

De l'information à l'interaction

La stratégie digitale du Toulouse Football Club



qualifio &



Il y a un an, la stratégie digitale du **Toulouse Football Club** (TFC) se résumait aux réseaux sociaux et à l'animation de leur million d'abonnés. Un an plus tard, le club toulousain nourrit de grandes ambitions, tant sur le plan sportif que business, avec une stratégie axée sur trois enjeux majeurs :



La réaffirmation de leur ancrage local,

en recréant un lien avec leur communauté de manière physique et digitale.



L'innovation,

en accélérant leur transformation digitale pour répondre à l'attente des supporters.



Leur responsabilité sociétale et environnementale,

un engagement très important pour le TFC qui a d'ailleurs remporté le **prix Philippe Seguin** récompensant le club professionnel le plus actif sur le terrain de la RSE.

Afin d'en apprendre davantage sur la stratégie digitale actuelle du club et sur leurs objectifs marketing, nous avons échangé avec Sébastien Duhamel, directeur marketing, digital et communication du TFC. C'est parti !

De l'information à l'interaction

Avec les années, les attentes des supporters ont évolué. Le supporter d'aujourd'hui ne cherche plus uniquement à recevoir des informations sur son club et sur les matchs mais également à créer un lien et avoir un maximum d'interactions avec ce club. Cette tendance s'est accentuée avec la pandémie et la fermeture des stades. Pour le Toulouse Football Club, ça a été l'occasion de miser sur l'interactivité avec la plateforme Qualifio.



« Quand nous ne sommes plus capables de créer ce lien physique avec nos supporters, il faut arriver à le créer d'une autre manière et, en 2021, la meilleure manière de le créer c'est d'un point de vue digital. Ce qui nous a intéressé avec la plateforme Qualifio c'est que c'était une solution adaptée à notre niveau de développement. Qualifio nous permet de tester de nouvelles choses à moindre coût et de le faire de manière sereine dans le cadre des ressources qui sont les nôtres. C'est pour ça que nous avons foncé. »

Sébastien Duhamel

Directeur marketing, digital et communication @ TFC





La première campagne lancée par le club via la plateforme Qualifio témoigne d'ailleurs de cette attente des supporters pour des contenus plus originaux et interactifs. La campagne intitulée « *Quel joueur du TFC êtes-vous ?* » invitait les supporters à répondre à quelques questions pour découvrir le joueur correspondant à leur personnalité. Plus de **5 000 personnes** ont participé à la campagne, avec un **taux d'achèvement*** de **80 %**, deux fois plus que la moyenne.



« *Nous n'avions jamais fait ça auparavant. L'idée c'était de faire un premier test avec un format populaire, en racontant autre chose que de l'information de terrain pure. Et ça a marché, cette première campagne nous a montré qu'il y avait une attente et que nous n'étions pas en train de nous raconter des histoires.* »

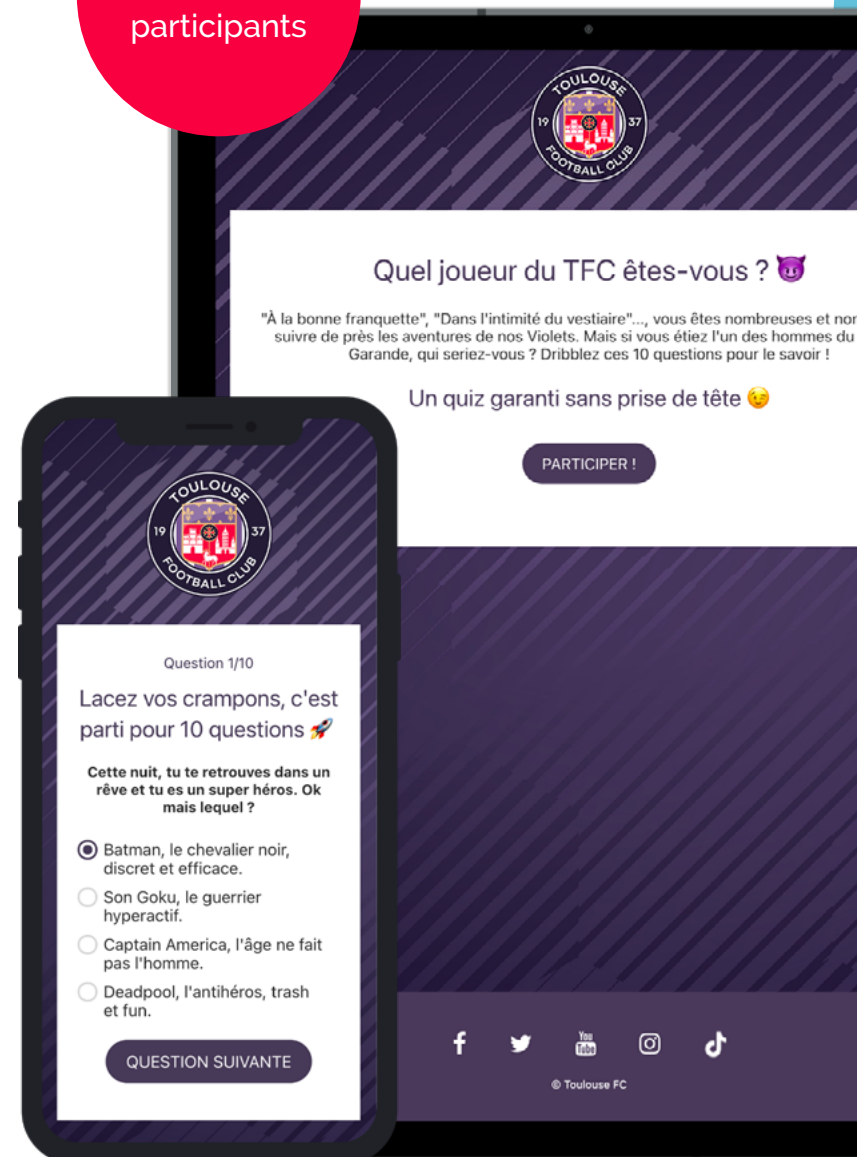
Sébastien Duhamel

Directeur marketing, digital et communication @ TFC



**Le taux d'achèvement indique la proportion des participations qui sont allées jusqu'à la fin de la campagne.*

+5 000
participants



Choisir son combat



« Nous vivons des temps qui sont compliqués en tant que club de foot. Plutôt que de vouloir tout faire, je pense qu'il faut être clair sur ce qui va vraiment faire la différence d'un point de vue communication, marketing et ROI. Notre combat, en tant que club de ligue 2 où c'est déjà plus compliqué de ramener des gens dans les stades qu'en ligue 1, c'est de se concentrer sur l'existant, c'est-à-dire nos supporters. Il faut que nous arrivions à trouver comment les adresser, leur parler, les engager avec des actions différentes et créatives, qui répondent à leurs attentes. »

Sébastien Duhamel

Directeur marketing, digital et communication @ TFC



En misant sur l'interactivité, le club toulousain vise à atteindre trois objectifs marketing :



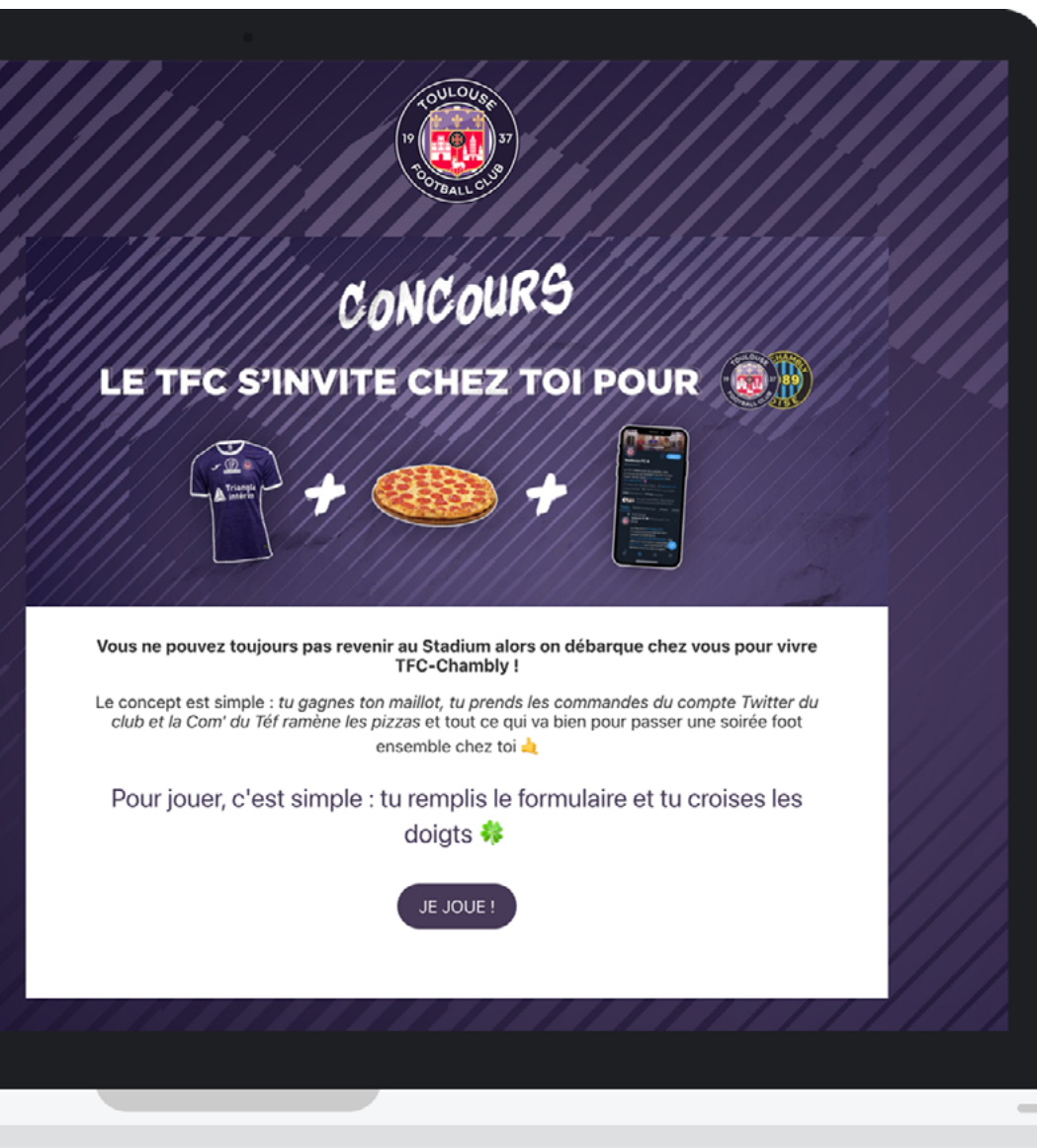
L'engagement et l'animation
de sa communauté de fans



L'augmentation de sa base
de supporters



La collecte de données à des
fins de personnalisation et de
segmentation



Un bel exemple d'une action différente et originale lancée par le TFC lorsque les stades étaient fermés, est la campagne « *Le TFC s'invite chez toi pour vivre TFC-Chambly* ». Le club s'est démarqué avec une expérience unique, promue sur ses réseaux sociaux. Via un tirage au sort, les fans avaient la possibilité de gagner un maillot et des pizzas livrés directement à leur domicile pour assister au match de l'équipe. Mais ce n'est pas tout. Aux côtés du community manager de l'équipe, le gagnant pouvait également commenter le match en direct sur le compte Twitter officiel de l'équipe.

1 105

participants

52%

de taux d'opt-in à la newsletter du TFC

Un argument supplémentaire pour les partenaires



« Nous ne sommes plus dans un format de partenariat basique. Aujourd'hui, les discussions que nous avons avec nos partenaires ne sont plus concentrées sur l'affichage dans un stade mais bien autour de l'impact digital que nous pouvons leur apporter et, avec Qualifio, nous sommes en capacité de mettre en place des activations co-brandées. L'idéal dans un futur proche, ça serait d'avoir des campagnes Qualifio directement incluses dans l'accord que nous avons avec nos partenaires officiels. »

Sébastien Duhamel

Directeur marketing, digital et communication @ TFC





Campagne de collecte de données, d'engagement ou co-brandée, le TFC essaye de trouver le bon équilibre entre ses différentes campagnes pour atteindre au mieux ses objectifs marketing. À l'occasion de son 84ème anniversaire, le club a lancé un quiz « vrai ou faux » sur son histoire, avec 84 exemplaires d'un poster collector à gagner. Pour booster les participations et augmenter sa visibilité, le club permettait aux participants de partager la campagne sur leurs réseaux sociaux en échange de points supplémentaires !

2 900

participants

31%

de taux d'opt-in à la newsletter partenaires

44%

de taux d'opt-in à la newsletter du TFC



La prochaine étape ?

Les données collectées grâce aux campagnes interactives sont envoyées vers l'outil d'e-mailing utilisé par le club à savoir Salesforce Marketing Cloud. La responsable CRM du TFC analyse ensuite, pour chacune des opérations, la part de nouveaux entrants et la capacité à aller chercher de nouveaux supporters dans la cible prioritaire du club, à savoir, les jeunes. Dans un deuxième temps, l'objectif du TFC sera d'avoir une segmentation qui soit de plus en plus fine, avec une définition claire de leurs personas et de la façon dont ils souhaitent les animer.



« Avec Qualifio, nous sommes capables en une heure de monter une campagne brandée, qui tient la route sur le fond comme sur la forme et qui nous apporte des résultats. Nous remplissons tous nos objectifs, à savoir : proposer des choses différentes, créer de l'interaction et récupérer de la donnée que nous sommes en capacité d'utiliser par la suite. »

Sébastien Duhamel

Directeur marketing, digital et communication @ TFC



Inspirez-vous d'autres clubs

Envie de découvrir d'autres success stories comme celle du Toulouse Football Club ?
Découvrez le cas client du PSG et du LOSC, champion de Ligue 1 !



Comment le Paris Saint-Germain
mise sur l'animation digitale pour
conquérir encore plus de fans

[Lire la suite](#)



Le jeu comme allié pour recruter
de nouveaux supporters : le cas
client du LOSC

[Lire la suite](#)

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.)

