

# 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.

