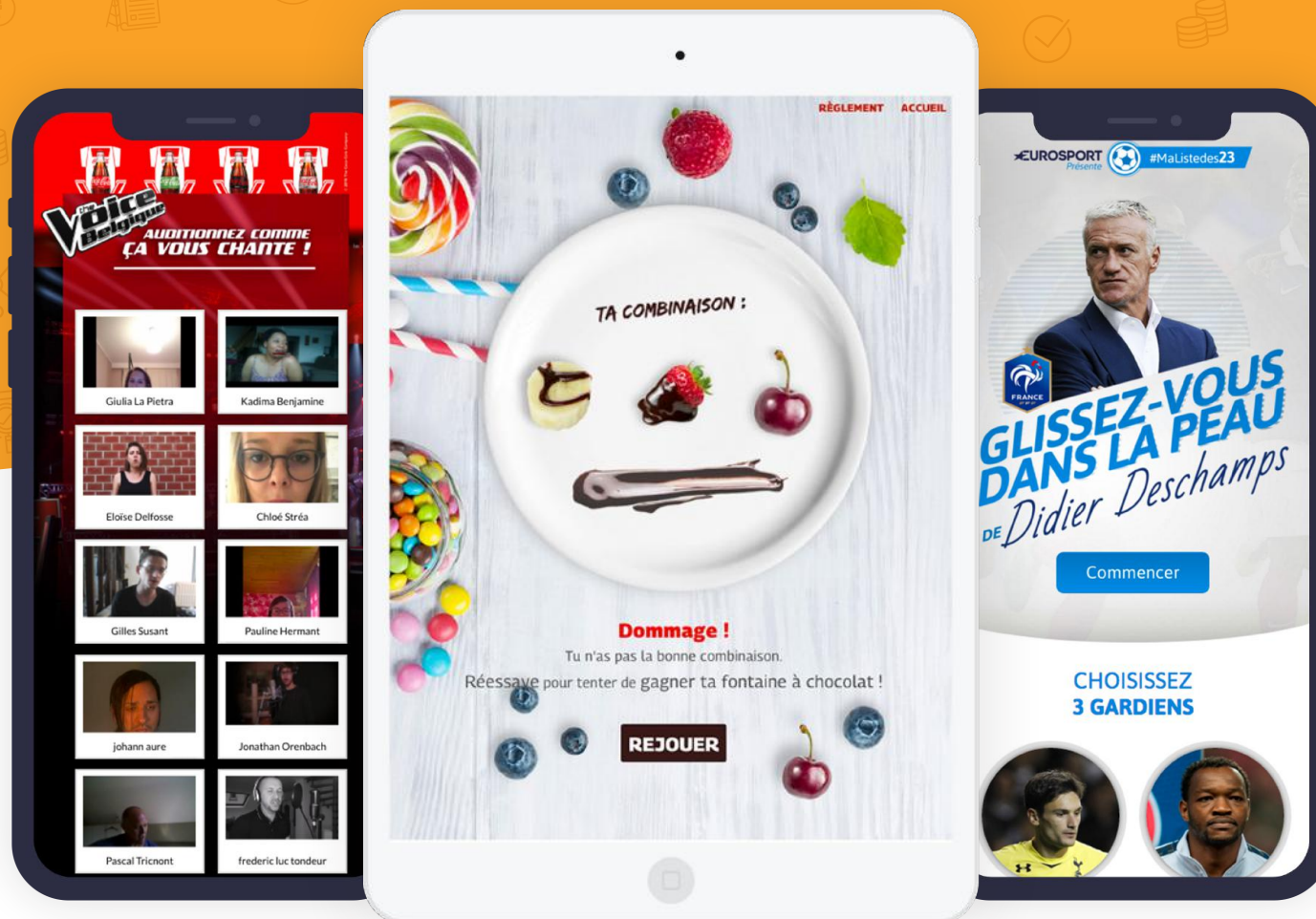


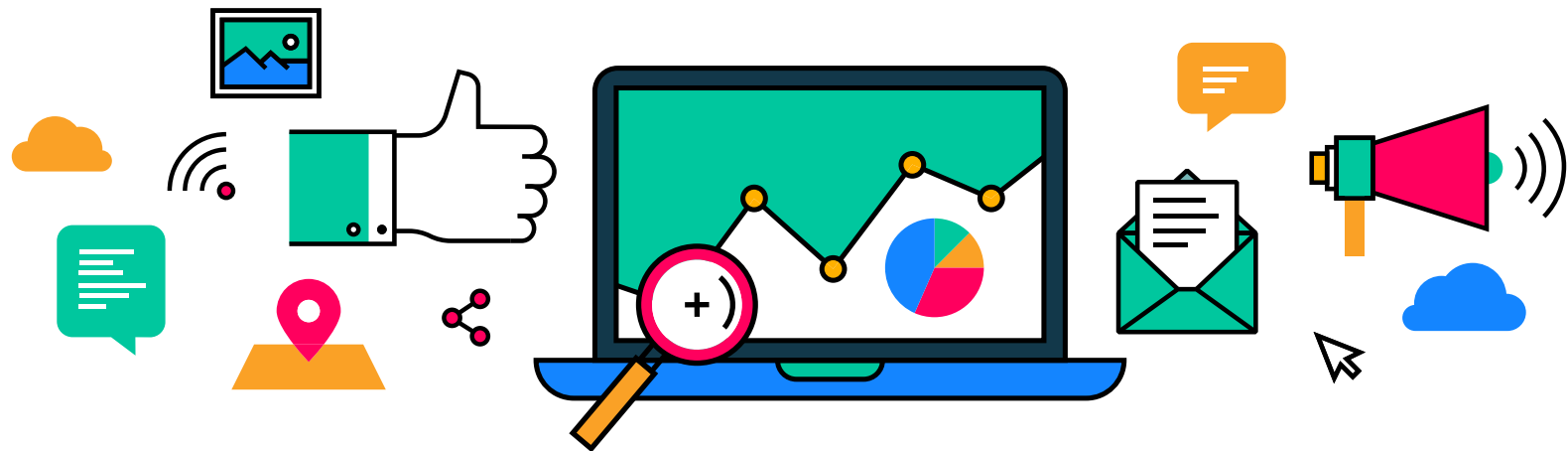


COMMENT 9 GRANDS GROUPES MÉDIAS EUROPÉENS UTILISENT QUALIFIO POUR ENGAGER, SEGMENTER & MONÉTISER LEURS AUDIENCES



INTRODUCTION

Ces 10 dernières années, les groupes médias ont fait face à un nombre grandissant de défis pour réussir leur transformation digitale : baisse de l'audience des médias traditionnels, adaptation de la rédaction aux nouveaux formats et canaux digitaux, difficulté à monétiser les contenus sur le web et sur le mobile, concurrence féroce de Facebook & Google concernant les revenus publicitaires, etc.



Ces challenges ont été relevés à différents niveaux : rédaction, marketing, data, ventes publicitaires, etc. Des projets ambitieux ont été lancés et des plateformes techniques ont été adoptées pour s'adapter à ces nouveaux défis et au perpétuel changement : adoption de nouveaux outils de publication, meilleure connaissance et segmentation des audiences, nouveaux formats publicitaires, etc.

L'utilisation de la plateforme Qualifio dans une maison d'édition ou un groupe média contribue à répondre à certains de ces défis :



Amener davantage d'interactivité et de viralité aux contenus



Générer des prospects et des lecteurs qui pourront petit à petit être transformés en abonnés payants



Mieux connaître et segmenter ses audiences



Offrir aux annonceurs des formats publicitaire innovants sur des multiples canaux

Dans cet ebook, nous avons sélectionné les meilleurs exemples de campagnes parmi nos clients médias qui ont opté pour des contenus interactifs au lieu de statiques dans le but d'atteindre leurs objectifs marketing.

EUROSPORT

Le groupe Eurosport est la première plateforme multimédia sportive d'Europe, proposant 6 chaînes de TV, 15 sites internet et une large variété d'applications pour smartphones et tablettes. Chaque année, Eurosport diffuse plus de 100 sports et propose les plus grands événements sportifs mondiaux, tels que les Grands Chelems de tennis, le Tour de France ou les Championnats du Monde d'Athlétisme.

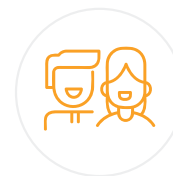
POURQUOI ONT-ILS RECOURS AU MARKETING INTERACTIF ?



**Animation
éditoriale**



**Générer de la
visibilité sur les
réseaux sociaux**



**Engager
leur audience**

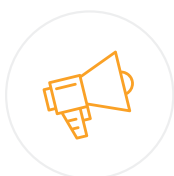


Journalisme de données
utiliser les statistiques à des
fins éditoriales

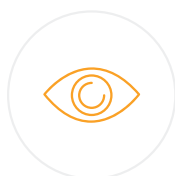
EXEMPLE VOTE "MA LISTE DES 23"

Dans le cadre de l'UEFA EURO 2016, Eurosport a proposé à ses internautes de se mettre dans la peau de 5 sélectionneurs européens en leur permettant de voter pour les 23 joueurs qu'ils sélectionneraient pour l'EURO. Un moyen efficace pour engager son audience tout en générant une forte visibilité sur les réseaux sociaux bien avant le coup d'envoi du championnat.

ROI



1,1 million
participants



4,5 million
pages vues



280 000
partages sur les
réseaux sociaux



#2 GULLI

Gulli est la chaîne de télévision du groupe Lagardère Active destinée aux enfants de 4 à 10 ans. Pour fidéliser les jeunes téléspectateurs et en attirer de nouveaux, la chaîne a renforcé sa présence en ligne via un site internet rassemblant des dessins animés, des séries, des émissions en replay, mais aussi des coloriages à imprimer, des activités ludiques à réaliser en famille et des jeux-concours interactifs avec des cadeaux à gagner.

POURQUOI ONT-ILS RECOURS AU MARKETING INTERACTIF ?



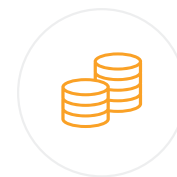
**Animer et engager
leur audience**



**Booster le nombre
de comptes créés**



**Augmenter le nombre
d'abonnés à la
newsletter**



**Augmenter leurs
revenus de sponsoring,**
en donnant une plus grande
visibilité à leurs partenaires
au travers de contenus
co-brandés

EXEMPLE JACKPOT “LA FONTAINE À CHOCOLAT”

Gulli a réalisé un “jackpot sucré” sponsorisé par Yoocook et Gobel, deux fabricants d'ustensiles de cuisine, mettant en jeu plusieurs fontaines à chocolat. Pour gagner, les participants devaient obtenir une suite de trois fruits identiques. Pour cette campagne, Gulli a utilisé son propre système d'authentification, en intégrant son SSO (Single Sign-On) à la plateforme Qualifio. Ainsi, les internautes voulant participer au jackpot devaient se connecter soit en utilisant leurs identifiants Gulli existants, soit en se créant un compte Gulli.

ROI

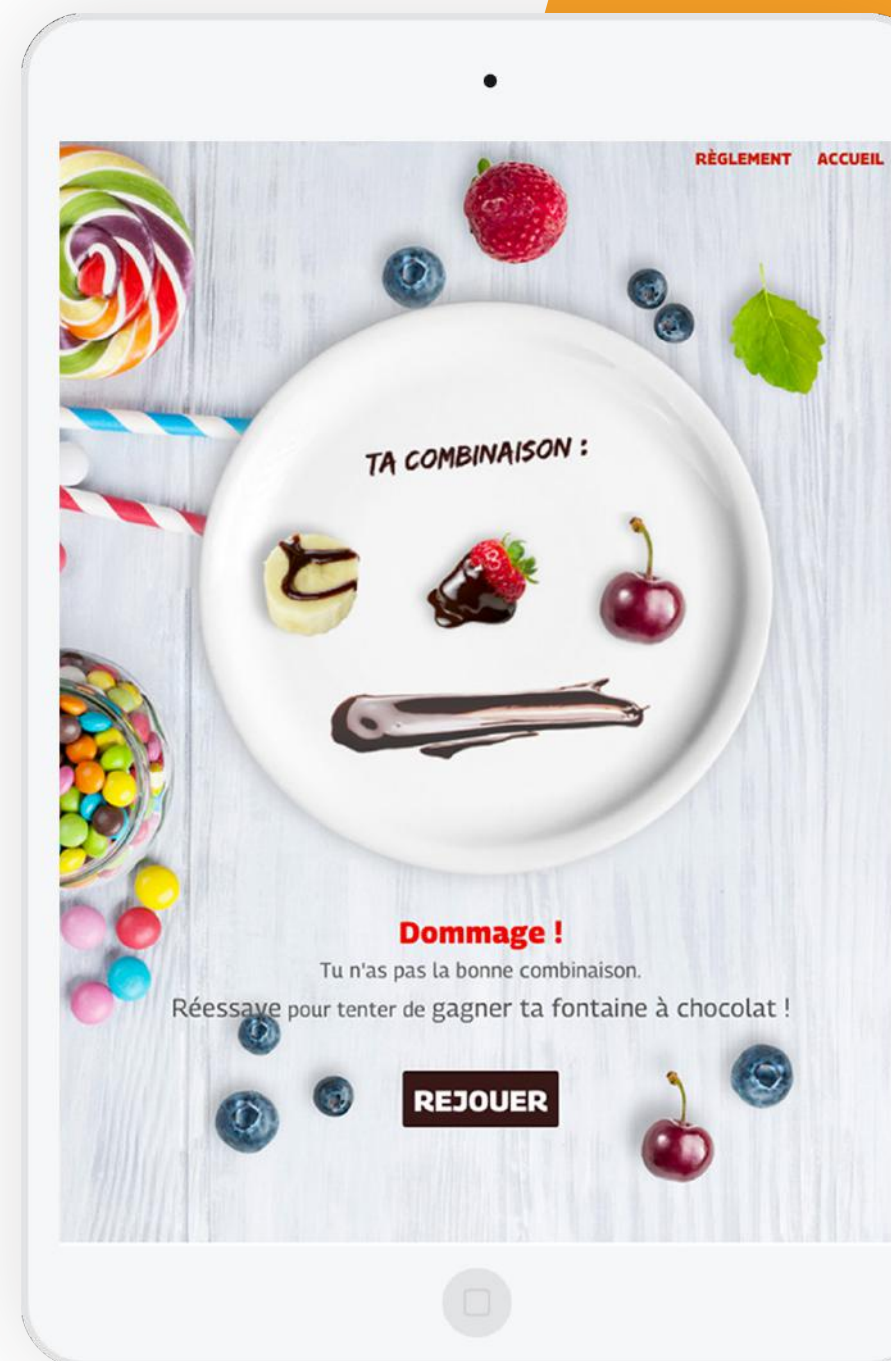


231 763
participations



405 219
pages vues

Astuce : Tout comme la chaîne française Gulli, augmentez vos revenus publicitaires en actualisant vos publicités : chaque fois que les participants passent à la question suivante, la page est réactualisée et les publicités autour sont mises à jour automatiquement.



DE STANDAARD

Grâce à Qualifio, *De Standaard*, le quotidien Belge néerlandophone, crée de nombreuses campagnes interactives afin d'aborder les sujets politiques de manière originale. Ces campagnes, si elles sont souvent divertissantes, constituent toujours du contenu purement éditorial. Il ne s'agit donc pas d'organiser des concours ni de faire gagner des prix, mais bien d'offrir de l'interaction et du fun. Le tout en prolongeant la mission de De Standaard en tant que média : informer ses lecteurs.

POURQUOI ONT-ILS RECOURS AU MARKETING INTERACTIF ?



**Animation
éditoriale**



**Engager
les lecteurs**



**Générer de la visibilité
et de la viralité sur les
réseaux sociaux**

EXEMPLE QUIZ SUR BASE D'IMAGES

"TRUMP OU TARANTINO: QUI A DIT ÇA ?"

Le jeu "Trump ou Tarantino : Qui a dit ça ?" est un autre exemple de contenu purement éditorial. Au lieu de rédiger un article sur les paroles choquantes de Trump, *De Standaard* a eu l'idée de les mélanger avec des citations issues de films réalisés par Tarantino afin d'en faire un quiz très créatif. Les participants devaient trouver qui, entre le président américain et le directeur fan des thèmes satiriques, avait prononcé telle ou telle phrase.

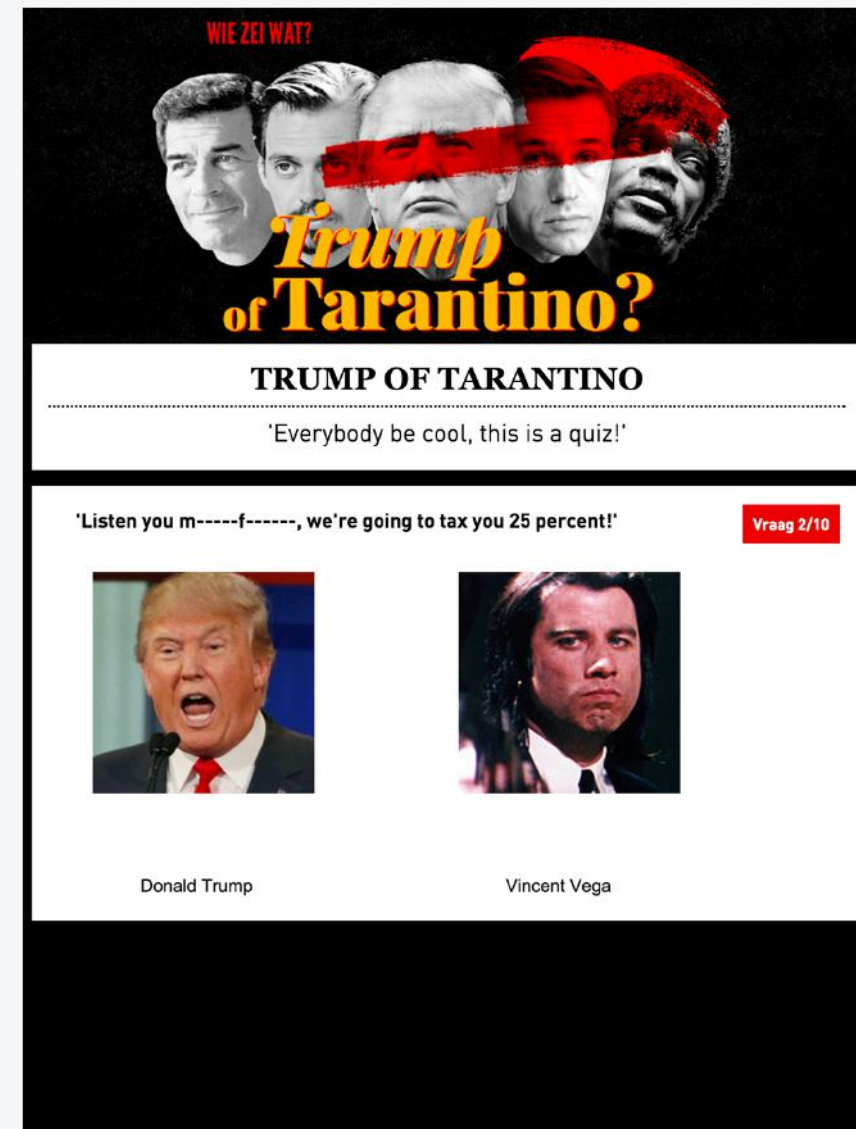
ROI



10 000
participations



50
partages Facebook



EXEMPLE TEST DE PERSONNALITÉ “ÊTES-VOUS PLUTÔT DONALD OU HILLARY?”

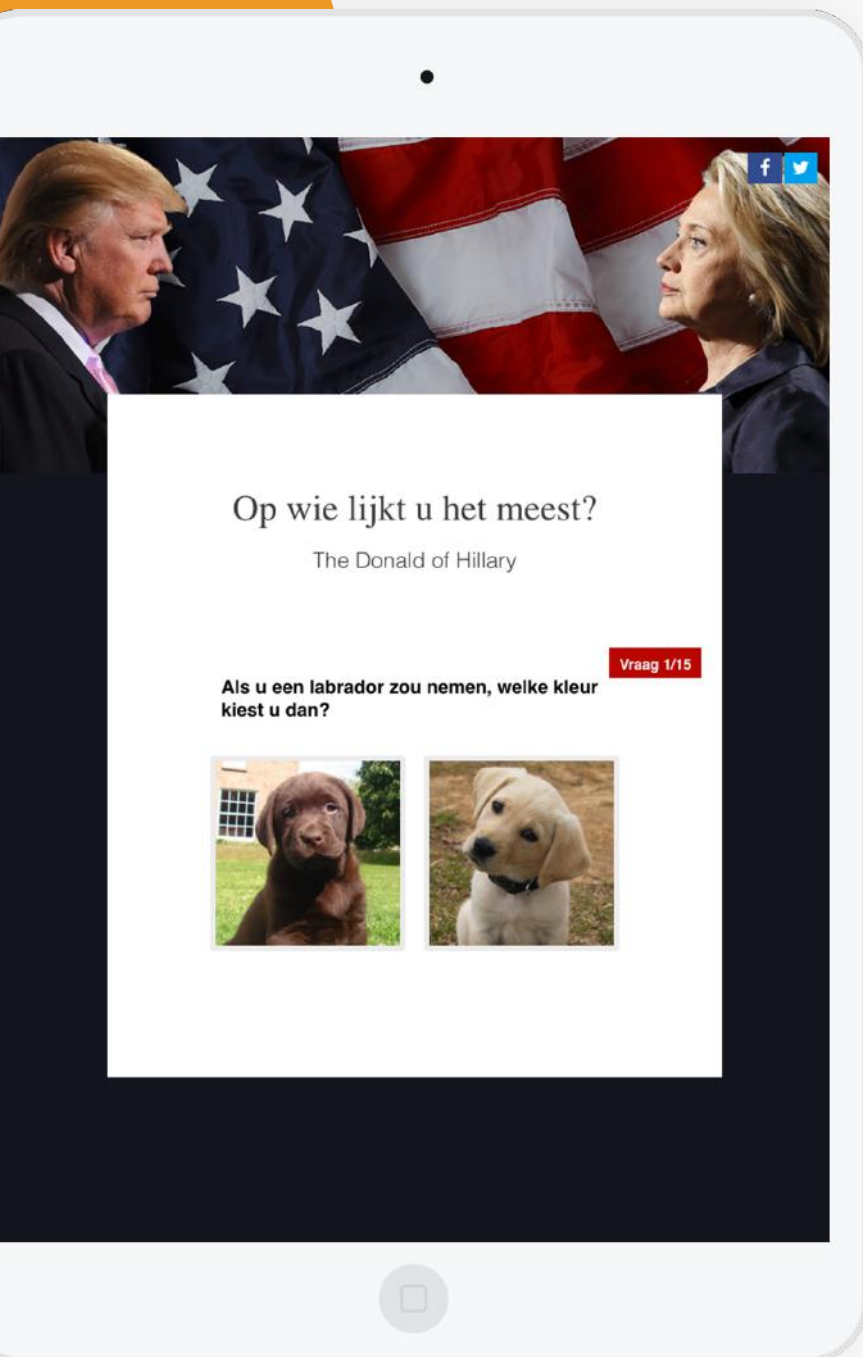
Le test de personnalité “Êtes-vous plutôt Donald ou Hilary ?” a séduit les lecteurs de *De Standaard*. Les questions du test étaient basées sur le programme politique proposé par chacun des candidats et sur leur personnalité. Sur base de leurs réponses à ces questions, les participants avaient l'opportunité de découvrir de quel candidat leurs idées étaient les plus proches.

ROI



+50 000
participations

Astuce : L'utilisation de contenus interactif dans vos articles vous permet d'augmenter considérablement le temps passé sur vos pages et par conséquent la valeur de vos espaces publicitaires.



FRANCE TÉLÉVISIONS

France Télévisions est le premier groupe audiovisuel français offrant neuf chaînes de télévision publiques. Le 5 février 2018, le groupe a lancé une nouvelle plateforme digitale, France.tv slash, dans le but de fournir du contenu adapté aux habitudes non linéaires de la "génération réseaux sociaux". Une nouvelle offre destinée aux jeunes adultes, 100% basée sur des contenus vidéo avec des séries, documentaires, interviews, animations, etc. France.tv slash est disponible sur le site France.tv et également sur certains médias sociaux comme Instagram, YouTube, Twitter et Facebook.

POURQUOI ONT-ILS RECOURS AU MARKETING INTERACTIF ?



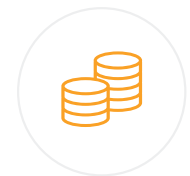
**Animation
éditoriale**



**Engager & animer
leur audience**



**Collecter des données
précises sur les
consommateurs et les
qualifier**



**Augmenter leurs
revenus de sponsoring,**
en donnant une plus grande
visibilité à leurs partenaires
au travers de contenus
co-brandés

EXEMPLE VOTE

“LES VICTOIRES DE LA MUSIQUE”

La cérémonie “Les Victoires de la Musique”, l'équivalent français des Grammys, récompense les meilleures réalisations dans le domaine de la musique et les meilleurs artistes de l'année avec différents prix (meilleur artiste féminin et masculin, meilleur album, etc.). Tous les prix sont attribués par des professionnels, sauf celui de “La chanson originale de l'année” déterminé par les votes du public par SMS ou directement sur le site de France TV. Depuis 2013, France Télévision organise tout le système de vote pour ce prix via la plateforme Qualifio : tous les clips vidéo des chansons ont été téléchargés dans la campagne et les participants peuvent les visionner avant de voter pour leur chanson favorite. Pour confirmer leur participation, ils doivent remplir un formulaire avec leurs coordonnées.



RTL BELGIUM

RTL Belgium est une filiale du groupe audiovisuel RTL et le leader sur le marché des chaînes de télévisions et de radios francophones en Belgique. Le groupe détient trois chaînes regardées par plus de deux millions de téléspectateurs et deux radios avec près de 600 000 auditeurs quotidien. Sur le web, le site du groupe RTLinfo.be accueille tous les jours plus de 275 000 visiteurs qu'il anime, entre autres, grâce au contenu interactif.

POURQUOI ONT-ILS RECOURS AU MARKETING INTERACTIF ?



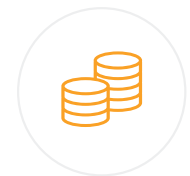
**Engager & animer
leur audience**



**Augmenter le nombre
de fans sur les réseaux
sociaux**



**Booster le nombre
d'abonnés à la
newsletter et la création
de comptes RTL**



**Augmenter leurs
revenus de sponsoring,**
en donnant une plus grande
visibilité à leurs partenaires
au travers de contenus
co-brandés

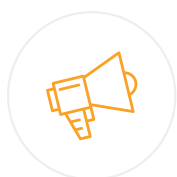
EXEMPLE TIRAGE AU SORT “WEEK-END À DISNEYLAND PARIS”

Radio Contact, une des radios du groupe RTL Belgique, a offert une opportunité exceptionnelle à 180 de ses auditeurs. La radio a créé un tirage au sort avec comme prix à la clé : un week-end à Disneyland Paris et une entrée pour la fête VIP avec le DJ Henri PFR. Pour faire partie des 180 heureux élus, les participants devaient répondre correctement à une question sur Star Wars et valider leur participation en entrant leurs coordonnées. Dans le but d'augmenter sa communauté digitale, Radio Contact a également utilisé une Facebook Soft Gate incitant les participants à liker la page Facebook de la radio.

ROI



53%
opt-ins



19 555
participations



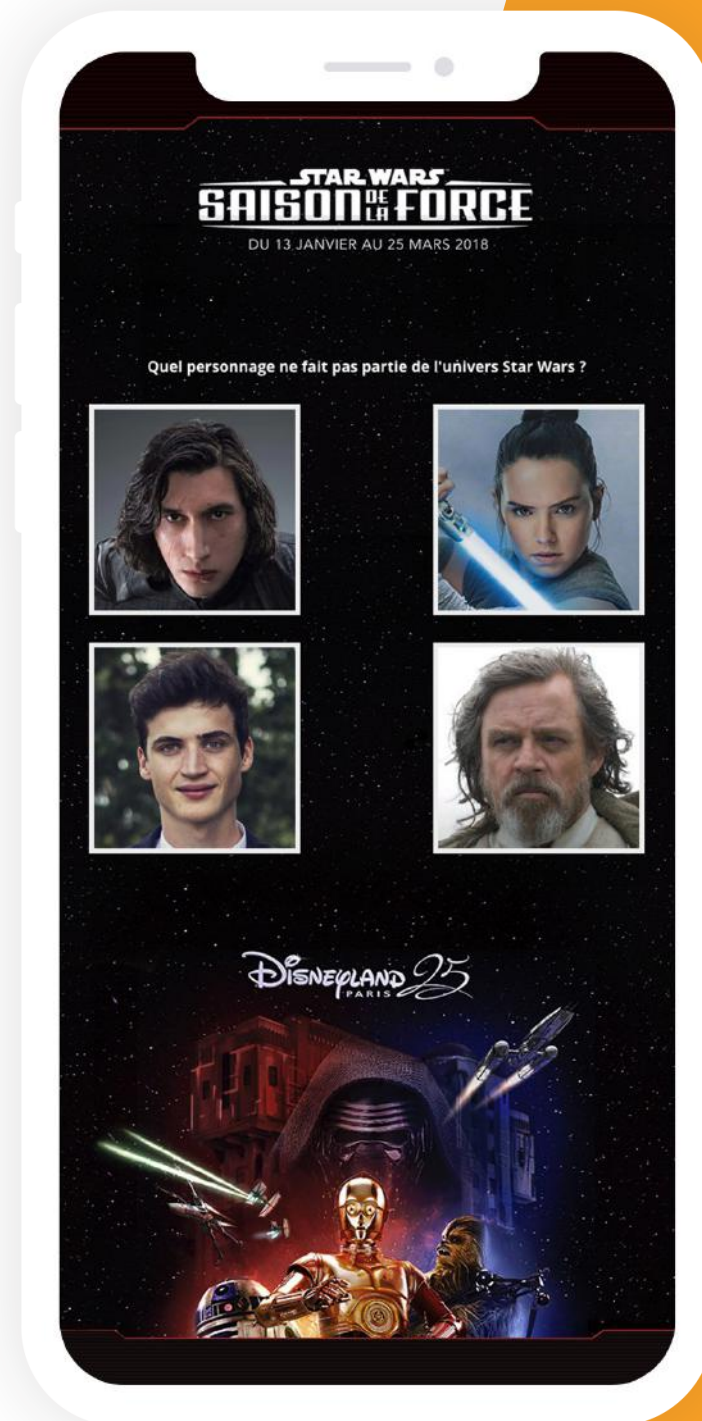
9 387
nouveaux
profils collectés

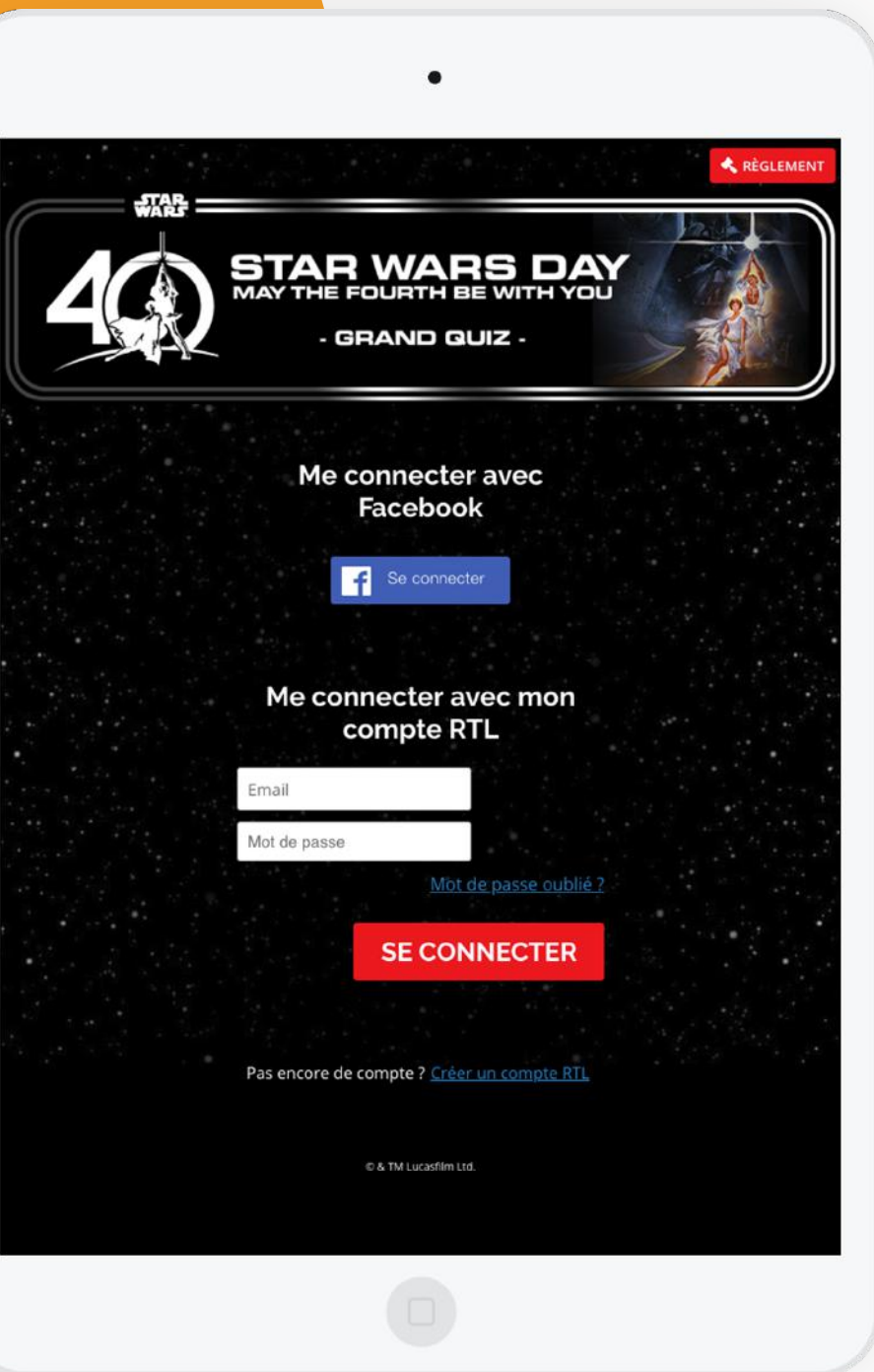


5 119
partages
Facebook



+5 000
fans Facebook
recrutés





EXEMPLE DE SSO (SINGLE SIGN-ON)

L'intégration d'un SSO à la plateforme Qualifio signifie que lorsque quelqu'un est déjà enregistré sur votre site grâce à votre propre système d'enregistrement, il ne doit pas fournir ses identifiants pour chacune de vos campagnes. Il aura uniquement besoin d'indiquer son adresse e-mail et le mot de passe qu'il utilise pour accéder à toutes vos plateformes afin d'être reconnu.

C'est ce que RTL a fait pour son quiz "Star Wars Day". RTL a utilisé son propre SSO pour que ses utilisateurs aient uniquement à insérer leur adresse e-mail et leur mot de passe pour participer au quiz. Si les participants ne possédaient pas de compte RTL, ils devaient en créer un : une bonne façon de booster le nombre de comptes RTL. RTL a également utilisé un Facebook Login (qui est une autre forme de SSO) permettant aux participants d'utiliser un compte existant sur un réseau social pour s'inscrire afin d'éviter d'être obligé de créer un nouveau compte spécifiquement pour ce site.

#6 RTBF

La Radio-télévision belge francophone (RTBF) est une entreprise publique autonome à caractère culturel. La RTBF compte 3 chaînes de télévisions, 5 stations de radio ainsi qu'une large offre digitale composée d'une plateforme de diffusion "RTBF AUVIO", de différents sites thématiques et d'une présence soutenue sur les réseaux sociaux.

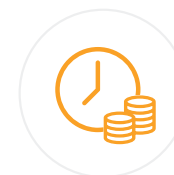
POURQUOI ONT-ILS RECOURS AU MARKETING INTERACTIF ?



**Engager & animer
leur audience**



**Augmenter le nombre
d'abonnés à leur
newsletter ou celle de
leur(s) partenaire(s)**

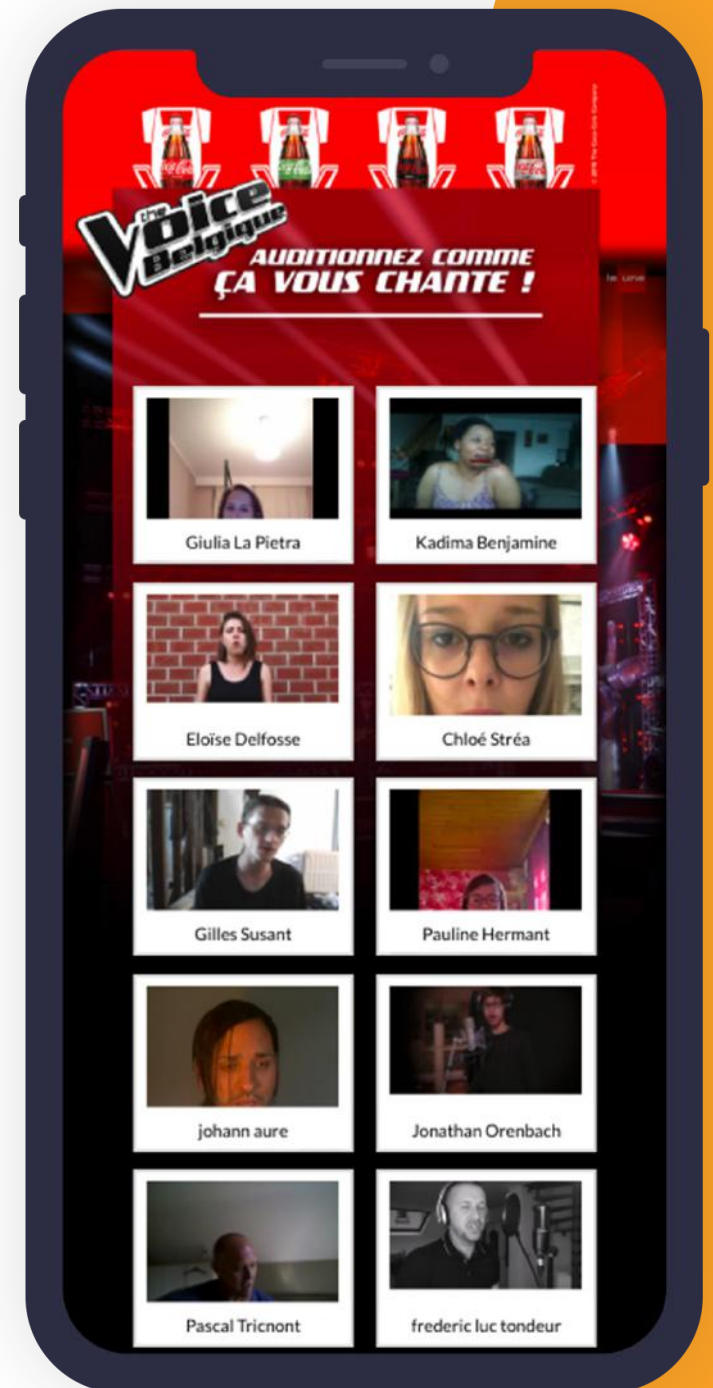


**Économiser du temps
et de l'argent grâce à
une solution clé
en main**

EXEMPLE CONCOURS VIDÉO "THE VOICE BELGIUM: AUDITIONS & VOTES"

The Voice est l'une des émissions les plus populaires du paysage audiovisuel européen. La RTBF (radio et télévision publique) en est le diffuseur en Belgique francophone. En quelques heures, les équipes de la RTBF ont construit avec Qualifio toutes les pages, interfaces, formulaires et galeries pour gérer le processus d'inscription des candidats et de vote. Le tout est totalement intégré dans le site internet de la RTBF. Les candidats peuvent s'inscrire et charger leur vidéo dans une galerie modérée par la RTBF. Les candidats sont sélectionnés par un jury, mais le public a aussi la possibilité de voter pour ses candidats préférés.

ROI



M6 GROUP

Le Groupe M6 est un groupe multimédia offrant une large gamme de programmes, de produits et de services : télévision, radio, publicité, production et acquisition de contenus, digital, e-commerce, cinéma, musique, évènementiel, etc. Le Groupe a progressivement étendu ses activités à travers des diversifications ciblées et des offres innovantes comme 6play, sa plateforme digitale lancée en 2013. Leur objectif : développer la complémentarité de leurs programmes afin de répondre aux attentes de leurs différents publics cibles et aux nouveaux modes de consommation.

POURQUOI ONT-ILS RECOURS AU MARKETING INTERACTIF ?



**Engager et animer
leur audience**



**Augmenter la visibilité
et la viralité**



**Booster le nombre
d'abonnés à la
newsletter**



Fidéliser les visiteurs
en les encourageant à revenir,
grâce à des animations
ludiques et engageantes

EXEMPLE CONCOURS

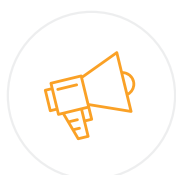
“GAGNEZ 15 TÉLÉPHONE HAIER V6”

M6 a lancé un concours sur une période de 15 semaines ! Le groupe avait programmé différentes questions pour chaque semaine et limité les participations pour que chaque participants puisse jouer une seule fois par jour. Les participants devaient donc revenir toutes les semaines jouer au quiz pour augmenter leurs chances de gagner des téléphones Haier. M6 crée souvent des campagnes qui durent plusieurs semaines (avec des questions différentes pour chaque semaine ou avec des nouvelles questions dévoilées seulement à la fin de la semaine) pour encourager ses internautes à revenir sur ses canaux.

ROI



5 851
opt-ins à la
newsletter Haier



57 000
participations



12 860
nouveaux profils
collectés



2 900
partages
Facebook



Civilité*

☐ Femme ☐ Homme

Email*

Nom*

Prénom*

Adresse*

Code postal*

Ville*

Date de naissance*

Téléphone

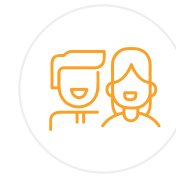
#8 EURONEWS

Depuis le mois de mars 2018, Euronews fait partie des clients de Qualifio. La chaîne internationale d'information propose désormais à ses visiteurs et à ses annonceurs des contenus digitaux plus interactifs et innovants. Pour marquer le début de cette collaboration, Qualifio est devenu le partenaire technique des premiers European Leadership Awards, un évènement organisé par Euronews et European Business Summit (EBS) le 22 mai 2018 à Bruxelles.

POURQUOI ONT-ILS RECOURS AU MARKETING INTERACTIF ?



Générer de la
visibilité et de
la viralité



Engager leur
audience
digitale



Animation
éditoriale

EXEMPLE VOTE

“EUROPEAN LEADERSHIP AWARDS 2018”

La campagne de vote a permis aux téléspectateurs et aux visiteurs des sites d'Euronews et d'EBS de choisir les trois personnalités de l'année dans 5 catégories proposées. À l'issue de ce vote en ligne, ces trois Lauréats ont été présentés devant un jury d'experts. Le gagnant de chaque catégorie a été récompensé lors de la cérémonie à Bruxelles, retransmise en direct sur Euronews et euronews.com. Cet événement annuel rassemble la société civile et les décideurs européens au sujet des grands challenges de l'année. Un excellent levier pour accroître l'impact et la viralité de cet événement en touchant un public potentiellement très large.

ROI
(EN SEULEMENT
2 SEMAINES)



Plus de 22 500
participants
uniques



49%
d'opt-ins à la
newsletter



301 004
pages vues

EUROPEAN LEADERSHIP AWARDS 2018



Which of the following candidates best deserves the title **'European leader of the year'** for their recent achievements?

The European leader of the year should be someone who has managed to successfully gather and galvanise people behind a goal or idea. Their natural charisma, dedication to their team and ability to convince mean that they get the best out of their collaborators and drive projects forward with vision and success.

- ☐ Emmanuel Macron
[Find out more](#)
- ☐ May Lou McDonald
[Find out more](#)
- ☐ Sadiq Khan
[Find out more](#)
- ☐ Angela Merkel
[Find out more](#)
- ☐ Leo Varadkar
[Find out more](#)
- ☐ Antonio Costa
[Find out more](#)
- ☐ Margrethe Vestager
[Find out more](#)
- ☐ Kersti Kaljulaid
[Find out more](#)

NEXT QUESTION

[BOOK YOUR SEATS NOW!](#)

EUROPEAN BUSINESS SUMMIT

euronews.

Powered by **qualifio**

#3 EL PAÍS

El País est le quotidien espagnol de référence, appartenant au groupe média PRISA. Le journal a renforcé sa présence digitale avec, entre autres, sa nouvelle plateforme "El País Video" et est devenu la source d'information la plus influente sur le web pour les hispanophones. Pour engager ses lecteurs, *El País* utilise du contenu interactif.

POURQUOI ONT-ILS RECOURS AU MARKETING INTERACTIF ?



**Fidéliser
leur audience**



**Animation
éditoriale**



**Augmenter le nombre
de comptes créés**



**Engager leur
audience et booster
le trafic sur le site**

EXEMPLE QUIZ AVEC CUMUL DE POINTS "SAPIENS"

Pour fidéliser son audience, *El País* a lancé un quiz avec cumul de points durant l'été. Chaque jour, les internautes pouvaient revenir sur la page Facebook ou sur le site web du quotidien et jouer au quiz afin d'augmenter leur score. Pour chaque jour, *El País* avait programmé des questions différentes. Le quotidien a utilisé son propre SSO (système d'authentification) pour que ses utilisateurs aient uniquement à insérer leur adresse e-mail et leur mot de passe pour participer au quiz. Si les participants ne possédaient pas de compte *El País*, ils devaient en créer un : une bonne façon de booster le nombre de comptes *El País* créés.

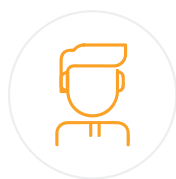
ROI



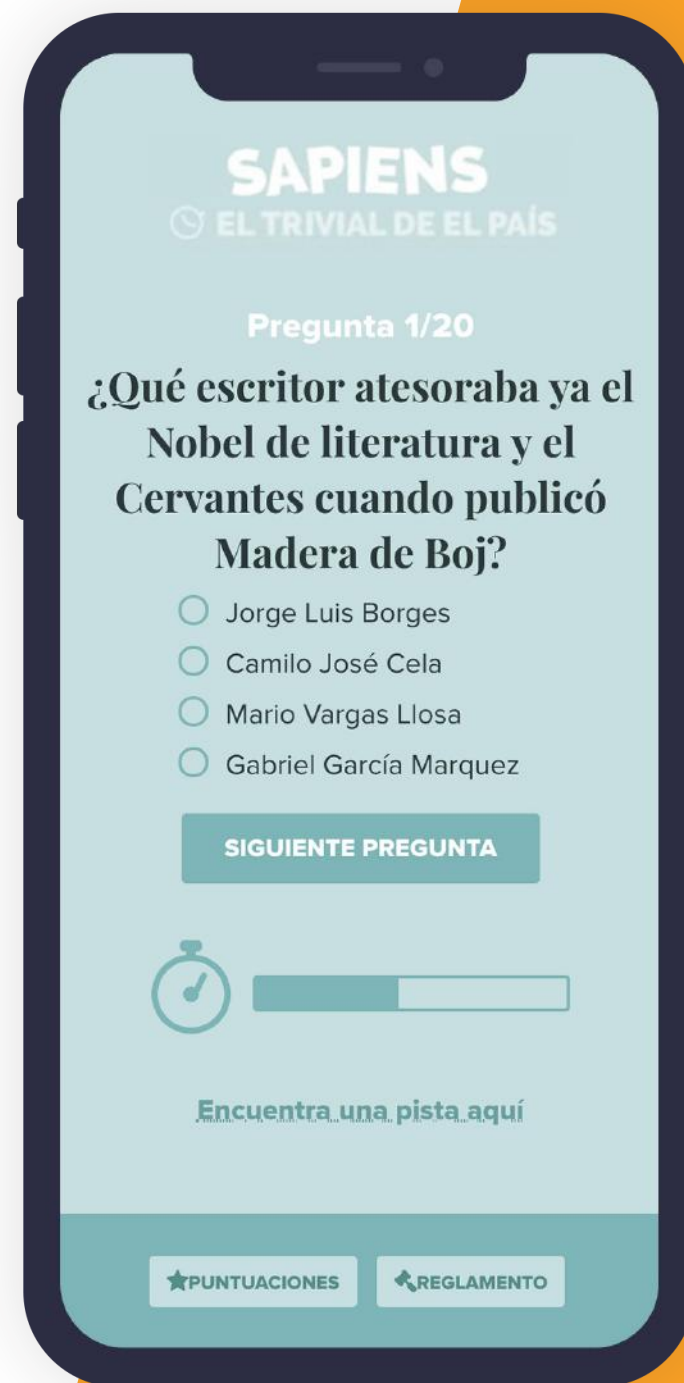
32 678
participations



6 099
nouveaux profils
collectés



Stabilisation du nombre
de comptes créés durant
la période creuse d'été,
historiquement en chute libre



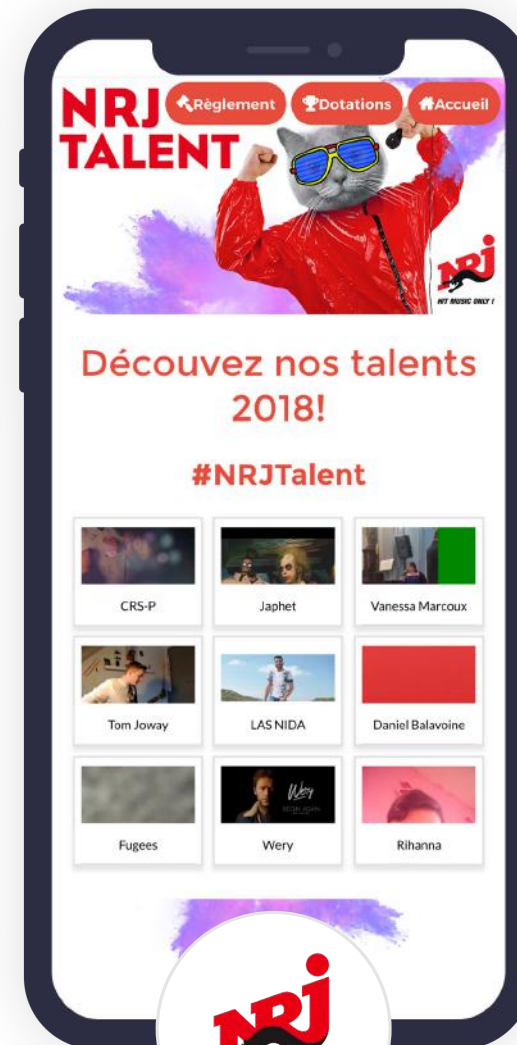
PLUS D'EXEMPLES DE NOS CLIENTS



ELLE



sanoma



NRJ
HIT MUSIC ONLY!

LE FIGARO · fr | Actu | Economie | Sport | Culture | Lifestyle | Madame | Editions abonnés | Figaro Store | FigaroTV | Santé | Etudiant | FigaroChic.cn | Histoire | Bourse | N

LE FIGARO · fr
télé avec TV

En Direct Magazine

News Séries **Le Scan Télé** Vidéos Programmes TV Horoscope +

Suivre Recherche

J'aime 60 Tweet 0

LE FIGARO · fr télé avec TV

Quel héros de série TV êtes-vous ?

Êtes-vous plutôt Daredevil ou Daenerys Targaryen ?
Phil Dunphy ou Piper Chapman ?

JEU-CONCOURS

À GAGNER :

Du 1^{er} prix au 4^{ème} prix :

L'intégrale des 8 saisons
de la série Dr. House
en DVD

Prénom * :

Nom * :

Code postal :

E-mail * :

☐ Je souhaite recevoir la grille et la sélection des programmes TV du jour

Envoyer

Règlement



Doctissimo

ACTUALITÉS SPORTS MA VILLE CULTURE & LOISIRS VIDÉOS PHOTOS YOU LA PARISIENNE ÉTUDIANT PRATIQUE ABONNÉS

Rechercher sur le site OK

Le Parisien

Abonnez-vous : à partir de 1€

IMMOBILIER AUTO IMMOBILIER D'ENTREPRISE SHOPPING ANNONCES MÉTÉO CIRCULATION COLOCATION BOUTIQUE MARCHÉS PUBLICS PUBLIEZ VOTRE ANNONCE

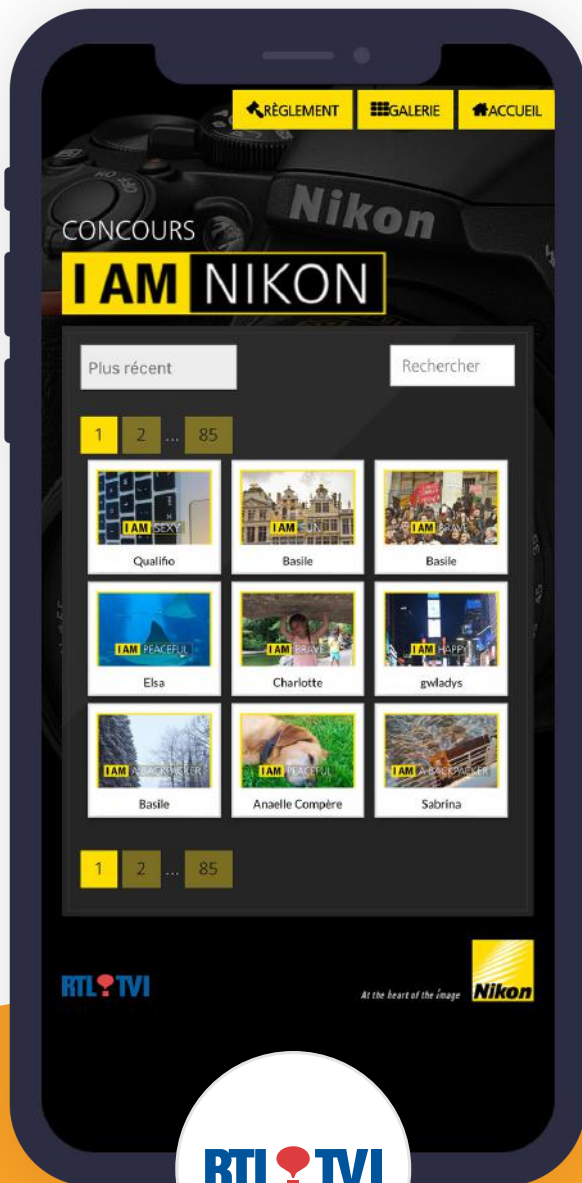
Partager Tweet 3+ 0

HITS DE L'ÉTÉ
SELON
Le Parisien

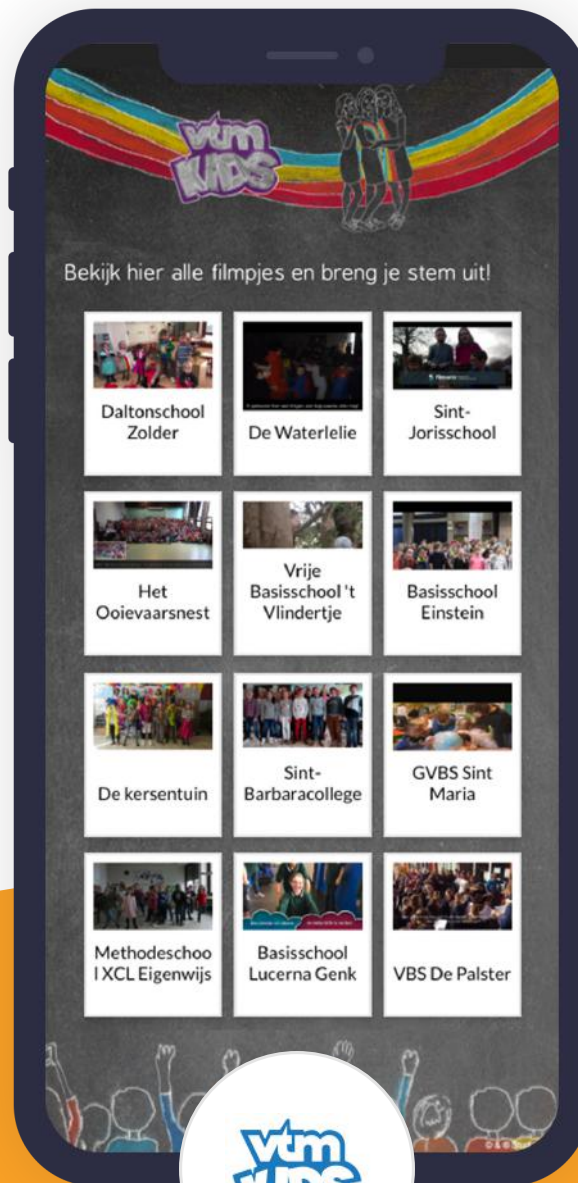
Ecoutez et sélectionnez vos 5 chansons préférées :

Shakira - Waka Waka (This Time For Africa) (Featuring Freshyground)	Boney M. - Sunny
Los Del Rio - Macarena	Pink - Get the Party Started
Maître Gims - Bella	The Jacksons - Blame It On The Boogie
Britney Spears - I Wanna Go	Cyndi Lauper - Girls Just Wanna Have Fun
Sean Kingston - Beautiful Girls	The Ting Tings - Shut Up And Let Me Go
Los Del Rio - Macarena	MGMT - Kids
Maître Gims - Bella	The Jacksons - Blame It On The Boogie
Britney Spears - I Wanna Go	Cyndi Lauper - Girls Just Wanna Have Fun
Sean Kingston - Beautiful Girls	The Ting Tings - Shut Up And Let Me Go
Los Del Rio - Macarena	MGMT - Kids
	The Jacksons - Blame It On The Boogie

Le Parisien



RTL TVI



vtm KIDS



LE SOIR



Pregunta 1/7

¿Qué crees que piensan los demás cuando ven tu cocina por primera vez?



- ☐ Me suelen decir que es bonita y acogedora. Siempre está ordenada.
- ☐ ¡Creen que es muy original!
- ☐ Procuro no enseñar a mis invitados la cocina.

SIGUIENTE PREGUNTA

Services
Newsletters
Montres
Auto
Vin
Phébé
Le Point Pop
f
t
Q
Identifiez-vous
Abonnez-vous

MENU
Le Point

Politique
International
Économie
Tech & Net
Culture
Débats
Sciences
Santé
Sports
Lifestyle
Afrique
Vidéos
Abonnés

Le Point

f
t
G
Réglement

Jeu-concours

Cap sur l'océan Indien cet hiver !






Tentez de gagner un séjour d'exception pour deux personnes à l'île Maurice avec Air Mauritius et dans le décor de rêve de l'hôtel cinq étoiles luxe Maradiva Villas Resort & Spa.

Valeur: **5 340€**



À gagner :

5 nuits en demi-pension au Maradiva Villas Resort & Spa
2 billets A/R avec la compagnie Air Mauritius à direction de l'île Maurice



Pour connaître les détails de l'offre, rendez-vous en bas de la page (*).

À vous de jouer !

Pour participer, merci de renseigner le formulaire ci-dessous :

Genre*
☐ Monsieur

lepoint.fr

LE SOIR
18° min 9°
-0.52% BEL 20 03/10 14-16
221 km

Actu
Sports
Culture
Économie
Débats
Blogs
Images
Victoire
Mag
Le Soir+

ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE AMÉRICAINE 2016

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

VS




Merci d'avoir participé à notre test.

Consultez tous nos articles [sur la présidentielle américaine dans notre dossier.](#)


Vous êtes plutôt Clinton
50 %


Vous êtes plutôt Trump
50 %



LE SOIR



Win een Rode Duivels Fan Flight beleving naar Rusland!

Inspireer de Rode Duivels op weg naar Rusland en kies welke iconische momenten een plek verdienen aan boord van Brussels Airlines' Trident.

Brussels Airlines zal onze Rode Duivels inspireren op weg naar Rusland - aan boord van het officiële Rode Duivels-vliegtuig de Trident. Als lezer van HLN beslis jij exclusief welke stukjes Belgische voetbalgeschiedenis vereeuwigd worden in het vliegtuig.

Stem uitgebracht? Dan maak je kans om zelf mee te vliegen naar Sochi om onze Rode Duivels aan te moedigen.

De foto's met de meeste stemmen uit elke van deze 5 categorieën gaan mee aan boord:



[Uit de oude doos](#)



[De gouden jaren](#)



[De huidige generatie](#)

CE QUE DISENT NOS CLIENTS...

"Notre campagne a été un vrai succès car il s'agit d'une mécanique très addictive. Qui plus est, nous n'avons pas limité la participation, donc les chiffres sont assez impressionnants : plus de 210 000 parties et 1 500 comptes Gulli créés en trois semaines !"
— Virgine Proteau, Directrice adjointe au Digital chez Gulli



"Nous avons besoin de pouvoir mettre sur pied différents formats de façon intuitive, afin d'économiser sur le temps de développement. Dans le contexte éditorial d'aujourd'hui, caractérisé par un rythme effréné, il s'agit d'un temps précieux que nous ne pouvons pas nous permettre de perdre."
— Andy Stevens, Special Projects Editor chez De Standaard



"Travailler avec la plateforme Qualifio pour ce projet a été à la fois facile, rapide et économique. Nous avons construit très facilement les interfaces et formulaires, et les internautes chargent massivement leur vidéo sur les pages dédiées. Le helpdesk de Qualifio est hyper réactif pour nous aider dans les questions de formats et de conversion."
— Marie-Paule Lemmens, Responsable du projet The Voice Belgique à la RTBF



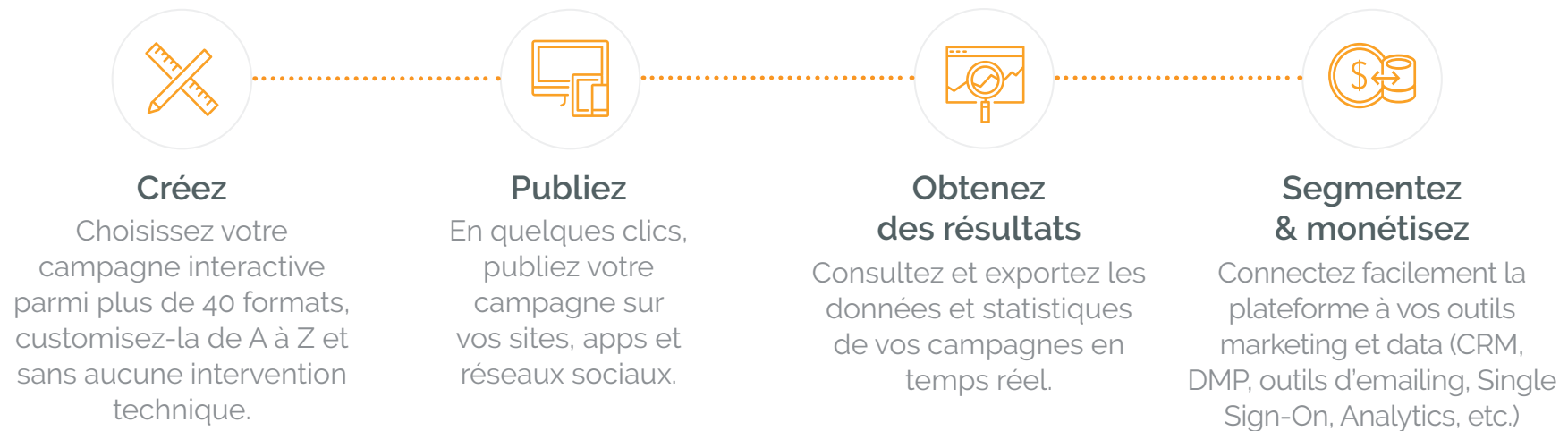
"Chez Euronews, comme dans tous les grands médias, l'un des enjeux est de proposer des formats adaptés aux nouveaux modes de consommation de l'information de nos audiences. Ceci suppose de proposer, sur nos supports digitaux, des interactions qui donnent la parole à nos visiteurs, à travers différents types de formats interactifs tels que les sondages. C'est ce que Qualifio va nous aider à faire, et qui nous permettra de continuer à proposer de l'information de qualité tout en la rendant plus dynamique, interactive et encore plus accessible au plus grand nombre."
— Youva Bouzidi, Responsable des Produits Digitaux chez Euronews



QU'EST-CE QUE QUALIFIO ?

Qualifio est la plateforme SaaS de référence en Europe pour le marketing interactif et la collecte de données. Elle permet aux médias, marques et agences de créer et de publier facilement du contenu interactif sur des sites web, des applications mobiles et des réseaux sociaux. Quiz, concours, enquêtes, tests, jeux animés et plus de 40 autres formats innovants leur permettent de collecter des données et de développer, engager, qualifier, segmenter et monétiser leurs audiences digitales.

COMMENT CA MARCHE ?



www.qualifio.com

DEMANDEZ UNE DEMO

Réservez votre démo avec des exemples personnalisés

DEMANDER UNE DÉMO

Besoin de plus d'infos d'abord ?

CONTACTEZ NOUS

Envie de recevoir plus de contenus de ce genre ? [Inscrivez-vous à notre newsletter](#) - conseils d'experts, études de cas, conseils RGPD, vidéos, webinaires gratuits et autre contenus de qualité envoyés directement dans votre boîte mail.



www.qualifio.com