

Le Marketing interactif et la collection de données prospects dans le secteur du tourisme et du transport

Si vous exercez une fonction marketing dans le secteur du tourisme et du transport, vous savez que la communication du voyage est compétitive et représente un vrai challenge. Plus que dans n'importe quel autre secteur, vos campagnes et votre message doivent sortir du lot : être créatifs, interactifs, viraux et personnalisés pour engager votre communauté, générer des leads, segmenter votre audience et, en définitive, augmenter vos chiffres de ventes.

Qualifio est la plateforme européenne de référence pour créer des campagnes marketing interactives et collecter des données prospects. Elle permet aux entreprises d'accroître, engager et segmenter leurs audiences sur tous leurs canaux web, applications mobiles et réseaux sociaux.

Dans ce document, nous avons rassemblé un best-of des meilleures campagnes de nos clients dans le secteur du tourisme, afin de vous inspirer et de vous montrer comment ces campagnes leur ont permis d'atteindre leurs objectifs marketing.

Développez votre audience et faites le buzz

Parce que votre entreprise et votre audience sont internationales, vos campagnes doivent pouvoir toucher un public large et mondial.

Club Med : Devinerez-vous où se trouve notre nouvel hôtel?

Ce que Club Med a fait : Pour faire du bruit autour du lancement de leur nouvel hôtel, Club Med a créé une campagne simple sous la forme d'un concours d'une page, demandant à leur audience de deviner quelle serait sa localisation. Les participants étaient aidés par des indices répartis sur un mini-site dédié.

Le résultat : Lancé dans 25 langues différentes, ce concours s'est répandu de manière virale dans chacun des pays de la campagne. Il a permis à Club Med d'augmenter à la fois le trafic de son site web et le nombre d'inscrits à sa newsletter, grâce à un opt-in placé à la fin du formulaire de concours.



47%
d'inscriptions
à la newsletter



L'astuce geek: Cette campagne était ouverte à 25 pays. Chaque pays avait son propre mini-site et sa propre langue. En utilisant Qualifio, Club Med a créé ces sites web locaux sans une seule ligne de code ; ils ont simplement dupliqué la campagne originale et traduit les textes.

Segmentez votre base de données & personnalisez vos communications

02

Dites-moi comment vos prospects voyagent, je vous dirai qui ils sont. Les campagnes autour du thème du voyage ne peuvent être généralistes : pour avoir de l'impact, elles doivent être personnalisées sur base du profil de chacune de vos cibles.

GlobeSetters par Doctissimo* : "Quel globe-trotter êtes-vous ?"

Ce que GlobeSetters a fait : Pour pouvoir segmenter sa base de données et personnaliser ses flux de communication, GlobeSetters avait besoin de collecter des informations précises sur les membres de sa communauté, telles que la taille de leur famille et leur style de vacances préféré. Un test de personnalité contenant quelques questions bien pensées leur permit d'y parvenir facilement.

Résultat : Grâce à cette campagne, GlobeSetters a pu personnaliser ses newsletters sur base du profil de chaque inscrit, ce qui a fait augmenter fortement le taux d'ouverture des emails.

JEU CONCOURS

Règlement The Globe-Setters Society

QUEL GLOBE-TROTTER ÊTES-VOUS ?
GAGNEZ 1 BON D'ACHAT DE 500€
AVEC
THE
GLOBESETTERS
SOCIETY

QUESTION 1 / 7

La dernière fois que vous êtes parti, c'était :

- ☐ Un voyage organisé avec des amis.
- ☐ Un séjour dans votre famille.
- ☐ Un trek dans le désert.

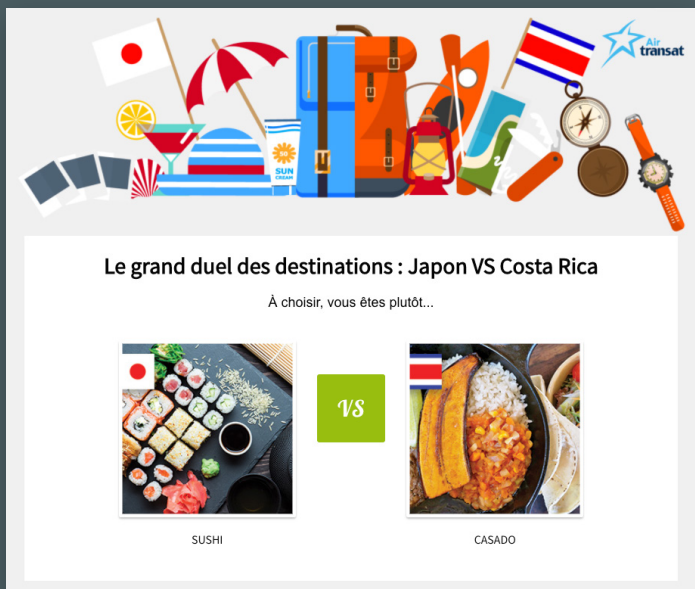
SUIVANT

+9000
profils uniques
collectés



L'astuce geek : Ce format de test permet de révéler la personnalité du participant sur base des réponses que celui-ci sélectionne. En utilisant un pixel Facebook différent pour chaque profil, vous pouvez facilement recréer ces différentes audiences dans le Gestionnaire de publicités de Facebook et ainsi cibler vos publicités !

*Doctissimo est le site web français de référence sur la santé et le bien-être. Il est détenu par le groupe Lagardère.



eDreams : Traditionnel ou audacieux ?

Ce qu'eDreams a fait pour sa marque Go Voyages : Devriez-vous communiquer de la même manière avec les voyageurs rêvant d'aventure et avec ceux qui aiment les vacances plus "traditionnelles" ? Pour sa marque Go Voyages, eDreams a utilisé le format Battle afin d'augmenter le taux d'engagement de son audience et de collecter des données sur les préférences de ses visiteurs. Au travers d'un questionnaire court et amusant, eDreams a pu savoir quel type de destination chaque participant préférait.

Résultat : Ce format court mais engageant a permis à eDreams d'augmenter son taux de conversion, en reciblant chaque participant avec le bon message autour de sa destination favorite.



L'astuce geek : Ce format de campagne est parmi les plus simples et rapides à mettre en place dans Qualifio. Un bon plan lorsque vous êtes pris par le temps !



03

Laissez votre audience s'exprimer et créez un sentiment de communauté

Le marketing autour du voyage est résolument conversationnel : vos campagnes doivent donner à vos prospects l'occasion d'exprimer leurs envies et de partager leurs expériences - cela vous permettra d'obtenir plus d'engagement de leur part.

OuiBus : La plus belle photo de vacances

Ce que OuiBus a fait : Les souvenirs de vacances sont faits pour être partagés. C'est dans cet esprit que OuiBus a organisé un concours photo, dans lequel les participants devaient partager leur meilleure photo de vacances via la campagne. Ils étaient ensuite invités à voter pour leur photo préférée parmi celles des autres participants.

Résultat : Grâce à cette campagne, OuiBus a pu augmenter son taux d'engagement et le volume d'interactions entre les membres de sa communauté.

NB: Les photos ne sont pas le seul format de concours possible dans Qualifo. Les participants peuvent soumettre et voter pour des photos, des GIFs, des vidéos ou des textes. C'est vous qui spécifiez le format et les tailles de fichiers qui seront acceptés dans votre campagne. in your campaign.



L'astuce geek: L'idée que des tricheurs viennent gâcher votre concours vous inquiète ? Faites comme OuiBus : limitez les participations sur base de l'adresse e-mail ou IP du participant. OuiBus a également opté pour l'envoi d'un e-mail de validation personnalisé à chaque inscrit afin de s'assurer de la qualité des données récoltées. Ils ont ainsi évité les spams, robots et autres fausses informations.

+1400
photos
uploadées



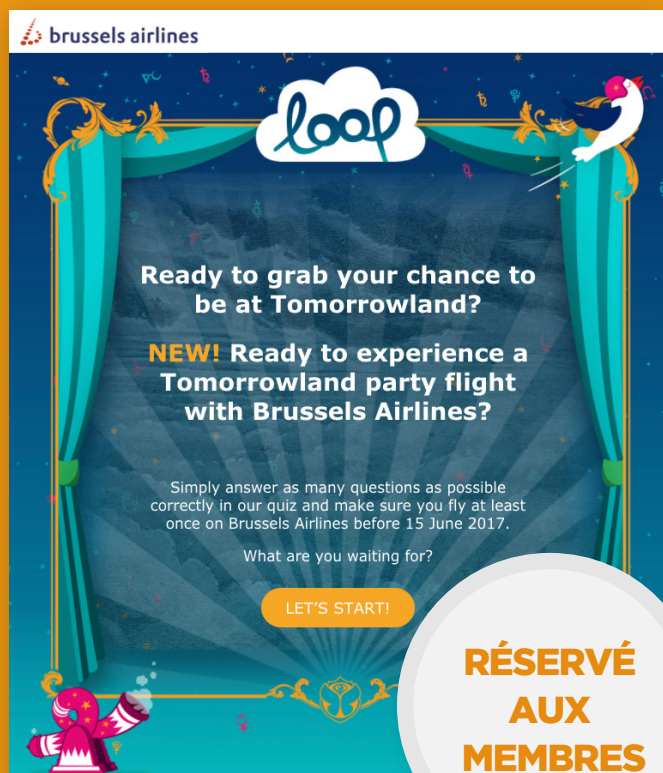
Fidélisez vos clients

Votre communication ne peut pas être un one-shot. Vos campagnes doivent pouvoir engager et fidéliser vos clients sur le long terme en leur offrant les contenus qui leur correspondent, et ce de manière régulière.

Brussels Airlines : Retenez votre chance tous les jours

Ce que Brussels Airlines a fait : Afin de continuer à engager les membres de son programme de fidélité Loop, la compagnie aérienne a utilisé un quiz leur donnant une chance de remporter des tickets pour le festival Tomorrowland.

Résultat : Cette action a permis à Brussels Airlines d'atteindre plusieurs objectifs. Premièrement, la marque a pu définir qui, parmi son audience, était intéressée par le festival en question. Deuxièmement, elle a encouragé les participants à revenir quotidiennement : chaque joueur ne pouvait tenter sa chance qu'une seule fois par jour. La compagnie aérienne a également récolté des opt-ins pour sa newsletter. Encore mieux : Brussels Airlines a réussi à donner envie aux non-membres de s'inscrire au programme Loop afin de profiter des mêmes avantages exclusifs !

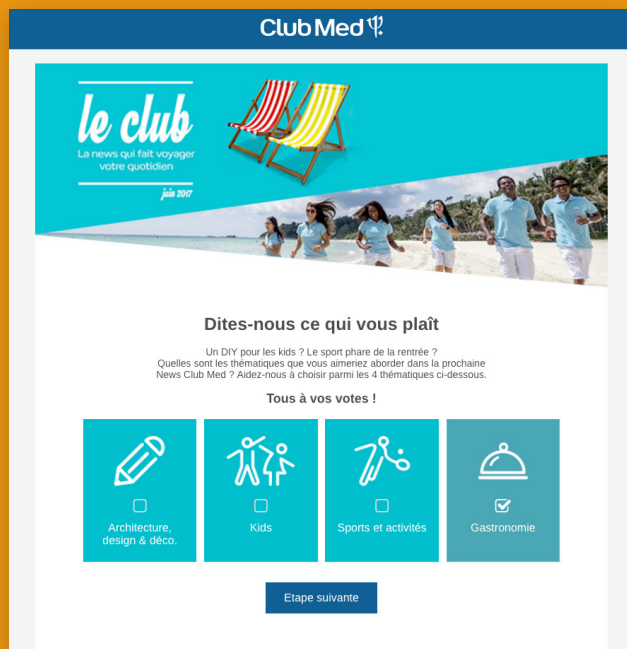


**RÉSERVÉ
AUX
MEMBRES**

Club Med France : Que voudriez-vous voir dans notre prochaine newsletter ?

Ce que Club Med France a fait : Afin d'obtenir plus d'engagement de la part des inscrits à sa newsletter, Club Med avait pour ambition de répondre aux attentes de chaque abonné. La marque a donc opté pour un sondage régulier, placé à la fin de chaque newsletter, dans lequel les lecteurs étaient invités à choisir le sujet du prochain email qu'ils recevraient.

Résultat : En personnalisant le contenu de leurs e-mails, Club Med a réussi à augmenter ses taux d'ouverture et de clic, mais également le volume de trafic sur son site web.



L'astuce geek : Club Med France n'a pas eu à recréer un nouveau sondage pour chaque newsletter. Ils ont simplement dupliqué la campagne initiale et remplacé les différents sujets proposés. C'est aussi simple que ça en a l'air !

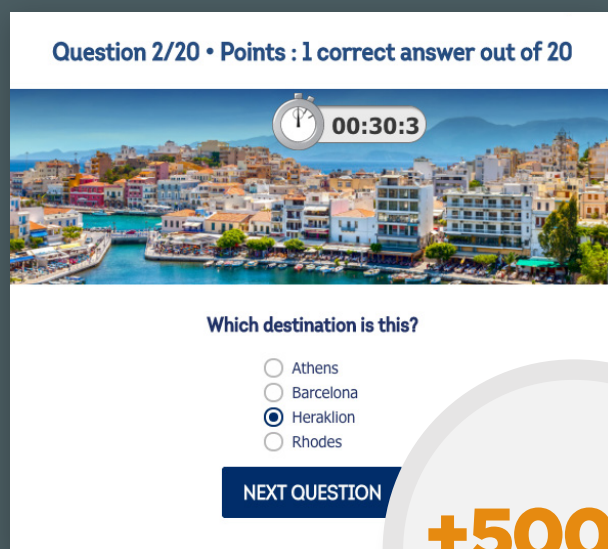
Reciblez vos participants avec des annonces publicitaires

Une fois votre audience segmentée grâce aux données collectées, utilisez ces données pour cibler les bons segments avec vos campagnes publicitaires.

Brussels Airlines : Saurez-vous reconnaître cette ville ?

Ce que Brussels Airlines a fait : Brussels Airlines voulait trouver un moyen de recibler certains segments de prospects en fonction du style de voyage (city trip, nature, plage, etc.) Pour cela, ils ont créé un quiz divertissant dans lequel les participants devaient retrouver une ville sur base d'une photo, avec une question sur leurs préférences de voyage à la fin du formulaire.

Résultat : Cette mécanique a aidé Brussels Airlines à augmenter le taux de conversion de leurs annonces publicitaires en ligne.



+50000
affichages



L'astuce geek : Dans le formulaire d'identification, Brussels Airlines a demandé aux participants quel était leur type de voyage préféré. Sur cette base de cette information, un tag DoubleClick déclenchait une campagne de reciblage publicitaire.

06

Plus d'exemples de nos clients

Holland.

WIN EEN VERBLIJF IN DE GELDERSE STREKEN

Regio Arnhem Nijmegen Rivierland Veluwe

Geef het juiste antwoord op 4 vragen over Gelderland en WIN EEN VAN DE VIER VERBLIJVEN voor 2 personen.

In elk van de Gelderse streken is er een verblijf voor 2 personen te winnen. We verwennen je ook met een diner en nog andere leuke extra's.

[Speel mee!](#)

ASIA 4 INVENTEUR DE VOYAGES EN ASIE - PACIFIQUE

DESTINATIONS VOTRE VOYAGE VOLS OFFRES SPECIALES SERVICES PASSION D'ASIE

PREPAREZ VOTRE VOYAGE

MEILLEUR DE RECHERCHE

DECOUVREZ NOS CIRCUITS EN GROUPE

PARTEZ EN CIRCUIT PRIVÉ

COMPOSEZ VOTRE VOYAGE SUR-MESURE

VIVEZ DES SEJOURS INOUBLIABLES

Votre conseiller Asia

au 08 300 300 65
Numéro rouge 0 118 Sur
1700m au Lundi au
Vendredi 9h - 19h
Samedi (sauf 09h) 9h - 17h

Scènes de rue en Asie

ASIA 4

Bienvenue sur la 2ème édition de notre Grand Prix Photo du 16 février au 15 mai 2016

Postez vos photos et tentez de gagner des billets d'avion ou l'un de nos nombreux cadeaux !

[Poster une photo](#) [Voter](#)

AIRFRANCE

CELEBRA LA LLEGADA DEL A380 EN MÉXICO

216

AIRFRANCE AIRFRANCE AIRFRANCE

AIRFRANCE AIRFRANCE AIRFRANCE

AIRFRANCE AIRFRANCE AIRFRANCE

LE CLUB ACCOR HOTELS LOYALTY PROGRAMME

YOU ARE HERE

ACCOR HOTELS

wrong answer

The correct answer was : 73%

7

PICK THE GIFT OUR MEMBERS COULD NOT BENEFIT FROM THANKS TO THEIR POINTS (IN 2015) :

Meeting Serena Williams

VIP events (Roland Garros, World Cup...)

Dream Stays in our hotels

A trip to the moon

is! lines par Air France

isilines @isilines_officiel

Home About Photos Notes Videos isilines sur Instagram Posts Community Quiz spécial été Jackpot de l'été

[Create a Page](#)

LE GRAND JACKPOT de l'été

It's time to play !

À GAGNER CHAQUE JOUR !

Des A/R Paris-Londres, des bons de réduction et un iPad

Tentez vite votre chance !

A GAGNER

1 IPAD mini

FRAM

ez le bonheur avec

FRAM

Choisissez votre catégorie

Prenez-vous en photo

Téléchargez votre photo

Faites voter vos amis

Plus récent

Reche

1 2 3 4 5 6 7

Laurence Boxoen

Sandra Chevrier

dorothee graveline

maryse bonnet

Thomas crampe

Bruno GUITON

Clo Nunes

Françoise SABET SABET

Jal Alisse

1 2 3 4 5 6 7

FONT-ROMEUF

changez d'air, mude !

Grand JACKPOT

DU 18 AOÛT AU 28 AOÛT 2017

TENTEZ DE GAGNER

1 WEEK-END NATURE ET BIEN ÊTRE EN DUO

2 NUITS + 2 MASSAGES BIEN ÊTRE + 2 ENTRÉES BAINS + 2 REPAS

+ DESTICKETS QUAD + DES INITIATIONS GOLF + DES ENTRÉES POUR LES BAINS

Grand JACKPOT

week end

Désolé, Vous avez

PERDU

REJOUÉZ DEMAIN !

SHQIPTAR

airprishtina

LOJA SHPËRBLYESE

DEM BABA DEM

E thjeshtë si: 1, 2, 3!

1. Fillo - Bëjeni fotografinë në pozitë të drejtë.

2. Shto - Shtojani fotografisë motivet shqiptare.

3. Posto - Share dhe fitoni vota sa më shumë.

1 Fillo

2 Shto

3 Posto

Ju lutemi bëni upload foton këtu :

Drag & drop your file here

Browse

Vazhdo

font-romeuf

changez d'air, mude !

Grand CONCO

PHOTO HIVE

DU 4 AU 30 AOÛT

TENTEZ DE GAGNER

1 WEEK-END AU SKI POUR 2 PERSONNES

2 NUITS + LOCATION DE SKI + 2 ENTRÉES BAINS + 4 FORAITS

+ 2 FORAITS JOURNÉES + 2 FORAITS JOURNÉES POUR 2 PERSONNES

Plus de votes

Rechercher

1 2 ... 15

Laura PRIVAT

nathalie roucolle

nathalie roucolle

chantal bordaries

Olivier Fau

chantal bordaries

chantal bordaries

chantal bordaries

chantal bordaries

chantal bordaries

1 2 ... 15

VALIDER MON VOTE

Pourquoi une plateforme dédiée ?

07

Qualifio est la plateforme de référence pour créer des campagnes de marketing interactif et collecter des données. Elle permet aux médias, aux marques et aux agences de facilement créer et publier du contenu interactif viral sur leurs sites web, applications mobiles et réseaux sociaux. Quiz, sondages, tests et autres formats innovants leur permettent de collecter des données et de créer de l'engagement, ainsi que de développer, monétiser et qualifier leurs audiences digitales.

Qualifio permet aux équipes éditoriales, marketing, CRM et de ventes de créer et publier un large éventail de contenus interactifs en un temps record et à un

coût réduit, sans aucune connaissance technique.

Qualifio est conçu pour faire partie intégrante de votre écosystème de données. La plateforme s'intègre parfaitement avec vos outils techniques tels que votre CRM, CMS, e-mailing, Single Sign-On, Analytics, DMP ou même votre système de paiement.

Qualifio convient parfaitement aux entreprises qui ont de multiples marques et utilisateurs. En plus d'un accès à la plateforme, Qualifio fournit un support technique, des formations et des ateliers sur les meilleures pratiques, ainsi qu'un Studio pour créer des campagnes personnalisées pour les clients.

CRÉEZ VOS INTERACTIONS



QUIZ



CHRONO
QUIZ



INSTANT
GAGNANT



MEMORY



CONCOURS
PHOTOS



SONDAGE &
VOTE



CONCOURS
D'ÉCRITURE



TEST DE
PERSONNALITÉ



CONCOURS
VIDÉOS

ET BIEN D'AUTRES

PUBLIEZ SUR DIFFÉRENTS CANAUX



SITES WEB



MOBILE



MINI-SITES



FACEBOOK



PUBS
DISPLAY

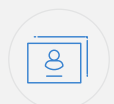


FLUX XML

MESUREZ VOS RÉSULTATS COLLECTEZ DES PROFILS



REPORTING
LIVE



CRM



SSO
(SINGLE SIGN-ON)



GOOGLE
ANALYTICS



DMP

**Vous voulez en savoir plus et discuter
des possibilités pour votre entreprise ?**

Contactez-nous