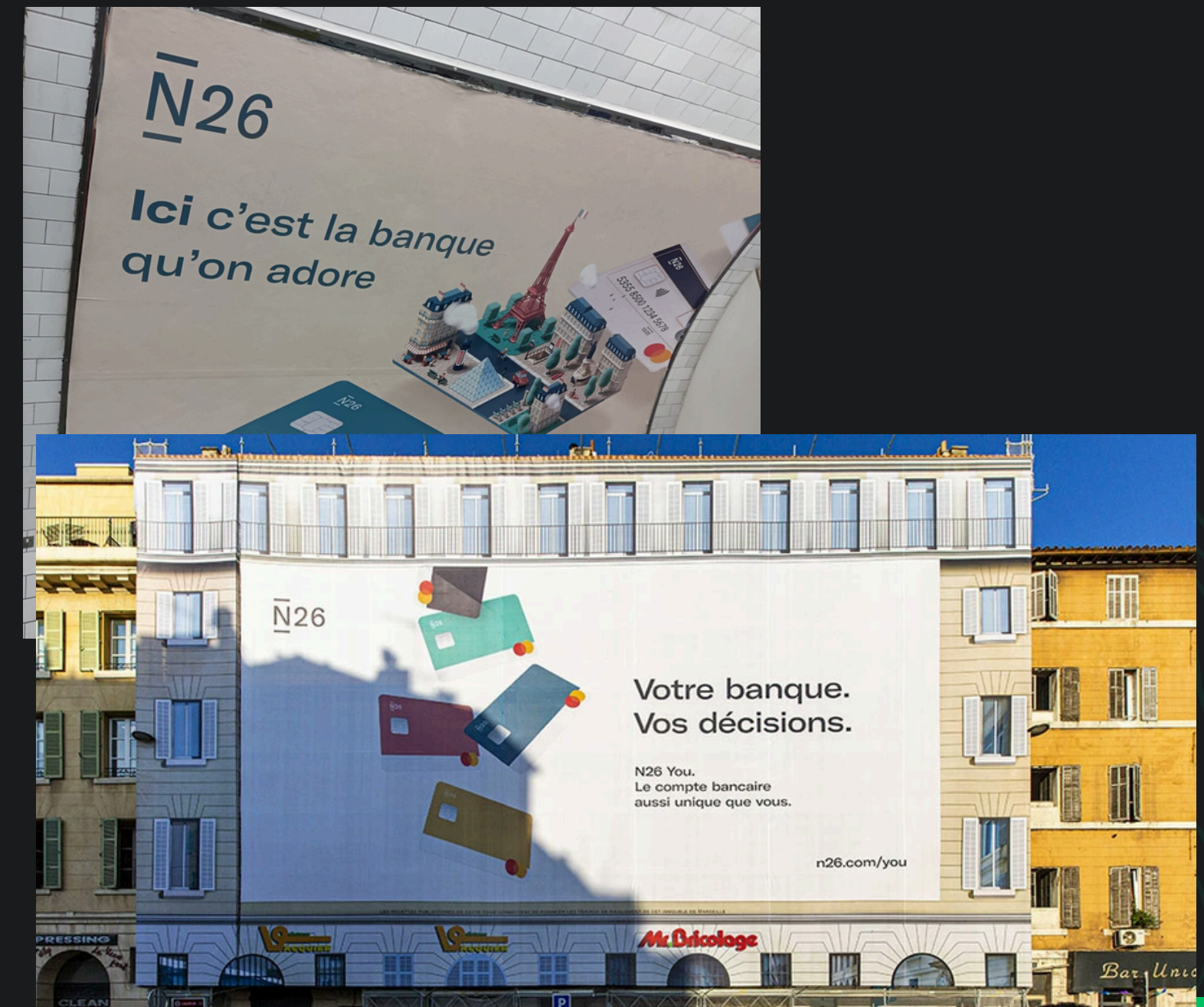
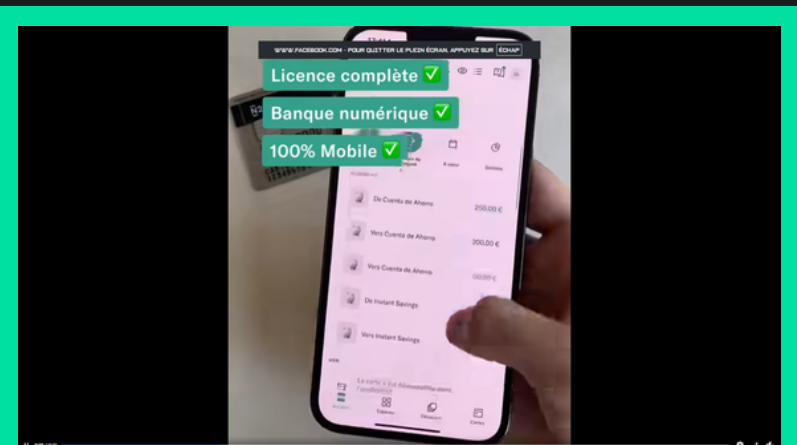


Si ça avait été une pub, je te dirais que oui, avec N26

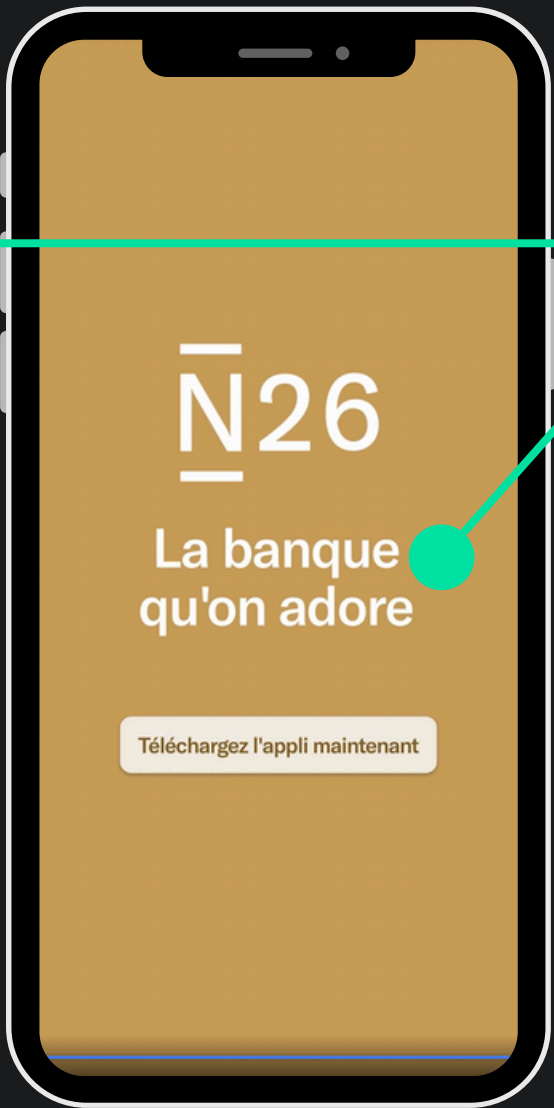
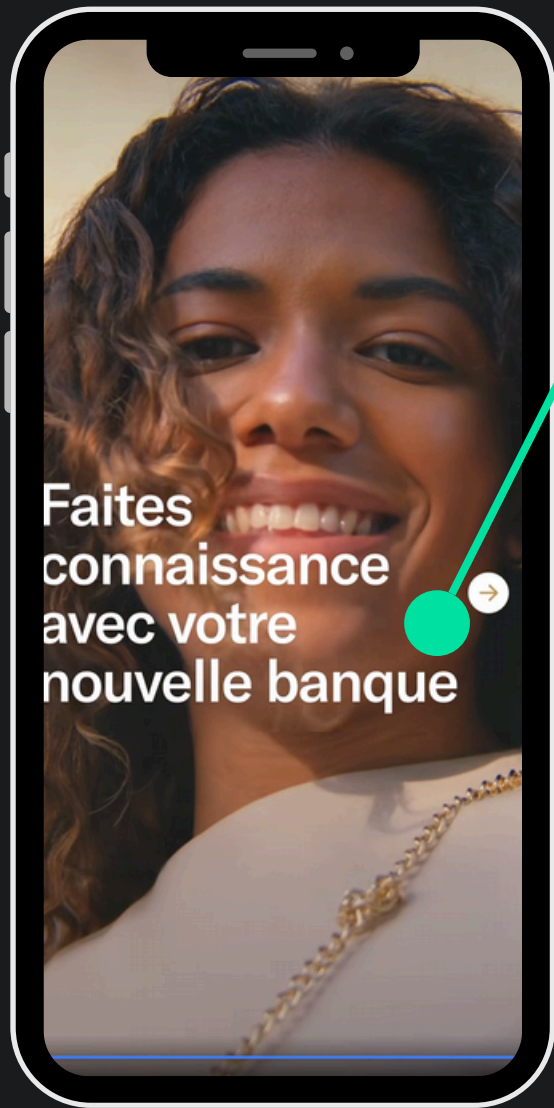
Sur cette publicité publiée sur le compte META de N26, voir de prime abord que cette publicité vient d'N26 n'est **pas évident** puisque que le logo en haut à droite est **transparent** et se retrouve même sous certain angle, sur un fond de même couleur qui le **cache complètement**. Savoir que c'est une Pub N26 est donc **relativement compliqué**

Formats utilisés

Le format utilisé est **principalement vidéo**, même si quelques **affiches** font leur apparitions dans certaines villes N26 **préserve son côté digital** en se focalisant sur ce type de **communication**

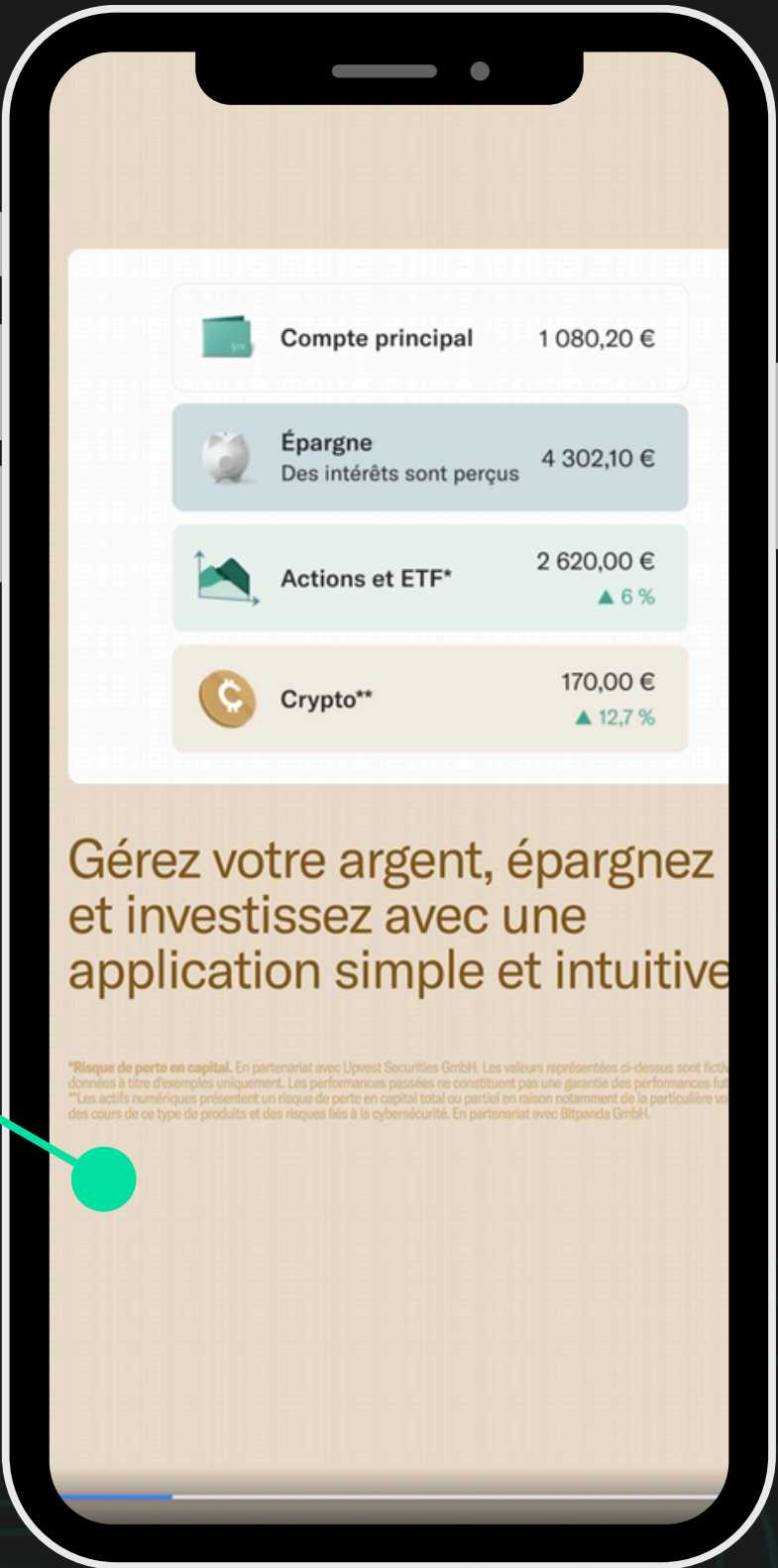


Lisibilité et Hiérarchie



La lisibilité est **correcte**, les infos importantes sont écrite en gras en assez gros **sans faire d'ombre à l'image** ou aux éléments visuels

La **hiérarchie est propre** entre information peu importante pour la pub en très petit et primordiale en plus grand



Lien efficace ?

Vidéo



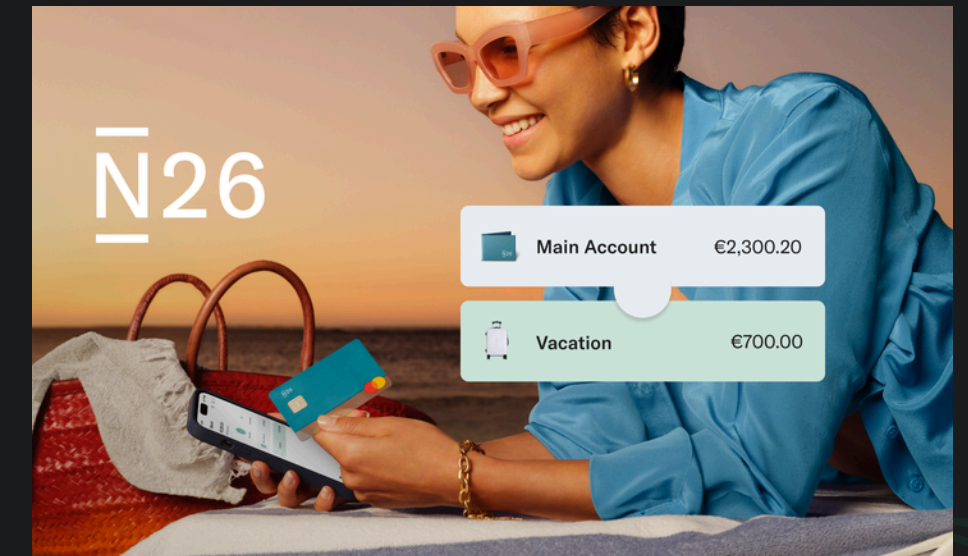
Le CTA donne envie, en particulier grâce à la charte graphique agréable à l'oeil et les ombres portées derrière le bouton qui donne envie d'appuyer

Mise en scène



Aucun CTA au début comme à la fin, communication sur l'existence de la banque sans plus

Affiche web

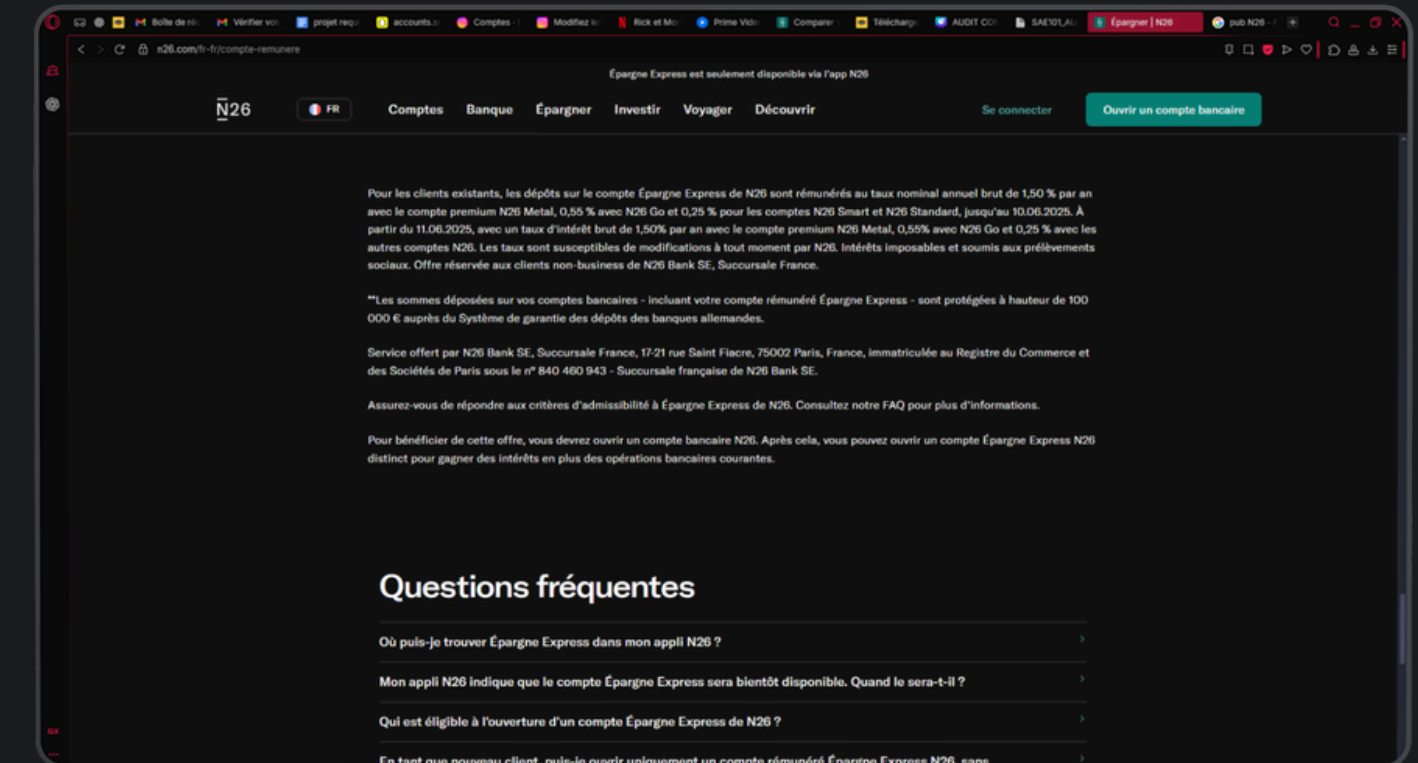


Aucun CTA accent sur l'aspect intuitif et simple des virements d'argent entre compte

Chiffres clairs



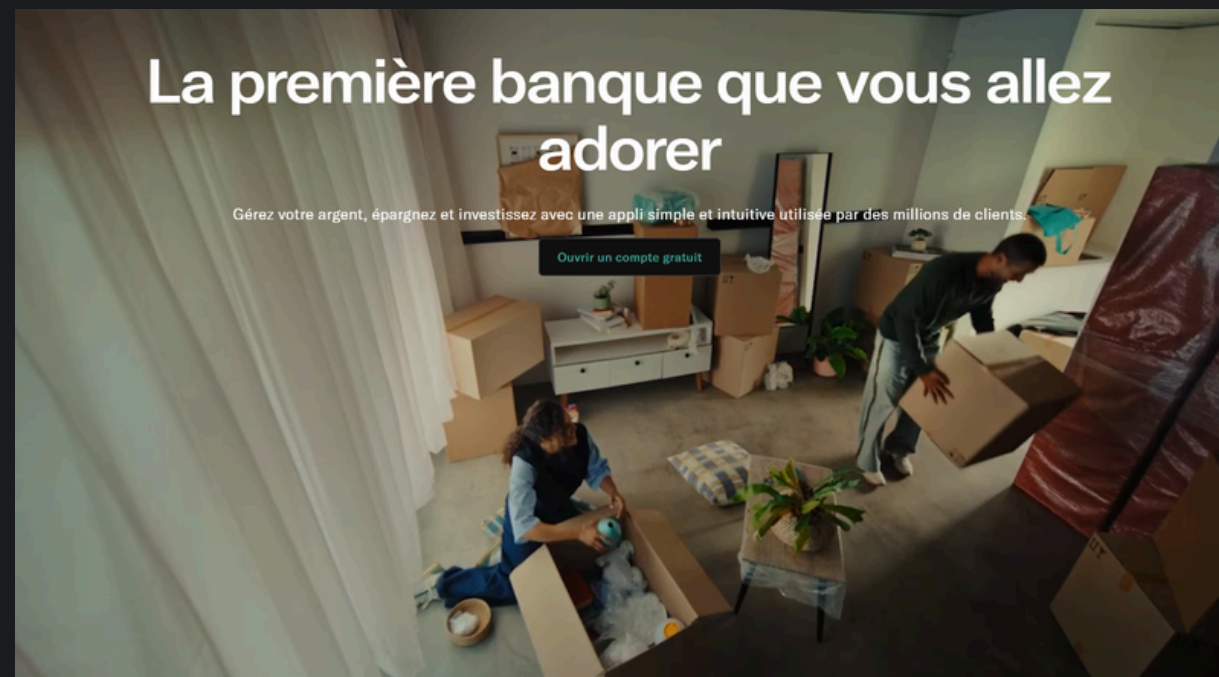
Les publicités de N26 ne mentionnent jamais de chiffres précis. La marque préfère mettre en avant la simplicité d'utilisation, la modernité de son application et la liberté qu'elle offre à ses utilisateurs. Elle mise davantage sur une image de transparence et de confiance plutôt que sur des données chiffrées comme les taux, les montants ou les économies réalisées



Les chiffres et données concrètes sont réservées à la version web de N26 faite pour les clients souhaitant en savoir plus

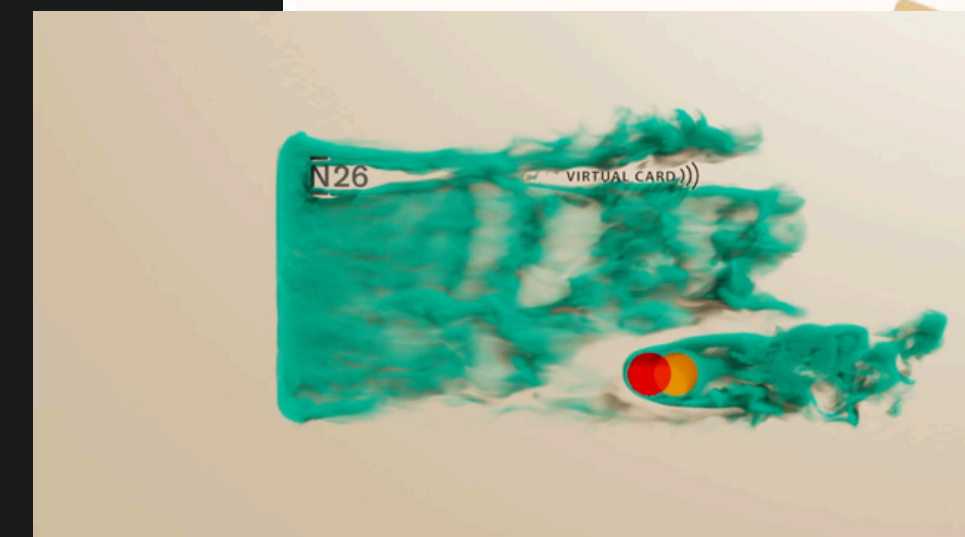
Cohérence message

Landing page



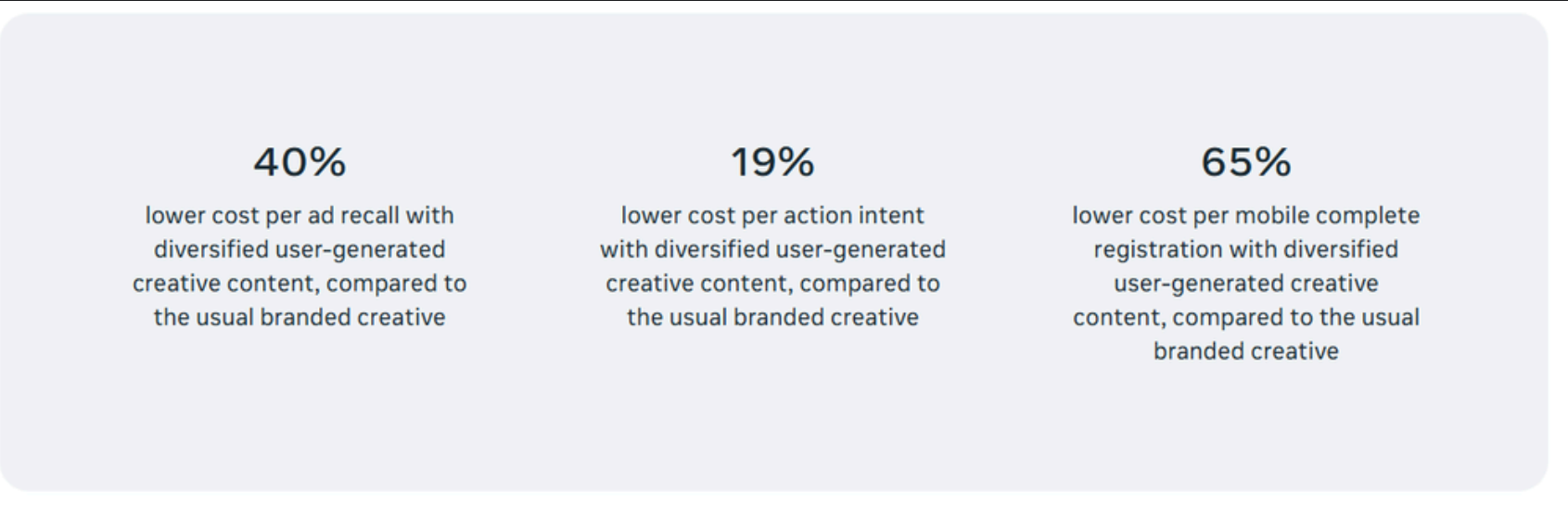
Il existe une véritable cohérence entre les publicités N26 et leur landing page. On retrouve la même identité graphique épurée et moderne, ainsi qu'un ton chaleureux et rassurant. Le message est aligné : N26 met en avant les mêmes atouts à chaque point de contact — l'intuitivité, la simplicité et la modernité de son application. Cette cohérence renforce la crédibilité de la marque et facilite la compréhension de son positionnement.

Message publicitaire



KPI récupérable

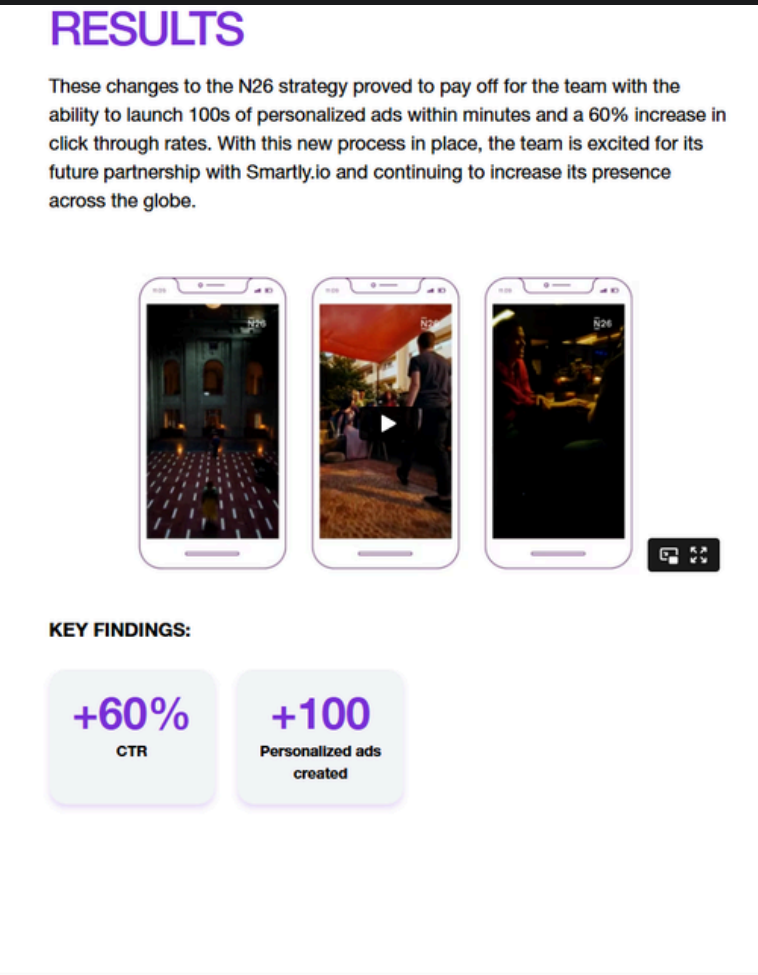
Facebook ads manager



Les KPI sont récupérables notamment sur Meta l'endroit où la plupart des annonces N26 sont diffusé, on à accès aux chiffres relatif aux pubs (taux de mémorisation etc.)

Smartly.io

Sur le site smartly.io aussi il est possible de récupérer des informations relatives aux taux de clic et à l'originalité des annonces



PUBLICITÉ OFFLINE

- PRÉSENCE DE PUBLICITÉ À LA TV ? A LA RADIO ? .
- SUR QUELLE CHAÎNE ? QUEL CANAL ? PENDANT QUELLE ÉMISSION ?
- SPONSORISATION (SPORTIVE ?)
- DURÉE
- RÉCURRENCE .
- HEURE DE DIFFUSION

Présence de publicité



Il y a bien eu des publicités télévisées de N26 cependant aucun n'a eu lieu en France ces dernières ont principalement pris place en Allemagne. Les chaînes qui ont diffusé ces annonces étaient :

- ProSieben
- RTL
- Welt

De même pour les publicités à la radio une campagne a eu lieu en Allemagne sous le nom de RadioWerbung



Durée :

La durée dans la pub ci-dessus était de 20 secondes et globalement les temps tournaient autour de cette fourchette

Récurrence :

Par manque d'information, les publicités devaient être diffusées vers :

- Prime time (20h00 - 22h00)
- Access prime time (17h00 - 20h00)
- Week-ends

heures auxquelles l'audience allemande est la plus forte en 2017 seulement

Sponsorisation

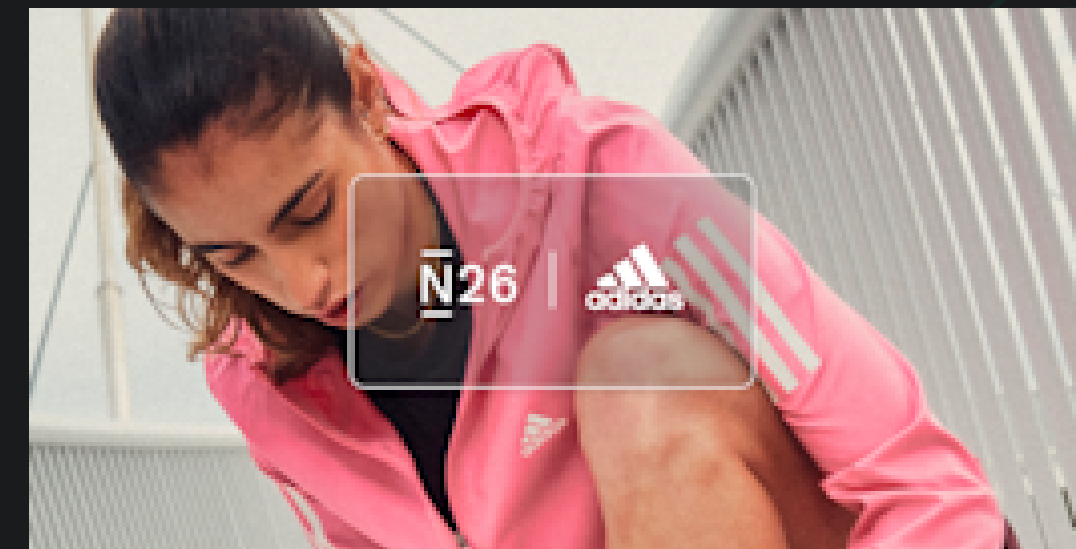
DOMAINE SPORTIF

N26 a établi un partenariat avec le club de football autrichien Rapid Vienne. Ce partenariat offrait aux clients de N26 des réductions sur les billets de stade et des avantages exclusifs, tels que des remises sur les achats au fan shop par exemple



DOMAINE SPORTIF

N26 a également formé des partenariats avec des marques telles que adidas et Booking.com. Ces collaborations permettaient aux clients de bénéficier d'avantages exclusifs, comme des réductions sur les produits adidas et des offres spéciales lors de la réservation d'hébergements via Booking.com.



RÉSEAUX SOCIAUX

- PLATEFORMES UTILISÉES (META, TIKTOK, X, LINKEDIN...).
- FORMATS ADAPTÉS (CARROUSEL, REELS/STORIES, VIDÉOS COURTES, POSTS STATIQUES).
- MARKETING D'INFLUENCE ? SI OUI AVEC QUELS INFLUENCEURS ?
- EST-CE QUE LE TON CORRESPOND À LA CIBLE (EX. JEUNE, PROFESSIONNEL, RASSURANT) ?
- QUALITÉ DES ACCROCHES, EST-CE QU'ON VOIT CLAIREMENT CE QUE LA BANQUE PROPOSE ET COMMENT AGIR ? (TEXTE, VISUEL, CTA DANS LES 2 PREMIÈRES SECONDES).
- PRÉSENCE DE SOUS-TITRES ET D'ÉLÉMENTS D'ACCESSIBILITÉ.
- GESTION DES COMMENTAIRES ET MODÉRATION.
- KPIS : ENGAGEMENT (LIKES, PARTAGES, COMMENTAIRES).

Plateforme utilisées

META



Partage d'articles de blog, de témoignages clients et de promotions.

INSTAGRAM

Contenu axé sur les fonctionnalités de l'application, les avantages des comptes premium et des conseils financiers.



X



Utilisé pour partager des actualités, des mises à jour de produits et interagir avec la communauté.

YOUTUBE, TIK TOK

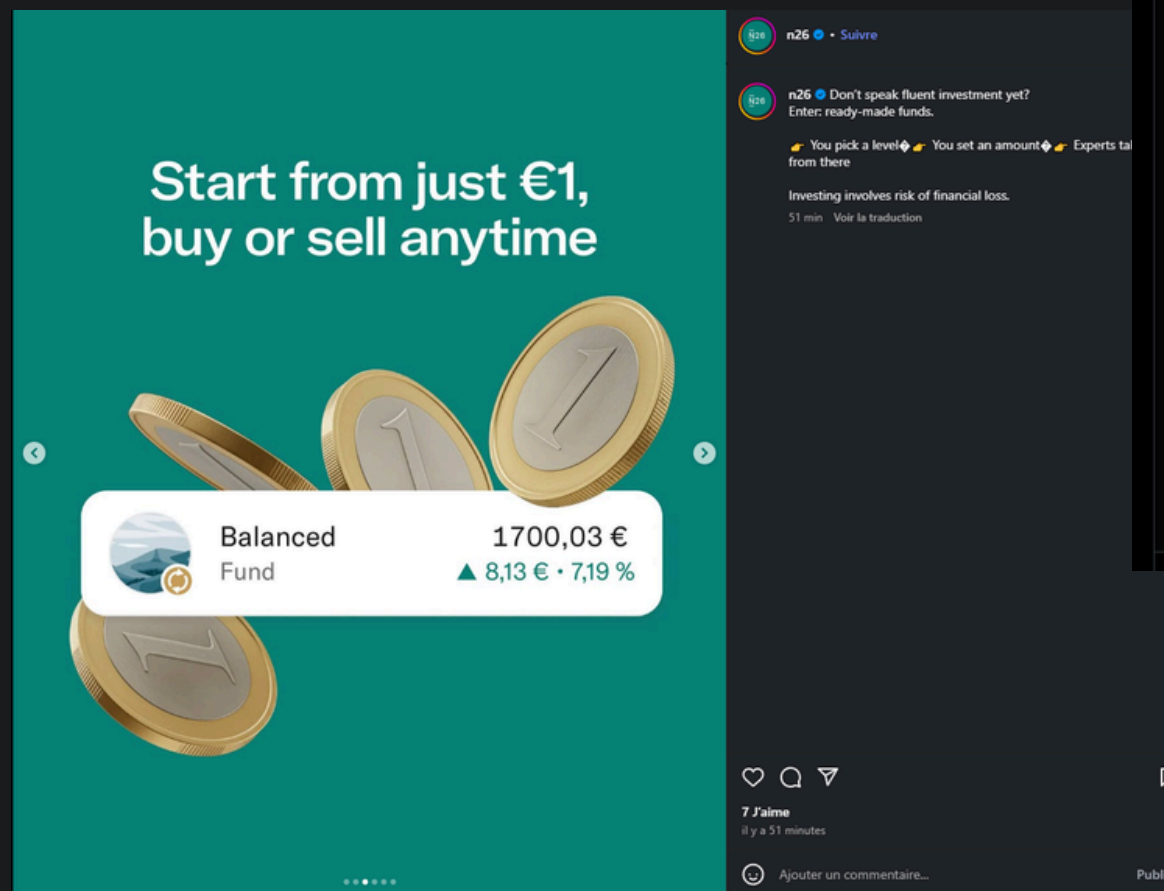


Réseaux sociaux très peu consulté de N26

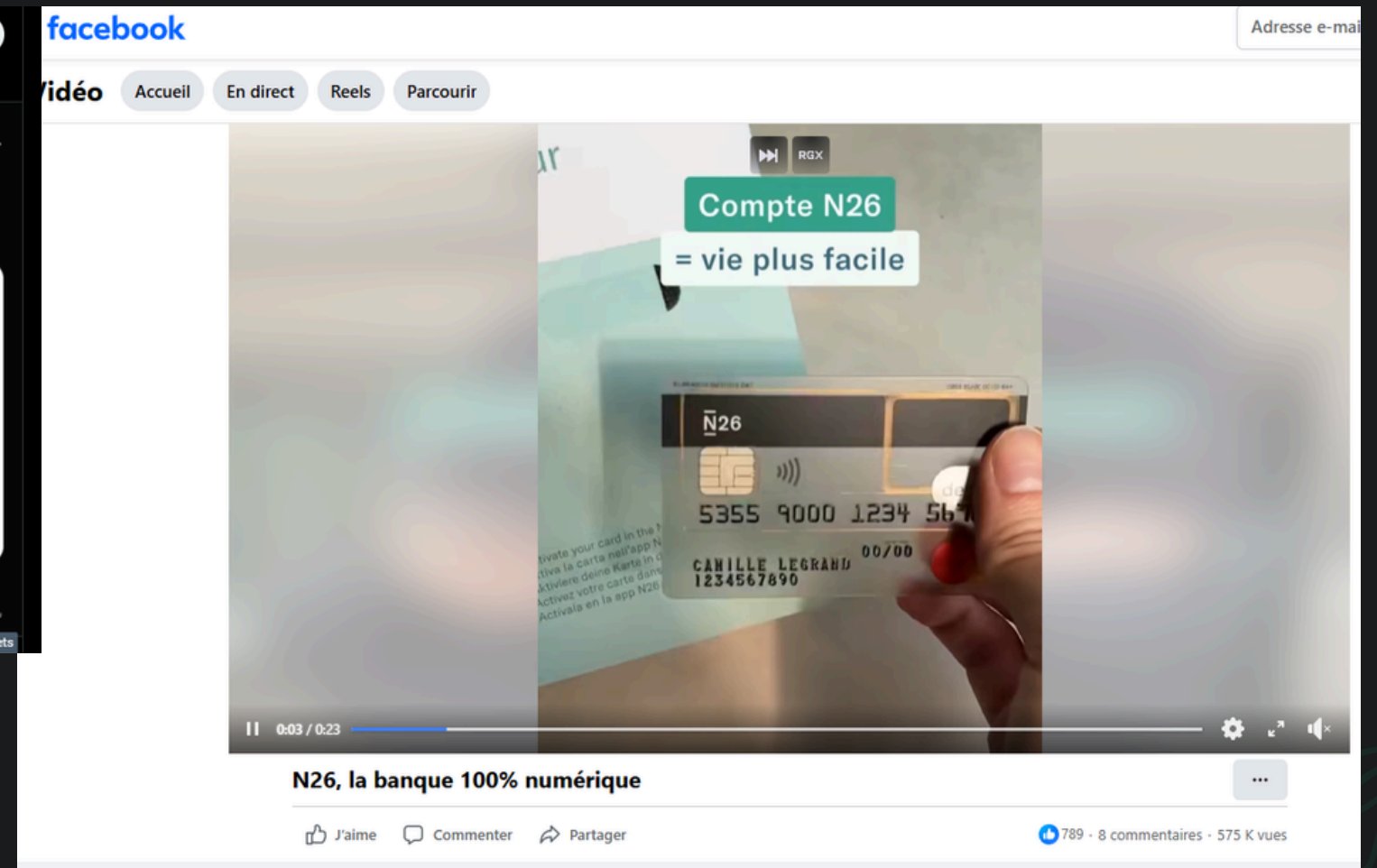


Formats adaptés

Carrousel



Post statique



Vidéo courte

N26 utilise la plupart des formats : **carrousels**, **Reels**, **vidéos courtes** et **posts statiques**, en gardant une image moderne et cohérente. En revanche, **les stories ne sont pas vraiment adaptées à leur ton plus professionnel et structuré**. Sur Meta, les vidéos sont **moins percutantes**, contrairement à Instagram ou YouTube où la marque se démarque mieux.

Marketing d'influence



ALLEMAGNE

N26 fait en effet du marketing d'influence avec des **influenceurs allemand**. La campagne **#letsstartsmart (2020)**, à l'occasion du lancement du nouveau compte N26 Smart pour ça, N26 a collaboré avec les influenceurs **Anne Bodykiss, Kim Caramella et Jonah Plank**.



FRANCE

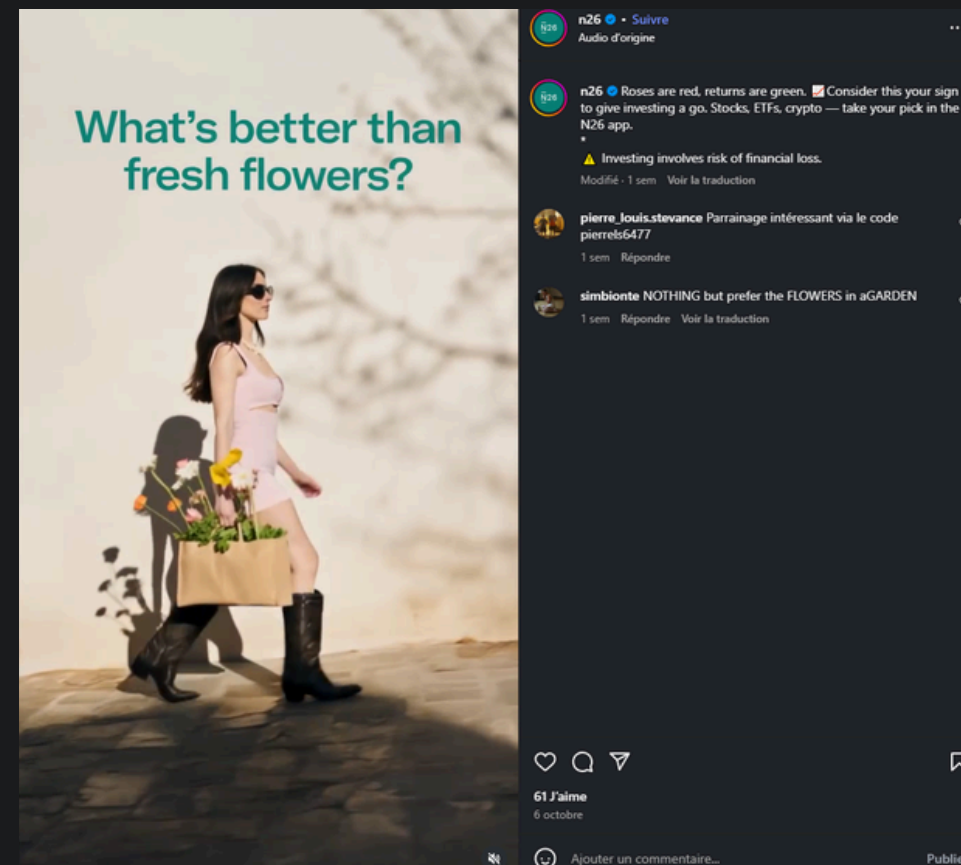
N26 s'est associé au YouTuber **Micode**, spécialisé dans les sujets technologiques, pour une vidéo intitulée « **La Face cachée de N26** ». Cette collaboration visait à présenter **les coulisses de la néobanque** et à **informer les utilisateurs potentiels sur ses services**.

Sur les réseaux sociaux ou dans les partenariats **le ton est parfaitement adaptés à l'audience** cible avec les influenceurs = **Gen Z/Jeunes** et sur les réseaux sociaux un petit peu plus grand public mais toujours ciblé sur les **nouveaux consommateurs**.

Qualité des accroches



Sur Facebook, les pubs N26 **manquent d'efficacité** : trop de **mise en situation** et **aucun vrai appel à l'action (CTA)** visible rapidement.



Sur Instagram, c'est un peu mieux, mais les **CTA restent peu mis en avant** et le message **met du temps à apparaître**.



En revanche, sur X (Twitter), la **communication est plus directe et claire**, avec des phrases percutantes et un ton cohérent avec **l'identité de la marque**.

Présence de sous-titres

Les vidéos Facebook de N26 **intègrent des sous-titres**, ce qui rend le contenu plus accessible, notamment pour une lecture sans son ou pour les **personnes malentendantes**.

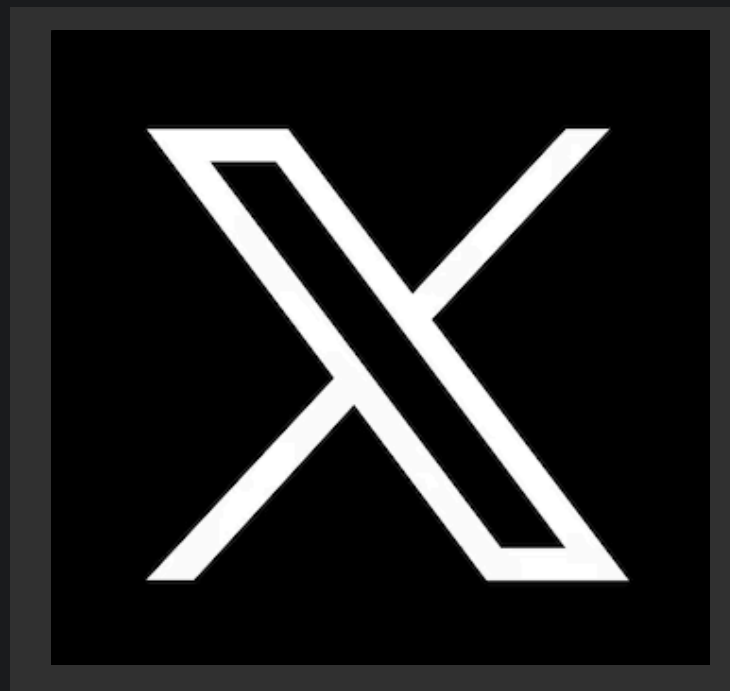
En revanche, les **éléments d'accessibilité restent limités** : peu d'adaptation visuelle (comme le contraste ou les descriptions d'images), et **pas de véritables efforts pour rendre les contenus inclusifs** sur l'ensemble des plateformes.



Présence de sous-titres

N26 reste plutôt active dans la **gestion des commentaires**, surtout sur X (Twitter), où la marque répond rapidement aux questions ou réclamations **via son compte @N26_Support**. En revanche, sur META et Instagram, la modération **est plus discrète** : peu de réponses directes, et certains commentaires négatifs restent visibles sans réaction.

Globalement, la marque privilégie **une communication professionnelle et mesurée**, mais pourrait être **plus présente** dans l'interaction communautaire.



Présence de sous-titres

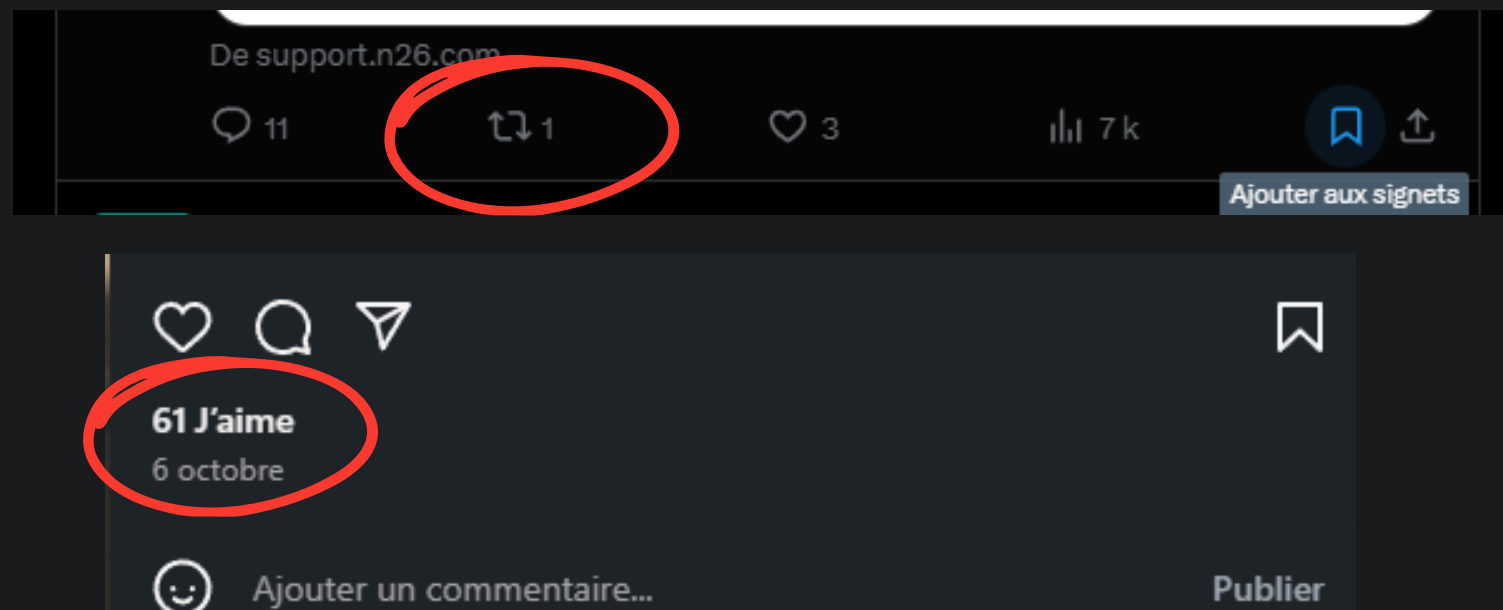


N26 reste plutôt active dans la **gestion des commentaires**, surtout sur X (Twitter), où la marque répond rapidement aux questions ou réclamations **via son compte @N26_Support**. En revanche, sur META et Instagram, la modération **est plus discrète** : peu de réponses directes, et certains commentaires négatifs restent visibles sans réaction.

Globalement, la marque privilégie **une communication professionnelle et mesurée**, mais pourrait être **plus présente** dans l'interaction communautaire.



KPI



On peut voir que sur X ou Instagram le KPI **est très mauvais** tout comme sur META et les autres réseaux sociaux

S

Strenghts



- IDENTITÉ VISUELLE FORTE : DESIGN MINIMALISTE ET MODERNE, RECONNAISSABLE PARTOUT.
- PRÉSENCE MULTICANALE : INSTAGRAM, X, YOUTUBE, TIKTOK.
- CONTENU VIDÉO DE QUALITÉ : CLAIR, PROFESSIONNEL ET ADAPTÉ AUX PLATEFORMES.
- STRATÉGIE DIGITALE PERFORMANTE : +60 % CTR AVEC SMARTLY.IO.
- UGC EFFICACE : CONTENU UTILISATEUR RÉDUIT LES COÛTS ET BOOSTE L'ENGAGEMENT.

W

Weaknesses



- MANQUE DE PROXIMITÉ HUMAINE, PEU D'INTERACTION DANS LES COMMENTAIRES.
- PEU D'ACCESSIBILITÉ (ÉLÉMENTS VISUELS PEU INCLUSIFS).
- STORIES ABSENTES OU PEU ADAPTÉES, CE QUI RÉDUIT LA SPONTANÉITÉ ET LA CONNEXION AVEC LE PUBLIC JEUNE.
- VIDÉOS FACEBOOK PEU ENGAGEANTES, TROP "INSTITUTIONNELLES".

O

Opportunities



- DÉVELOPPER DES FORMATS PLUS INTERACTIFS (STORIES, LIVES, COLLABORATIONS CRÉATIVES).
- MISER D'AVANTAGE SUR LE CONTENU UTILISATEUR (UGC) ET LES INFLUENCEURS LOCAUX POUR RENFORCER LA CRÉDIBILITÉ.
- EXPLOITER LE MARKETING D'EXPÉRIENCE OU LES FORMATS IMMERSIFS (AR, MINI-JEUX, CAMPAGNES PARTICIPATIVES).
- ACCENTUER LA COMMUNICATION ÉTHIQUE ET ÉCOLOGIQUE, DE PLUS EN PLUS VALORISÉE.

T

Threats



- FORTE CONCURRENCE DES AUTRES NÉOBANQUES (REVOLUT, HELLO BANK, LYDIA...).
- RISQUE DE SATURATION PUBLICITAIRE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.
- MÉFIANCE DU PUBLIC VIS-À-VIS DES BANQUES 100 % EN LIGNE.
- ÉVOLUTION RAPIDE DES ALGORITHMES QUI PEUT RÉDUIRE LA VISIBILITÉ ORGANIQUE.