



YOMONI

BANQUE - FINANCE -
ASSURANCE

Yomoni est une société de gestion de patrimoine innovante basée en France, qui se distingue par son approche numérique et ses solutions d'investissement transparentes. Fondée en 2015, Yomoni utilise la technologie pour simplifier et rendre plus accessible la gestion de patrimoine. La plateforme propose des portefeuilles diversifiés et adaptés aux objectifs financiers de ses clients, en utilisant des algorithmes sophistiqués pour optimiser les investissements. Yomoni se positionne comme une alternative moderne aux services traditionnels de gestion de patrimoine, offrant une expérience utilisateur intuitive et des frais compétitifs. Grâce à son engagement envers l'innovation et à sa volonté de démocratiser l'investissement, Yomoni a attiré l'attention dans le secteur financier en tant que pionnier de la gestion de patrimoine en France.

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION



CHIFFRE D'AFFAIRES

680 000

60

**COLLABORATEURS
&
COLLABORATRICES**




DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

YOMONI

On ira tous chez Yomoni

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION



S'il avait mieux épargné, Michel Polnareff n'aurait pas à faire la pub de nos solutions d'épargne.

yomoni
L'épargne en mieux

Polnareff joué par Polnareff

Yomoni - 21 rue Saint-Maur 75001 Paris, société de gestion de portefeuille agréée par l'Autorité des marchés financiers (AMF) n°GP-10000014 et courtier en assurance, n°ORIAS 1000017
INVESTIR COMPORTE DES RISQUES NOTAMMENT DE PERTE EN CAPITAL. Ces prix sont variables un an et ont été attribués par les publications citées selon leurs propres critères. Photographie retouchée

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

L'objectif de la campagne est d'accroître la notoriété de Yomoni, qui souhaite revendiquer sa position de leader dans un marché concurrentiel encore monopolisé par des acteurs historiques et traditionnels, grâce à ses solutions de gestion d'épargne moins chères, plus performantes, plus transparentes et plus digitales. Pour y parvenir, il a fallu répondre à trois enjeux: notoriété, différenciation et ciblage, qui ont respectivement été adressés par un film mettant en scène Michel Polnareff sur le territoire osé et inattendu qu'est celui de la finance, dans lequel l'acteur fait preuve d'un grand sens de l'autodérision.

OCTOBRE 2023 À MAINTENANT


DES
**ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS**

YOMONI

On ira tous chez Yomoni

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION

POUR QUI ?

Une campagne destinée à ceux qui ne souhaitent plus payer trop de frais bancaire pour des résultats incertains, et plus spécifiquement, une campagne qui s'adresse aux 30+, CSP+ urbains et qui cherchent à diversifier leur épargne tout en améliorant les rendements.

LES RÉSULTATS

Et les premiers résultats sont excellents puisque cette première campagne 360 a permis à la marque de multiplier par 2 son taux de notoriété auprès des 18+

COMMENT ?

Une campagne qui a vécu en TV et en print, et qui a fait le tour des plateaux TV en RP grâce à la mise en scène de la star de la chanson qui se retrouve où on ne l'attendait pas.