

Étude de cas RTL Belgium

À propos

RTL Belgium est une filiale du groupe audiovisuel RTL et le leader sur le marché des chaînes de télévisions et de radios francophones en Belgique. Le groupe détient trois chaînes regardées par plus de deux millions de téléspectateurs et deux radios avec près de 600 000 auditeurs quotidien. Sur le web, le site du groupe RTLinfo.be accueille tous les jours plus de 275 000 visiteurs qu'il anime, entre autres, grâce au contenu interactif.

Challenges



Engager &
animer
leur audience



Augmenter le
nombre de fans
sur les réseaux
sociaux



Booster le nombre
d'abonnés à la
newsletter et
la création de
comptes RTL



Augmenter leurs
revenus de sponsoring,
en donnant une plus grande
visibilité à leurs partenaires au
travers de contenus
co-brandés

Résultats

53%

opt-ins

19 555

participations

9 387

nouveaux
profils collectés

5 119

partages
Facebook

+5 000

fans Facebook
recrutés

Comment ?

Radio Contact, une des radios du groupe RTL Belgique, a offert une opportunité exceptionnelle à 180 de ses auditeurs. La radio a créé un tirage au sort avec comme prix à la clé : un weekend à Disneyland Paris et une entrée pour la fête VIP avec le DJ Henri PFR. Pour faire partie des 180 heureux élus, les participants devaient répondre correctement à une question sur Star Wars et valider leur participation en entrant leurs coordonnées. Dans le but d'augmenter sa communauté digitale, Radio Contact a également utilisé une Facebook Soft Gate incitant les participants à liker la page Facebook de la radio.

