

7 CAMPAGNES INTERACTIVES DE **FOOTBALL** IDÉALES POUR COLLECTER DES LEADS ET SEGMENTER VOS CLIENTS

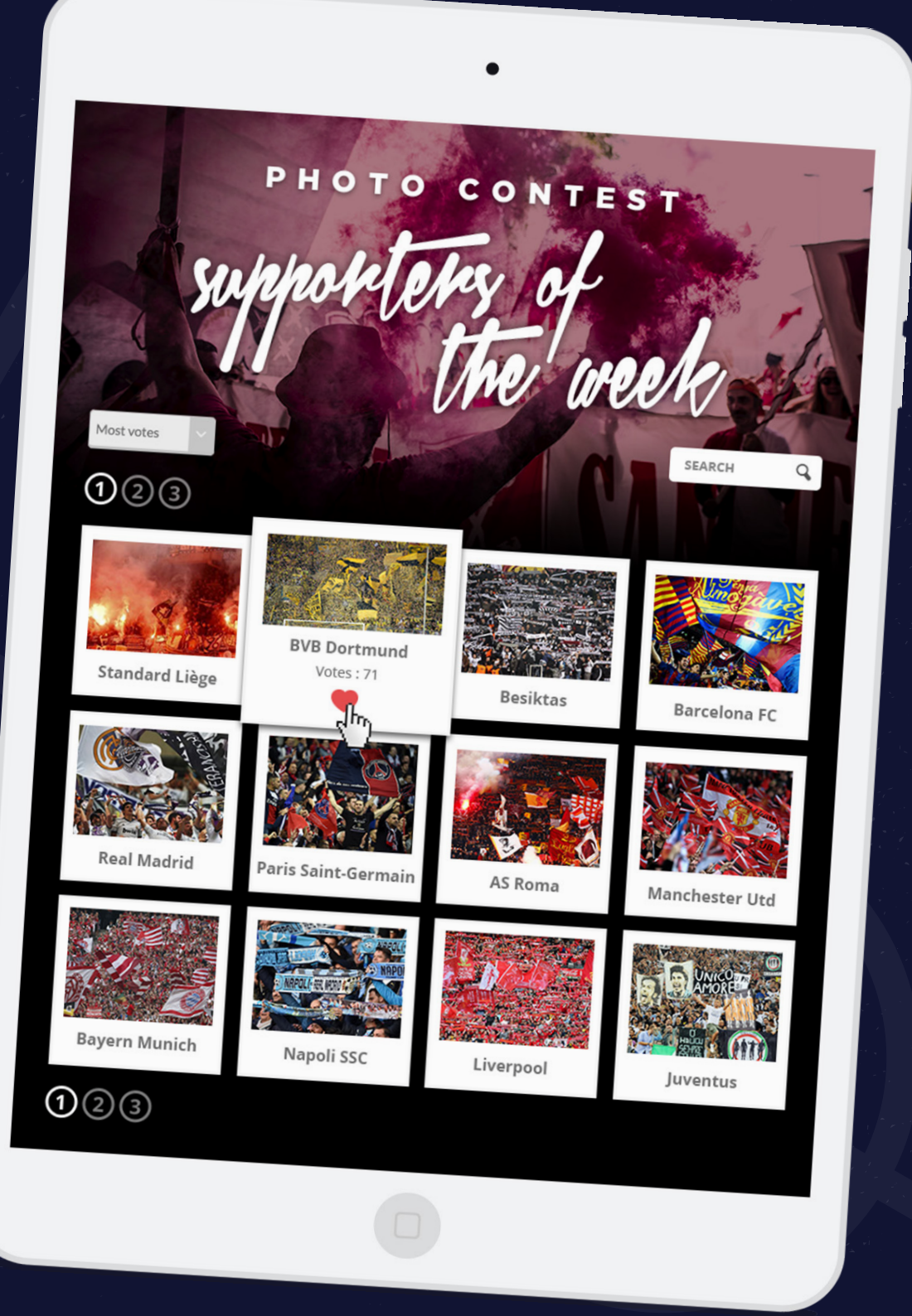


LA COUPE DU MONDE FIFA 2018 ARRIVE ! VOTRE MARKETING EST-IL PRÊT POUR LA SAISON DE FOOT ?

Les millions de personnes regardant, suivant, recherchant, postant sur Facebook et Twitter montrent l'étendue de l'impact de la Coupe du Monde. Vu l'intérêt mondial pour cet événement sportif, de nombreuses marques et entreprises média vont tenter d'attirer l'attention de ceux qui la suivent.

Vous réfléchissez à vos opérations marketing pour la Coupe du Monde et vous n'avez pas encore trouvé LA bonne idée ? Vous voulez vous différencier des concurrents, attirer et retenir vos clients ? Si c'est le cas, voici nos exemples de campagnes marketing interactives engageantes sur le thème du football. Vous pouvez créer celles-ci en quelques clics avec la plateforme Qualifio.

Prêt.e pour une dose d'inspiration ? C'est parti !



1. CONCOURS PHOTO / SUPPORTER DE LA SEMAINE

Créez un concours invitant chacun à envoyer leur meilleur moment de supporter en photo. Publiez la galerie sur votre site, page Facebook, ou même sur un mini-site dédié. Vous pouvez ensuite inviter votre audience à voter pour le meilleur supporter de la semaine.

POURQUOI CE FORMAT

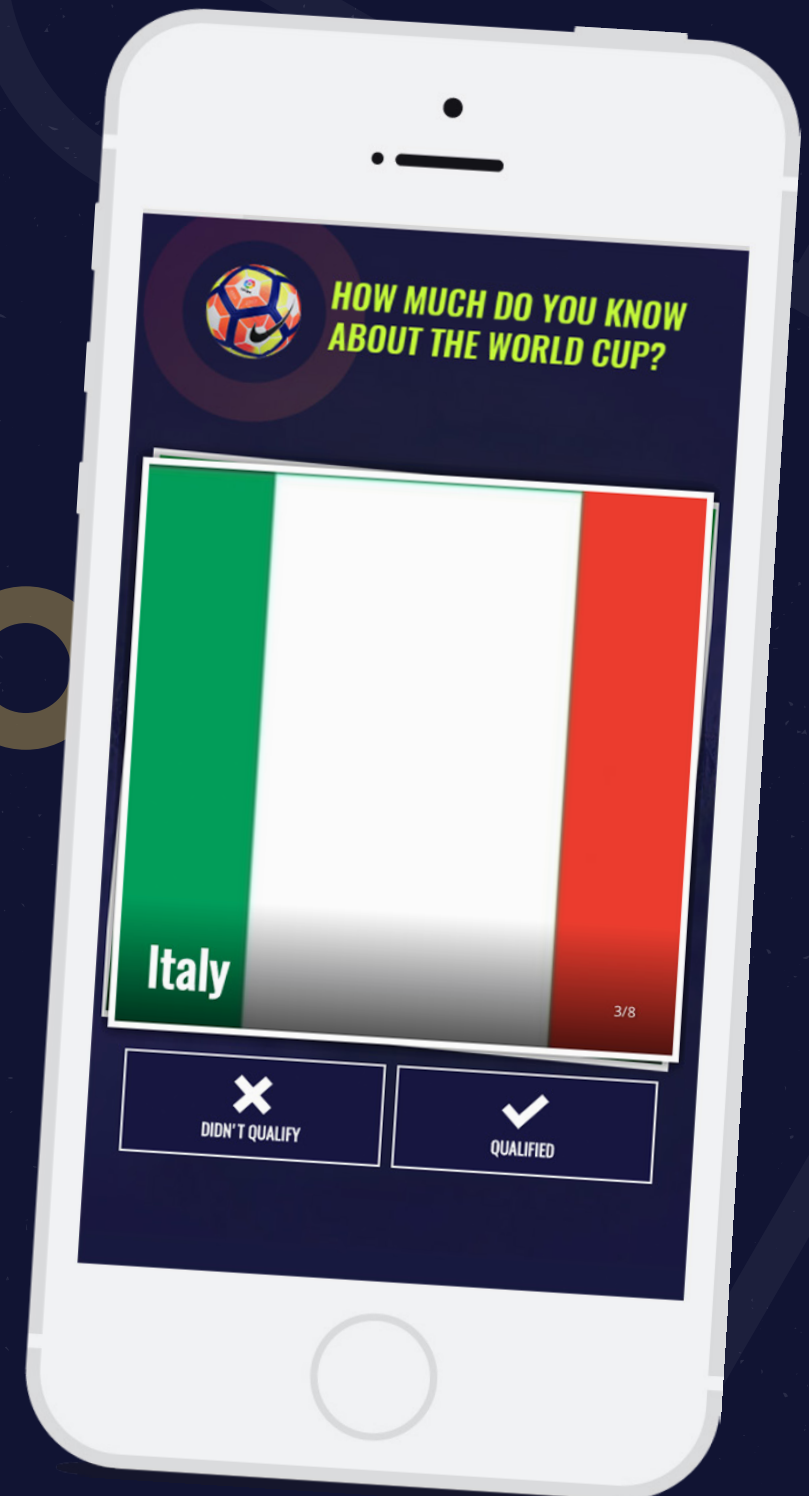
Ce type de campagne récurrente est idéal pour retenir votre audience. Chaque semaine, vous pouvez publier un nouveau concours et faire revenir régulièrement les participants sur vos canaux à travers celui-ci.

2. QUIZ SWIPER / À QUEL POINT CONNAISSEZ VOUS LA COUPE DU MONDE ?

Engagez votre audience en testant leurs connaissances sur la Coupe du Monde à travers d'une campagne de style Tinder ! Ce format est fun, innovant, et idéal pour les appareils mobiles. Sont-ils de vrais fans ? Voici quelques idées pour le découvrir : Pouvez-vous retrouver les joueurs qui étaient sur le terrain pour la finale de la Coupe du Monde en 2014 ? Pouvez-vous deviner, grâce à une image de célébration, quelle équipe a remporté la Coupe du Monde ? Choisissez les pays qui se sont qualifiés pour la Coupe du Monde. Est-ce que ces pays ont déjà accueilli la Coupe du Monde ?

A LA RECHERCHE DE QUELQUE CHOSE SIMILAIRE ?

Notre format Swiper ne se limite pas à des quiz ; il est disponible pour trois types de campagnes ! Vous pouvez aussi créer un test de personnalité style Tinder (ex : quel type de supporter êtes-vous ?) ou un sondage (ex : permettre aux personnes de composer leur équipe pour la Coupe du Monde).



Allianz 

MAN OF THE MATCH

Kies jouw favoriete speler!
Choisis ton joueur favori!
Choose your favorite player!



Rubén
Martínez



Olivier
Deschacht



Kara Mbodji



Uros Spajic



Andy Najjar



Stéphane
Badji



3. SONDAGE / QUI EST L'HOMME DU MATCH ?

Quel était le meilleur joueur ? Avec ce type de sondage, vous pouvez permettre à votre audience de voter et s'exprimer pendant et/ou après le match ! Prenons par exemple cette campagne réalisée par le club de football belge RSCA, en partenariat avec leur sponsor, l'entreprise de services financiers allemande Allianz. Une fois leur vote validé, les participants pouvaient voir les joueurs les plus populaires et gagner une rencontre avec eux ou des tickets pour le match.

BESOIN D'UNE ALTERNATIVE ?

Offrez à votre audience la possibilité de noter la performance de chaque joueur après le match.

4. VOTRE PRONOSTIC PERSONNEL

Les participants prédisent le score final d'un ou de plusieurs match(s). Ils peuvent ensuite partager leur pronostic avec leurs amis sur les réseaux sociaux. Vous sélectionnez par la suite le(s) gagnant(s) sur base du résultat réel du match.

POURQUOI CE FORMAT

Ce type de campagne a un grand potentiel de viralité, parce qu'elle crée de l'interaction avec votre audience, mais encore plus entre vos participants. Le pouvoir d'engagement de ce format apparaît en deux phases : d'abord quand vos participants font leurs pronostics, puis quand le score réel est révélé ("Je le savais !").



TOP/FLOP OF THE WEEK

RATE THESE COACHES
FROM BEST TO WORST



ROBERTO
MARTÍNEZ



DIDIER
DESCHAMPS



JOACHIM
LÖW



JULEN
LOPETEGUI



JORGE
SAMPAOLI



5. CLASSEMENT / LES MEILLEURS ENTRAÎNEURS DE FOOT

Les participants classent les entraîneurs de foot dans leur ordre de préférence en déplaçant les différentes propositions. Vous pouvez créer autant d'éléments que vous voulez, et choisir exactement combien (ou un nombre minimum et maximum) d'éléments les utilisateurs vont devoir classer pour valider leur participation.

BESOIN D'UNE ALTERNATIVE ?

Vous pouvez aussi ajouter des éléments multimédia comme des vidéos ou fichiers audio pour illustrer. Classez des joueurs, goals, maillots, drapeaux, hymnes, et bien plus !

6. ENQUÊTE / QUEL PAYS SUPPORTEZ-VOUS POUR LA COUPE DU MONDE ?

Faites intervenir vos internautes ! Créez un sondage ou un vote et illustrez vos questions et vos réponses par des images, des vidéos ou de l'audio. Quel pays supportez-vous ? Quel pays sera le gagnant cette année ? Une fois le vote de vos internautes validé, affichez un récapitulatif de leur sélection et les entrées les plus populaires.

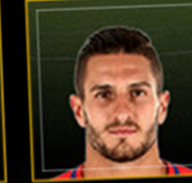
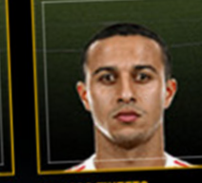
POURQUOI CE FORMAT

C'est une bonne façon de surfer sur l'actualité, de générer du trafic et peut-être de découvrir qui dans votre audience est intéressé par le football grâce aux bons pixels de reciblage (Facebook, affichages publicitaires...).





TWITTER LIVE RANKING SPAIN TEAM

 2.530 TWEETS	 2.240 TWEETS	 2.050 TWEETS	 1.970 TWEETS
 1.800 TWEETS	 1.750 TWEETS	 1.210 TWEETS	 1.060 TWEETS
 1.020 TWEETS	 910 TWEETS	 880 TWEETS	 760 TWEETS

7. LE TWITTER LIVE RANKING

Ce format vous permet de monitorer toutes les conversations de comptes ou hashtags spécifiques sur Twitter. Vous pourrez par exemple suivre ce qui se passe sur la Twittosphère à propos de votre équipe, joueur ou match préféré.