

Comment betevé s'est rapproché de son audience grâce au contenu interactif



betevé, média Barcelonais

betevé est une chaîne de télévision publique locale, orientée vers la région métropolitaine de Barcelone. Elle diffuse une programmation axée sur l'information, le service public et la proximité. Pour devenir la première source d'information de Barcelone en termes d'actualités locales, betevé est présent sur différentes plateformes : TV, radio, web et réseaux sociaux.

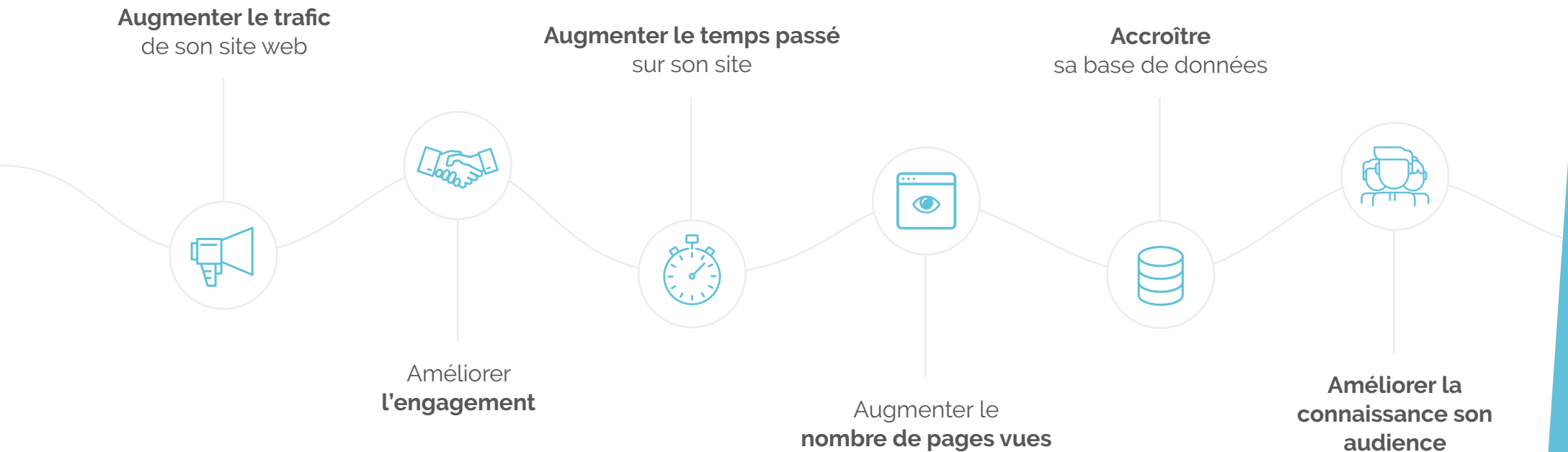
betevé



Le contenu interactif comme levier de croissance et d'engagement

La stratégie digitale de betevé vise, entre autres, à améliorer les indicateurs de performances liés à l'augmentation du trafic de son site web et au positionnement de sa marque.

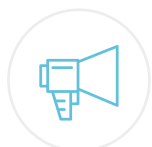
Les principaux challenges marketing de betevé sont les suivants :



Pour y parvenir, betevé a misé sur le marketing interactif répondant à ses besoins en termes d' :



Attention : le contenu interactif est **81 % plus efficace** pour attirer l'attention du public comparé au contenu statique ;



Efficacité : le contenu interactif augmente la **rétenction des messages de 79 %** par rapport au contenu statique ;



Optimisation du parcours d'achat : selon le *Content Marketing Institute*, le jeu est plus efficace au début du parcours d'achat (awareness/découverte) ;



Engagement : selon l'étude menée par Ion Interactive, le contenu interactif pourrait augmenter le **taux de soumission des formulaires jusqu'à 80 %**.

betevé a essayé différentes plateformes pour créer des quiz, toutes limitées en termes de personnalisation et de formats.

Dans sa recherche d'un outil plus complet, betevé a contacté Qualifio. Le média a été séduit par la facilité d'utilisation de la plateforme et par les 50 modèles de formats interactifs disponible : **quiz**, concours, tests de personnalité, **pop-ups promotionnelles**, jeux animés comme la **roue de la fortune**, etc.

Avec la plateforme Qualifio, betevé a trouvé un outil lui permettant d'être réactif face à l'actualité et de publier rapidement des contenus.

Quels sont leurs résultats ?

L'objectif de betevé est de devenir la première source d'information de Barcelone en termes d'actualités locales. Pour y parvenir, betevé vise à :



Améliorer l'engagement
de son audience



Augmenter le trafic
de son site web



Augmenter le temps passé sur son
site et le nombre de pages vues

Avec la plateforme Qualifio, betevé lance des campagnes marketing engageantes en utilisant différents formats interactifs. Le média évalue la performance de ses campagnes, analyse les données récoltées et parvient ainsi à trouver la bonne combinaison entre le contenu, le format et le public cible. Cela lui donne un avantage concurrentiel, permettant de fournir des contenus pertinents à ses lecteurs. Sa stratégie digitale et de contenu a considérablement évolué avec l'utilisation de la plateforme Qualifio.

Les données *first-party* récoltées grâce aux campagnes interactives permettent à betevé d'améliorer la connaissance de son audience et de fournir un contenu pertinent à ses lecteurs. Grâce au reporting en temps réel disponible pour chaque campagne, betevé peut évaluer quel type de contenu fonctionne le mieux, pour quel type d'audience, à quel moment et sur quelle plateforme, et ainsi lancer de nouvelles actions marketing ciblées.

Par exemple, lors de ses premières campagnes marketing, betevé a constaté que deux quartiers de la ville de Barcelone avaient un taux de participation plus faible que les autres. Les informations mises à sa disposition sur la plateforme ont permis au média de cibler cette audience non engagée avec une campagne de promotion.

Voici quelques exemples de campagnes

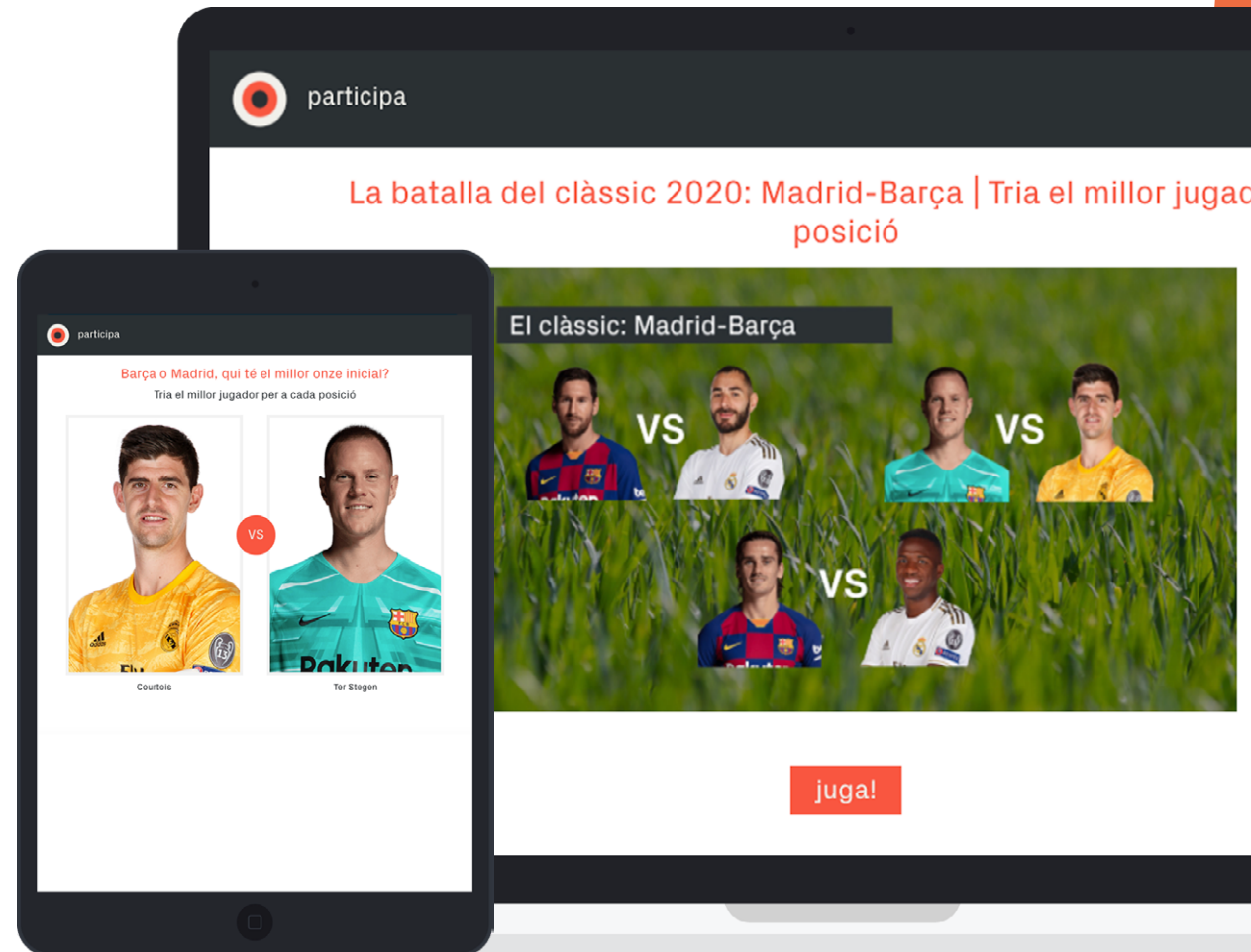


La battle nationale

Format : une battle

Pour communiquer sur un sujet aussi populaire que le football, et plus précisément sur un match entre les deux plus grandes équipes du pays, betevé a décidé de créer une battle en ligne. Les fans étaient invités à choisir leurs joueurs préférés entre le FC Barcelone et le Real Madrid pour constituer leur propre équipe de rêve.

À la fin de la battle, des graphiques automatiques avec un classement des joueurs les plus populaires étaient affichés.





La promotion du festival du film asiatique

Format : un puzzle, promu via une pop-up promotionnelle

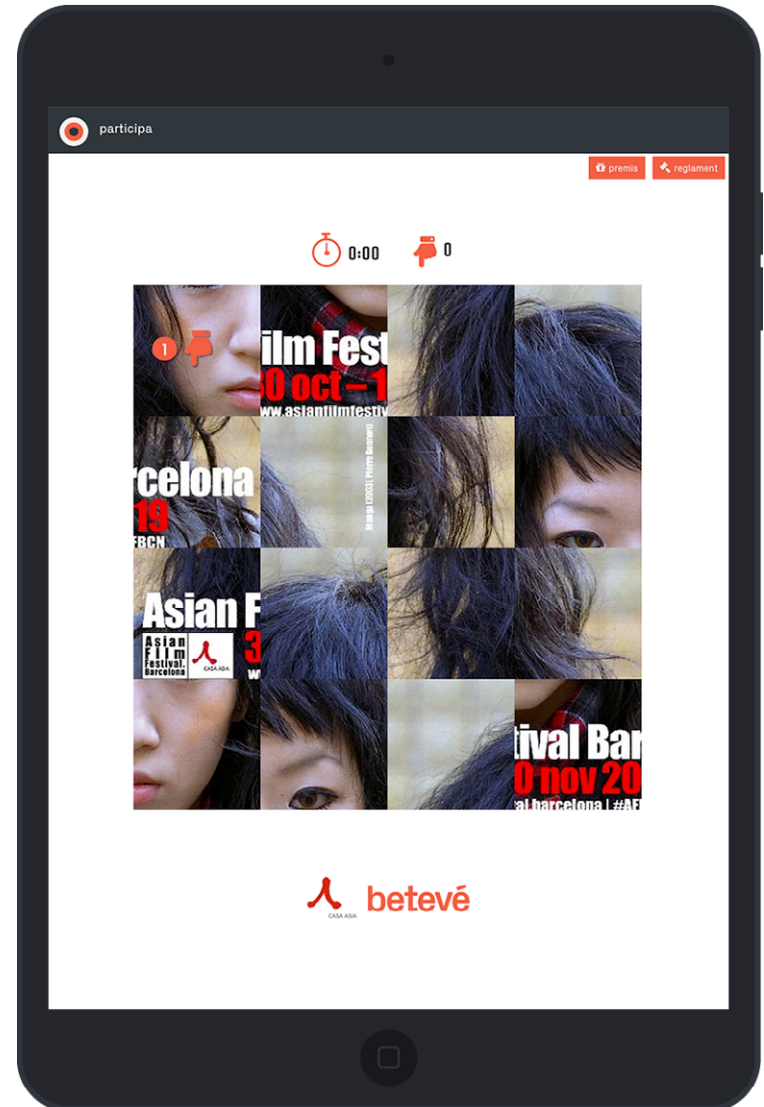
À l'occasion du festival du film asiatique de Barcelone, betevé a créé un puzzle sur base de l'affiche du festival. Les internautes étaient invités à reconstruire l'affiche le plus rapidement possible pour espérer être tiré au sort et gagner un des 12 double tickets mis en jeu. La campagne était promue sur la page d'accueil de la chaîne TV via un footer promotionnel, redirigeant directement vers le puzzle.



« Grâce aux campagnes interactives, nous challengeons nos utilisateurs et les encourageons à passer plus de temps sur notre site web afin d'accroître leur engagement et la notoriété de notre marque. Nous testons différents types de formats pour trouver ceux qui correspondent le mieux à nos objectifs. »

Rafel Luján

Responsable de la stratégie et de l'image de marque @ betevé





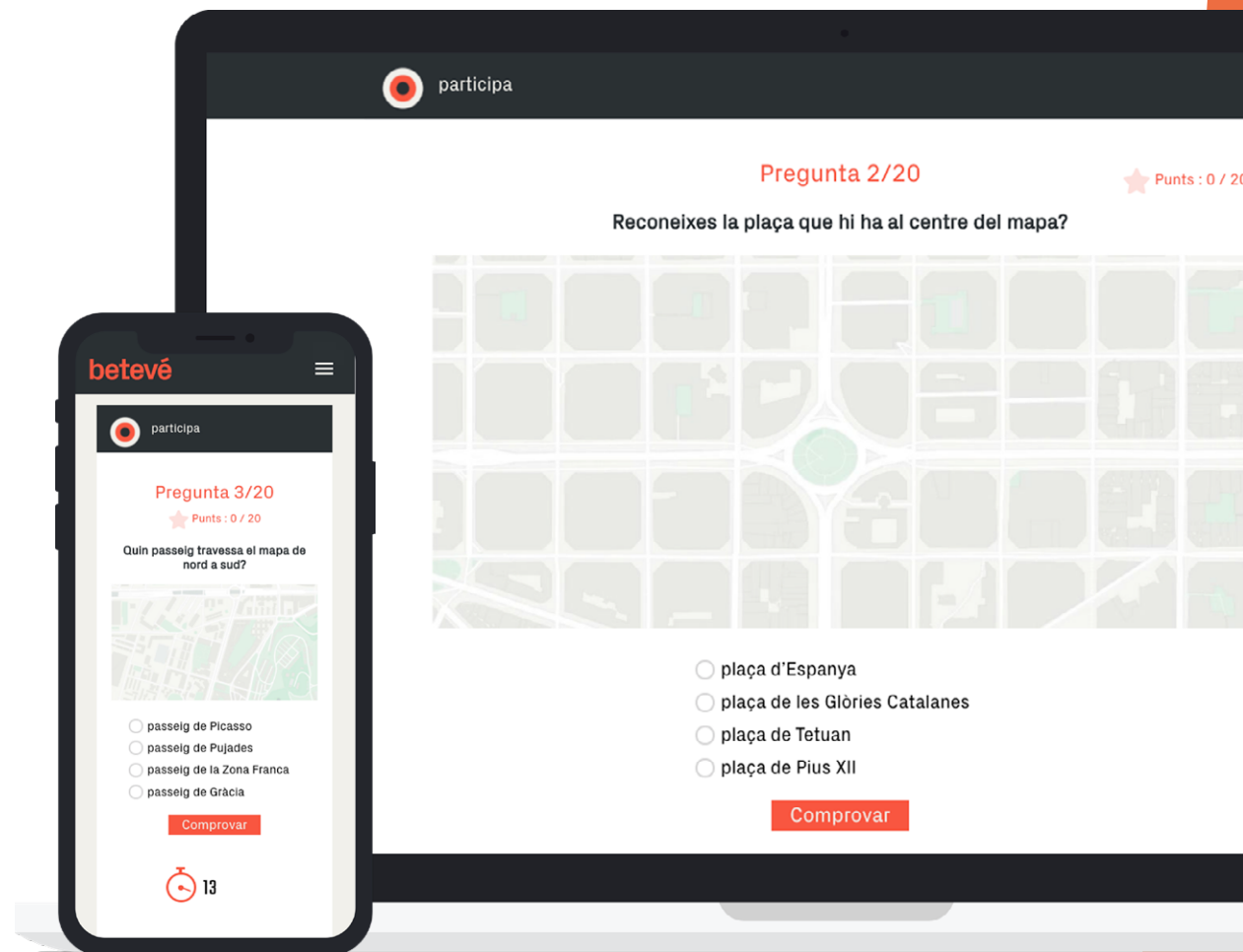
Le jeu d'orientation dans Barcelone

Format : un quiz avec des images

Le **jeu d'orientation** est une autre campagne qui a été lancée avec succès par betevé. Avec des cartes muettes comme seuls indices, les participants doivent répondre à différentes questions sur la ville de Barcelone comme le nom du bâtiment se trouvant sur la carte, le nom du quartier, de la station de métro, de la place, etc. Pour ajouter une difficulté supplémentaire et challenger davantage ses internautes, betevé a affiché un compte à rebours.

Selon betevé, le contenu interactif a montré de meilleurs résultats à long terme en ce qui concerne la notoriété et la visibilité, comparé au contenu statique.

La prochaine action lancée par le média ? Spécialisé dans l'actualité locale, betevé veut trouver la personne qui connaît le mieux Barcelone ! Affaire à suivre...





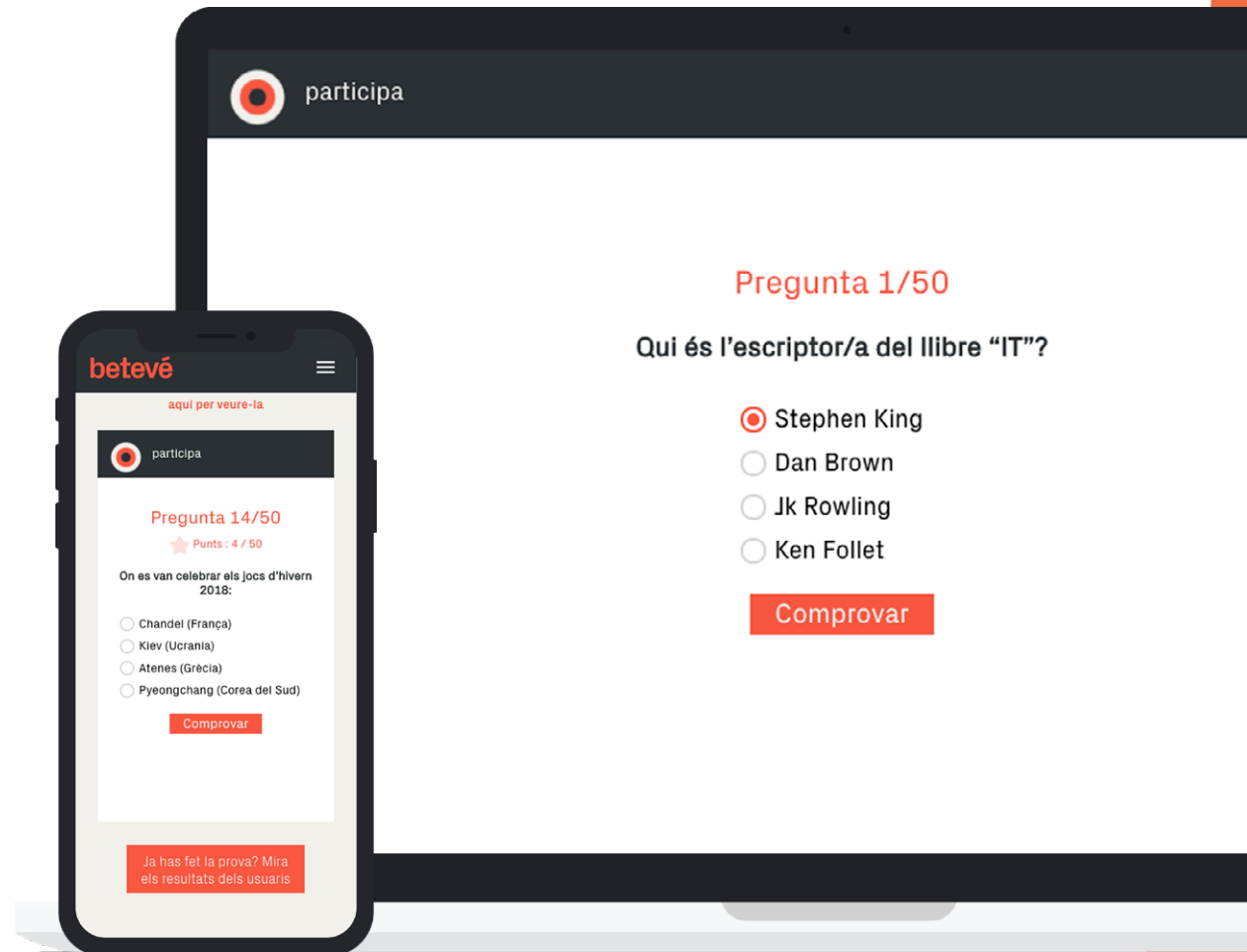
Le test de la *Guardia Urbana*

Format : un test

Pour cette campagne, betevé a eu un taux de participation inattendu. Le test est devenu viral sur les réseaux sociaux et a également été relayé par d'autres médias espagnols, tels que **Cope** et **La Vanguardia**. Ils ont décrit la campagne comme un « test de culture générale sur la *Guardia Urbana* [police municipale de Barcelone] qui triomphe en ligne ».

Tout a commencé lorsque betevé a décidé de publier du contenu sur le célèbre examen d'entrée de la police municipale de Barcelone. Il s'agit d'un test de 50 questions auquel 88 % des candidats échouent. Le média voulaient réagir rapidement pour surfer sur l'actualité.

Comme l'examen est public, betevé a décidé de reprendre les questions et de mettre au défi ses internautes. En moins d'une heure, le média a créé un test via la plateforme Qualifio et l'a publié sur son site web, en l'intégrant directement dans son article. Le lendemain matin, le test était devenu viral, et tout le monde en parlait sur Twitter.



Les internautes ont partagé leur score sur leurs réseaux sociaux et ont mis leurs amis au défi de faire mieux qu'eux !

+30 000

participants dans les
premières **48 heures**

+60 000

participants la
première semaine



La durée moyenne des sessions est de **5 minutes**,
contre 1 minute 30 auparavant.

Une augmentation de 233 % !

Quelques jours plus tard, betevé a analysé les réponses des internautes et publié un nouvel article résumant les **questions les plus faciles et les plus difficiles**.



« Nous avons été les premiers surpris par la viralité de cette campagne. Trois facteurs nous ont permis de faire de cette campagne un succès : l'idée originale du test de culture générale pour surfer sur l'actualité, la création rapide de ce test via un outil intuitif et les options de partage facilitant sa diffusion. »

Rafel Luján

Responsable de la stratégie et de l'image de marque @ betevé



Un dernier mot sur Qualifio ?

Pour betevé, la plateforme Qualifio permet à ses équipes, ayant pleinement adopté l'outil, de matérialiser leur créativité. Elle s'inscrit parfaitement dans son modèle économique actuel.



« Nous sommes très satisfaits de la plateforme Qualifio. Elle répond à nos besoins et objectifs en tant que média. Le helpdesk et notre account manager sont toujours là pour nous donner des feedbacks et des idées pertinentes pour nous aider à développer nos différents projets. »

Rafel Luján

Responsable de la stratégie et de l'image de marque @ betevé



**Demandez votre démo et découvrez comment créer et
lancer rapidement vos prochaines campagnes**

DEMANDER UNE DEMO



Qu'est-ce que Qualifio ?

Qualifio est la plateforme SaaS de référence en Europe pour le marketing interactif et la collecte de données. Elle vous permet de créer et de publier du contenu interactif (quiz, jeux-concours, enquêtes et plus de 50 autres formats) sur tous vos canaux et de collecter des données sur vos audiences pour mieux les engager, les qualifier, les segmenter et les monétiser.

Comment ça marche ?



CRÉEZ

Choisissez votre campagne interactive et customisez-la sans aucune intervention technique



PUBLIEZ

En quelques clics, publiez votre campagne sur vos sites, apps, réseaux sociaux ou sur un mini-site dédié



COLLECTEZ DES DONNÉES

Menez des campagnes 100% conformes au RGPD grâce à un ensemble de fonctionnalités dédiées



OBTENEZ DES RÉSULTATS

Consultez et exportez les données collectées et les statistiques de vos campagnes en temps réel



SEGMENTEZ & MONÉTISEZ

Connectez Qualifio à vos outils marketing et data (CRM, DMP, e-mail, automatisation, SSO, Analytics, etc.)

