

Étude de cas M6 Group

À propos

Le Groupe M6 est un groupe multimédia offrant une large gamme de programmes, de produits et de services : télévision, radio, publicité, production et acquisition de contenus, digital, e-commerce, cinéma, musique, évènementiel, etc. Le Groupe a progressivement étendu ses activités à travers des diversifications ciblées et des offres innovantes comme 6play, sa plateforme digitale lancée en 2013. Leur objectif : développer la complémentarité de leurs programmes afin de répondre aux attentes de leurs différents publics cibles et aux nouveaux modes de consommation.

Challenges



**Engager et animer
leur audience**



**Augmenter la
visibilité et la
viralité**



**Booster le nombre
d'abonnés à la
newsletter**



Fidéliser les visiteurs
en les encourageant
à revenir, grâce à des
animations ludiques et
engageantes

Résultats

5 851

opt-ins à la
newsletter Haier

57 000

participations

12 860

nouveaux profils
collectés

2 900

partages
Facebook

Comment ?

M6 a lancé un concours sur une période de 15 semaines ! Le groupe avait programmé différentes questions pour chaque semaine et limité les participations pour que chaque participants puisse jouer une seule fois par jour. Les participants devaient donc revenir toutes les semaines jouer au quiz pour augmenter leurs chances de gagner des téléphones Haier. M6 crée souvent des campagnes qui durent plusieurs semaines (avec des questions différentes pour chaque semaine ou avec des nouvelles questions dévoilées seulement à la fin de la semaine) pour encourager ses internautes à revenir sur ses canaux.

**Jouez et tentez de gagner
15 téléphones Haier V6**

Participez pendant 15 semaines
et jouez toutes les semaines
pour augmenter vos chances !

Civilité* Femme Homme

Email*

Nom*

Prénom*

Adresse*

Code postal*

Ville*

Date de naissance*