

[RÈGLES D'OR]

6 ASTUCES POUR REUSSIR SON JEU MARKETING !

Actiplay, spécialiste des jeux marketing en ligne, dévoile 6 astuces pour faire de son jeu marketing un succès. Le jeu marketing permet de collecter des leads frais, qualifiés et fiables à 95%. Mais pour cela, il est nécessaire de respecter quelques bonnes pratiques : bien choisir sa dotation, adapter son jeu à sa cible, choisir le bon canal de diffusion...

6 Règles d'Or
POUR REUSSIR VOTRE
JEU MARKETING !

Règle n°1
1 JEU = 1 CIBLE

De par son universalité, le jeu marketing a la faculté de s'adapter non seulement à tous les objectifs (collecte de profils, animation de site...), mais également à toutes les cibles (senior, femmes...)

le savez-vous ?

Ces MÉCANIQUES PRÉFÉRÉES des Français sont :

- Quiz (13% des joueurs)
- Jeux à roues au sort (spinners) gagnants (47%)
- Jeux de stratégie et évasion (29%)

Il est important, avant même de se lancer dans la conception d'un jeu, de déterminer précisément quelle cible vous souhaitez toucher et quels objectifs vous devez atteindre. En fonction de ces éléments, on déterminera la mécanique de jeu à favoriser, les dotations à faire gagner, le canal de diffusion à privilégier, etc.

Quiz, tirage gagnant, gameplay, serious game, gamazine... le jeu pourra prendre plusieurs formes afin de toucher votre cible.

Règle n°1 : Adapter le jeu à la cible et aux objectifs de la marque : gameplay, quiz, serious game... ?

Règle n°2 : Proposer une dotation qui touchera la cible et valorisera la marque : bon d'achat, chèque, voiture... ?

Règle n°3 : Développer un jeu en responsive pour prolonger l'expérience utilisateur et ne pas passer à côté de 87% de la population française

Règle n°4 : Display, emailing,... Diffuser le jeu sur des canaux performants et ciblés

Règle n°5 : Accompagner le jeu d'un règlement, gage de sérieux pour les joueurs et de sécurité pour la marque

Règle n°6 : Engager les contacts immédiatement après la collecte

Pour découvrir les règles d'or, [CLIQUEZ ICI](#)

* Données statistiques issues d'une enquête réalisée via un formulaire interactif envoyé par emailing. Cette enquête porte sur les français et les jeux marketing. Enquête réalisée du 5 au 18 juin 2015. Nombre de répondants constituant l'échantillon représentatif : 1626.

A propos d'Actiplay

Actiplay permet aux marques de toucher leur cible par le jeu en utilisant deux leviers : la diffusion de campagnes digitales sur son réseau international (des millions de joueurs chaque jour) et la réalisation de jeux marketing sur tout support. Actiplay s'appuie sur ses plateformes technologiques pour la diffusion des campagnes comme pour la collecte de profils qualifiés, avec un objectif permanent de Retour sur Investissement pour la marque. Actiplay compte plus de 500 références clients : Sephora, Lufthansa, Roquefort Société, NRJ, Toyota, Carrefour, HomeAway, Toys'R'Us, Publicis Group ou encore France Télévisions.

Contact presse

Aurore Vinzerich (Directrice Communication)

aurore.vinzerich@concourmania.com – 05 24 07 82 58 / 06 61 45 51 83