



Mitwit Office

Immobilier

Mitwit Office L'immobilier, notre expertise Nous servons d'intermédiaire aux acteurs de l'immobilier pour valoriser leur foncier auprès des entreprises. Le service, notre savoir-faire Nous simplifions le quotidien des entreprises et de leurs salariés en leur proposant dans leur espace de travail des services qui répondent à leurs besoins. L'hôtellerie de bureau, notre vocation Nous inventons et faisons vivre un réseau d'espaces de travail et de services en offrant aux entreprises l'expérience d'une hospitalité soignée.

- **CHIFFRE D'AFFAIRES : 3 511 000 000€**

- **PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Oui**

- **200 COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES**

The Mitwit logo is displayed in a dark blue, bold, sans-serif font. The letters are closely spaced, and the 'i's have distinct dots.

PARTAGER PLUS,
TRAVAILLER MIEUX

Mitwit Office

Mitwit Office

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Mitwit naît de l'alliance stratégique entre Startway et Multiburo, orchestrée par La Poste Immobilier. Sa mission : réinventer l'immobilier professionnel en créant le concept d'hôtellerie de bureau. Cette approche novatrice place l'humain au cœur de l'expérience, marquant une rupture avec les codes traditionnels du marché.

Objectifs :

- › Offrir une identité claire et différenciante dans un marché saturé
- › Renforcer l'attractivité des lieux en incarnant des valeurs d'inclusion et d'innovation.

09/2024 – Toujours en cours – BUDGET : 230 000 €

Le budget comprend :

- Stratégie & Conseil Analyse, audit et recommandations stratégiques
- Création de contenu
- Conception graphique, rédaction, vidéo, etc.
- Gestion de projet
- Coordination, suivi et reporting
- Frais divers
- Déplacements, imprévus, matériels supplémentaires
- Médiation digitale
- Campagnes sur les réseaux sociaux
- LinkedIn, Instagram et Google Ads et Relations Presse

Mitwit Office

Mitwit Office

POUR QUI ?

Cibles à atteindre

- › Externes : clients actuels et futurs, principalement des PME, ETI et freelances
- › Internes : collaborateurs ex-Startway et ex- Multiburo ainsi que les partenaires, pour assurer une adoption forte et enthousiaste.

Diffusion

- › L'ensemble des nouveaux assets de marque ont été révélés le 16 septembre 2024 à l'interne, aux clients et partenaires ainsi qu'au grand public par une campagne de relations presse, sur les réseaux sociaux (Linkedin, Instagram) et via Google Ads.

COMMENT ?

Pour répondre à l'enjeu linguistique de notre implantation européenne, le nom est issu de "mit" en allemand et de "wit" en anglais. Mitwit se traduit ainsi littéralement par "avec vivacité d'esprit", avec un clin d'œil à nos racines : le M de Multiburo et le W de StartWay.

Le message a été pensé pour refléter nos valeurs fondamentales : › Simplicité et humanité : un nom et un logo accessibles à tous, associé au descripteur "office" pour installer pleinement la nouvelle identité.

Tous les outils s'articulent autour du concept d'ouverture et d'hospitalité : › Modularité graphique : les arches permettent une déclinaison visuelle illimitée, tout en gardant une forte identité.

- › Créativité : le territoire graphique combine modernité et connexion à l'univers de La Poste Immo

Mitwit Office

Mitwit Office

LES RÉSULTATS

Une réaction enthousiaste des clients et collaborateurs, qui voient Mitwit comme une marque en phase avec leurs valeurs et besoins.

Impact stratégique : renforcement du positionnement de La Poste Immobilier dans le secteur de l'immobilier professionnel innovant.

Fréquentation du site : +200% de sessions vs. N-1 grâce à des campagnes accrues sur Google Ads.

Social media :

+11% d'abonnés sur le compte LinkedIn.

+125% d'engagement (les campagnes payantes ont suscité un bel engagement et nous avons retravaillé la tonalité de notre fil d'actu).

+3 places dans le classement de Nouveaux abonnés par rapport à nos concurrents sur LinkedIn.

Marketing : +33% de demandes marketing en décembre 2024. Et pas de perte de demandes marketing en octobre et novembre.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

La participation et l'adhésion des parties prenantes dans un contexte interne de fusion a été un challenge que nous avons relevé avec la mise en place d'ateliers et de méthodologies participatives : Études internes : entretiens avec les parties prenantes (la direction des entreprises qui fusionnent, les équipes terrain France, Belgique (francophone, wallonne) et Suisse, pour comprendre leurs besoins et attentes.

Benchmark concurrentiel : analyse des codes graphiques et des positionnements des leaders du marché.

Méthodologies propriétaires :

- › Linguistic check dans tous les pays d'Europe
- › Colorama : logiciel qui permet d'analyser qualitativement et quantitativement les couleurs utilisées
- › Namingbrand : création de noms collaboratifs