

**Comment Vocento est arrivé à identifier plus de  
50 % de ses nouveaux visiteurs avec Qualifio**

---



# Contexte

Vocento est la **première entreprise espagnole de communication multimédia**. Grâce à la force de ses marques, Vocento est très présente dans tous les domaines de l'information et du divertissement : presse, suppléments, magazines, télévision, radio, production audiovisuelle, distribution de films et Internet, au niveau national, régional et local.

**ABC**

**EL DIARIO VASCO**

**mujerhoy**

**LA VERDAD**

**IDEAL**

Depuis plus de deux ans, Vocento utilise la plateforme Qualifio pour approcher 3 types de visiteurs, définis comme anonymes, prospects et visiteurs identifiés. Grâce à la gamification et la collecte de données, la société cherche à atteindre deux objectifs principaux :

- l'augmentation du nombre de visiteurs identifiés
- la segmentation des visiteurs



*« Pour notre quotidien ABC, plus de 50 % des visiteurs identifiés par mois viennent des actions marketing que nous mettons en place avec la plateforme Qualifio. Jusqu'à présent, le quotidien a créé à lui seul 500 campagnes marketing interactives. »*

**Laura Velasco**

Directrice de la stratégie client chez Vocento



À l'heure actuelle, de plus en plus de médias misent sur l'abonnement payant. Les grands titres issus du print ont basculé une partie de leur modèle vers le payant et accumulent les abonnés 100% numériques. Afin de s'adapter à ce nouveau business model, Vocento vise tout d'abord à améliorer la connaissance de son audience, non seulement pour la création de contenu adapté mais également pour proposer des publicités pertinentes aux internautes, au bon moment. Et c'est là que Qualifio intervient et devient un partenaire clé.



## LES DIFFÉRENTS TYPES DE VISITEURS DE VOCENTO



**Visiteurs anonymes** : leurs comportements sur le site web sont enregistrés via un *cookie*. S'ils ne reviennent pas sur le site dans les 90 jours, toutes leurs informations disparaissent.



**Prospects** : la seule donnée personnelle connue est l'adresse e-mail. La navigation du prospect est similaire à celle d'un visiteur anonyme, sauf que ses informations ne disparaissent pas au bout de trois mois.



**Visiteurs identifiés** : ils sont connectés, Vocento connaît leurs informations et leurs comportements en ligne. Le prochain gros challenge pour l'entreprise : convertir les visiteurs identifiés en abonnés payants.

# Le défi

---

Vocento est un groupe composé de différentes marques média, il leur fallait donc un outil adapté aux besoins de chaque marque et facile d'utilisation.



Nécessité de **segmenter** les visiteurs : genre, âge, intérêts, préférences, etc ;



**Monétiser** leur base de données visiteurs ;



**Inciter les visiteurs à s'identifier** ;



**Fidéliser et engager** ses visiteurs pour les inciter à revenir sur ses médias ;



**Intégrer le nouvel outil avec ceux utilisés par Vocento** : tous les outils doivent être capables de communiquer entre eux (DMP, SSO, Marketing Automation, etc.).

# La solution

Avec l'utilisation de Qualifio, Vocento dispose désormais d'un outil pour créer des campagnes marketing interactives et ainsi collecter des données qualifiées et pertinentes sur ses audiences pour les segmenter par la suite et leur envoyer des communications ciblées.

## 1. Segmentation de la base de données visiteurs

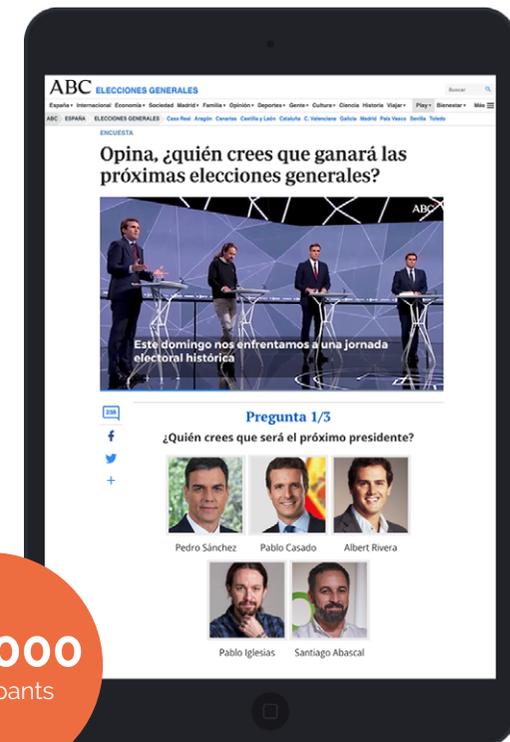


### VISITEURS ANONYMES :

Le genre et l'âge sont demandés lors des campagnes interactives, à l'aide d'un formulaire. Toutes ces informations sont ensuite envoyées vers la DMP de Vocento grâce à une intégration avec la plateforme Qualifio. Grâce aux données récoltées sur son audience, Vocento peut vendre des espaces publicitaires à un prix plus élevé et les annonces peuvent être beaucoup plus ciblées.

**Par exemple**, Vocento sait que les personnes d'une certaine tranche d'âge sont intéressées par la politique, parce qu'elles ont participé à un quiz lié à un débat électoral et ont également visité la section politique du site web.

Campagne pour le débat électoral du 10 novembre en Espagne :





## PROSPECTS :

Le visiteur participe à une campagne interactive avec son adresse e-mail, et donne son consentement via un opt-in pour être ensuite contacté avec des offres ciblées.

Toutes les **informations collectées** (données socio-démographiques, d'intérêts, de préférences, participations aux campagnes, etc.) sont ensuite envoyées vers leur **outil de marketing automation** afin de segmenter leurs différentes audiences. Des communications ciblées et personnalisées sont ensuite envoyées à chacun de ces segments.



## VISITEURS IDENTIFIÉS :

les données nécessaires (nom, prénom, e-mail, âge, genre, etc.) sont collectées via un **formulaire**. En échange de ces données, le média offre une récompense aux participants (une réduction, un cadeau, etc.). Après leur identification sur le site web des médias Vocento, ils ont la possibilité d'utiliser leurs mêmes identifiants pour participer aux campagnes créées avec la plateforme Qualifio et cela, grâce à une **intégration SSO**.

Exemple de campagne ayant obtenu 10 100 participations, dont 5 877 nouveaux participants ; et 13,5 % CTR.

### CONCOURS STAR WARS

10 100

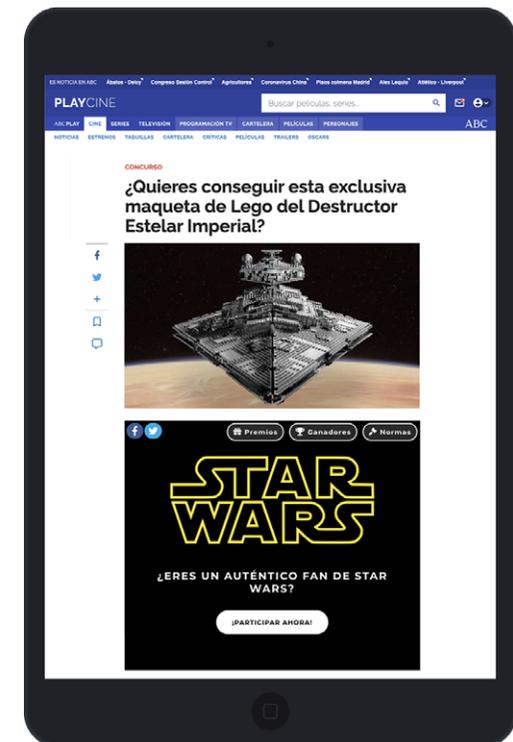
participations

5 877

nouveaux participants

13,5%

CTR



## 2. Monétisation de la base de données visiteurs



Les formats de **campagne les plus populaires** et permettant une segmentation élevée sont vendues à des annonceurs ;



Grâce à une publicité segmentée, Vocento a un plus grand **impact** sur les visiteurs, qu'ils soient anonymes ou enregistrés ;



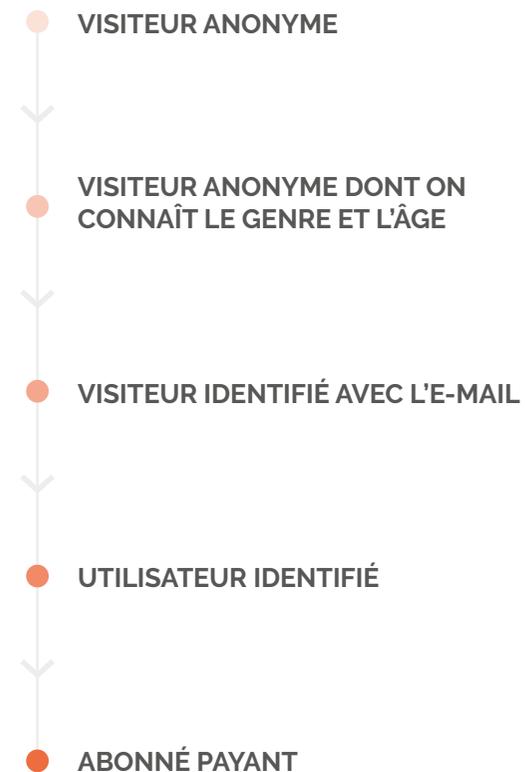
Vocento augmente son nombre d'**abonnés payants**.



« Pour nous, l'acquisition de nouveaux visiteurs identifiés est un véritable atout. Nous disposons désormais d'une base de données exploitable et monétisable, autant pour les équipes éditoriales, marketing ou commerciales. »

**Laura Velasco**

Directrice de la stratégie client chez Vocento



### 3. Fidélisation et engagement

À l'aide d'un *iframe*, Vocento intègre ses campagnes interactives directement dans les articles rédigés par son équipe éditoriale. Ce type de campagnes attirent beaucoup de participation et augmente le taux d'engagement des visiteurs. De plus, elles incitent tout type de visiteurs à revenir sur les différents médias de Vocento.

### 4. Intégration avec les outils de Vocento

Vocento a connecté la plateforme Qualifio à ses outils de marketing et de data (CRM, DMP, SSO, etc.). Toutes les données collectées via la plateforme sont donc envoyées vers ses outils pour pouvoir en tirer parti.

# Pourquoi Qualifio ?

---

Vocento a décidé de miser sur la gamification et la collecte de données avec la plateforme Qualifio pour différentes raisons :



La **facilité** d'utilisation de l'outil ;



La **variété** des **formats interactifs** (quiz, test de personnalité, battle, etc.) ;



Les formats interactifs **addictifs et ludiques** ;



Une **collecte de données** conforme au RGPD ;



La facilité d'**intégration** avec d'autres outils ;



Une **facilité de gestion** de plusieurs comptes utilisateurs, avec différents rôles et niveaux d'accès à la plateforme.

# Effets positifs sur la méthodologie de travail

---

- Chaque média est maintenant capable de **monétiser** sa base de données, de **fidéliser** son audience et d'**augmenter le nombre de visiteurs identifiés** grâce à la gamification.
- Les équipes éditoriales et commerciales travaillent désormais ensemble. Les campagnes intégrées dans les articles des journalistes génèrent non seulement des **visites** mais également des **données** que les deux équipes peuvent exploiter.
- Les plus petits médias de Vocento profitent des actions créées via la plateforme Qualifio par de plus gros médias et les adaptent pour leurs audiences.

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.)

