

Étude de cas

Volkswagen Belgium

À propos

Le contenu interactif permet à la marque Volkswagen d'employer un ton à la fois "intelligent" et ludique lorsqu'elle communique avec ses audiences digitales.

Challenges



Augmenter leur visibilité, leur viralité et le nombre de fans sur les réseaux sociaux



Améliorer leur image de marque et leur notoriété



Engagement
offrir des moments d'interaction à son audience

Résultats

3 300

participations

2 730

nouveaux profils collectés

Comment ?

Avec l'aide de leur agence créative DDB, Volkswagen Belgique a créé un quiz musical sans son dans lequel les internautes devaient deviner le nom de chanteurs ou groupes de musique à partir d'images de voitures. Une façon originale de mettre en avant son partenariat avec le festival de musique Pukkelpop en offrant des tickets au gagnant.

