

Modedemploi accompagne PriceMinister sur le terrain du marketing viral avec le jeu *Y a-t-il un gagnant dans l'auto ?*



L'agence de communication interactive Modedemploi a été choisie par PriceMinister pour la création d'une campagne de Buzz marketing autour du lancement de la nouvelle rubrique PriceMinister Auto. Une nouvelle création ludique et pédagogique qui invite les internautes à découvrir ce nouvel espace de vente en ligne pour gagner de nombreux prix dont une Peugeot 207 personnalisée.

PriceMinister met les gaz et mise sur le marketing viral

Le principe de ce jeu est très simple, les internautes sont invités à participer à un jeu de l'oie au cours duquel ils doivent répondre à plusieurs questions pour pouvoir participer à un tirage au sort leur permettant de gagner plusieurs lots.

Les questions posées aux internautes renvoient directement aux contenus de cette nouvelle rubrique. La campagne est envoyée par eMailing à la base de clients de PriceMinister, soit plus de 4 millions de personnes.

Avec *Y a-t-il un gagnant dans l'auto ?* PriceMinister entame sa deuxième campagne de marketing viral. Les objectifs du revendeur en ligne sont claires : communiquer tout en développant ses outils marketing.

« Nous souhaitons accompagner le lancement de cette nouvelle rubrique via une campagne de Buzz on line. En faisant le choix du viral nous confirmons notre intérêt pour cette stratégie marketing très porteuse. » déclare Thomas Beylot, Chargé de projet, responsable des partenariats, PriceMinister.

« En effet, nous entendons inviter nos membres à découvrir ou redécouvrir cette nouvelle rubrique. Mais nous souhaitons également accroître et qualifier notre base de contact.



Le marketing viral dispose de cet atout indéniable : il permet de communiquer auprès d'une cible tout en élargissant cette même cible. »

Accroître la diffusion d'un message via la cooptation

Les internautes participant à cette opération ont la possibilité d'augmenter le nombre de chances qu'ils ont de gagner au jeu en parrainant des personnes tierces et en les invitant à participer au jeu.

Pour tout nouveau contact, les joueurs bénéficient d'une chance supplémentaire de gagner.

« Le principe du parrainage est au cœur de cette opération. Nous serons en mesure d'évaluer sa réussite en fonction de la croissance de la base de notre client, » déclare Laurent Laforge, Président de l'agence Modedemploi.

« Nous constatons que cette demande est de plus en plus forte dans la relation agence de communication – annonceur. Nous proposons désormais à nos clients des campagnes de communication qui se positionnent comme de véritables outils interactifs conçus pour le marketing direct. »

Contacts Presse :

Elektron Presse

Paul Gillet
Tel : 01 46 34 51 39
e-mail : gillet@elektron-presse.com

Modedemploi

Laurent Laforge
Tel : 01 41 34 23 88
e-mail : llaforge@modedemploi.fr

À propos de Modedemploi :

Créée en 2000 par Laurent Laforge et Antoine Chauveau, Modedemploi est une agence de communication interactive spécialisée dans la communication pédagogique et ludique. Composée d'une équipe de 18 personnes, l'agence Modedemploi est organisée autour d'un pôle conseil, d'un pôle innovation et de quatre pôles de compétences métiers : création interactive, vidéo, print et mobilité.

Modedemploi dispose de nombreuses références prestigieuses : BNP Paribas, Bouygues Telecom, LG, Garnier, Gaz de France, Lilly, Roche Pharma, Groupama, Groupe Moniteur, Education Nationale,...

Pour plus d'informations, consultez le site de Modedemploi : www.modedemploi.fr

À propos de PriceMinister :

PriceMinister