

### Objectifs de la mission

- Augmenter la **visibilité** et **notoriété** d'Easyblue par une présence régulière dans les médias grand public et spécialisés
- Renforcer la **crédibilité** et la **légitimité** de l'offre comme de l'accompagnement grand public

### Activation des Relations Media

-  Définition de la stratégie de communication
-  Mapping et approche des media cibles
-  Veille des événements et prévisions rédactionnelles
-  Veille quotidienne et rebond actualité

#### Exemples de communications d'opportunité :

24/03/2021

Une prime « Covid » pour tous les salariés en 2021 : quelles réactions des entreprises déjà touchées par la crise économique ?

09/04/2021

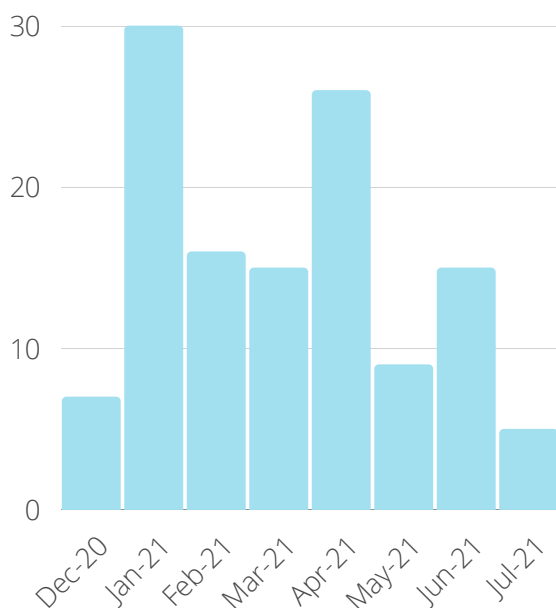
Easyblue devient membre de Insurtech France

### Indicateurs de performance



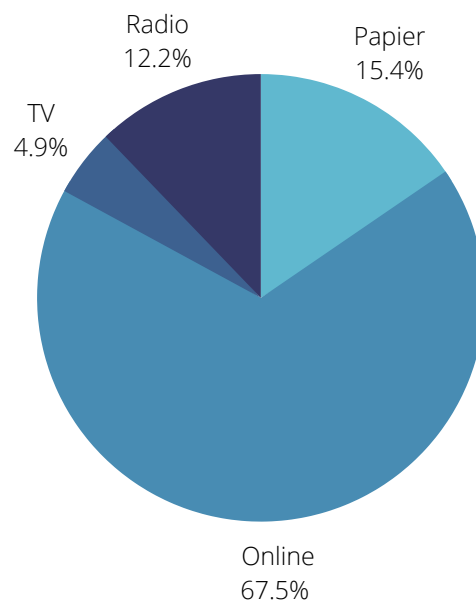
**EAE**

SOMME DE L'EQUIVALENT PUBLICITAIRE



Retombées par mois

- 123** Retombées au total
- 75** Interviews
- 15** Passages radio
- 4** Campagnes presse
- 6** Passages TV



Retombées par type de média

# QUELQUES RETOMBÉES



6 JANVIER 2021  
205 000 AUDITEURS\*



16 MARS 2021  
30 000 AUDITEURS



1ER MARS 2021  
4 346 379 AUDITEURS

Petit ouf de soulagement à la montagne



28 MAI 2021



17 JANVIER 2021  
14 236 598 VISITEURS

## Pourquoi les créations d'entreprises progressent

Fondateur d'Easyblue, l'assureur des entrepreneurs et créateurs de start-up François-Xavier Combe, constate que le conseil et le digital ont aussi le vent en poupe. « La crise a été un révélateur pour nombre de Français. En expérimentant le télétravail à temps plein, ils se sont rendus compte qu'ils étaient capables d'être autonomes et qu'en plus ils y trouvaient l'équilibre entre vie professionnelle et personnelle auquel ils aspiraient. » Un phénomène que le dirigeant observe tout particulièrement chez les cadres quinquas de grandes entreprises.

Plans de restructuration

\*Audience quotidienne moyenne

\*\* Audience quotidienne