

LIVRE BLANC NOËL

● LIVRE BLANC
NOËL



LA POSTE
SOLUTIONS
BUSINESS

INTRO

Le saviez-vous ? **Selon l'étude de la Fevad et Médiamétrie parue en 2019, 4 français sur 5 préparent leurs achats de Noël en ligne !** S'ils ne concrétisent pas tous leurs emplettes en ligne, beaucoup de consommateurs français utilisent internet pour éviter la foule des magasins et les queues interminables aux caisses...Et les achats liés aux fêtes de Noël représentent en moyenne 20% du chiffre d'affaires annuel des e-marchands. **Avec 76% de cyberacheteurs, les dépenses bénéficient à tous les secteurs bien au-delà du jouet.** Et si toutes les transactions ne se concrétisent pas en ligne, Internet fait dorénavant partie du parcours des Français qui pour **87% d'entre eux y préparent leurs emplettes.**

Voici plusieurs raisons de **penser gamification pour votre campagne de fin d'année**, qu'en pensez-vous ? Le jeu marketing en ligne est LE choix original et pertinent pour **parler à vos communautés, les récompenser, les fidéliser mais aussi pour recruter de nouveaux clients et prospects !**

Dans ce livre blanc, Kimple vous propose de découvrir quelles sont les mécaniques qui ont fait sensation à Noël ? Quelles sont les marques qui ont su faire de Noël un temps fort marketing attractif ? **Champagne De Telmont, Morgan, Avis, Acoris, Carrefour, GHD et Easyparapharmacie vous présente leurs objectifs marketing, leurs jeux** et pour vous projeter davantage, vous pourrez tester toutes les mécaniques choisies par ces marques. Joyeux Noël à tous !

La Team Kimple





kimple

présente

Le secret partagé

VOTRE CALENDRIER DE L'AVENT

avec



CHAMPAGNE
J. DE TELMONT
DEPUIS 1912

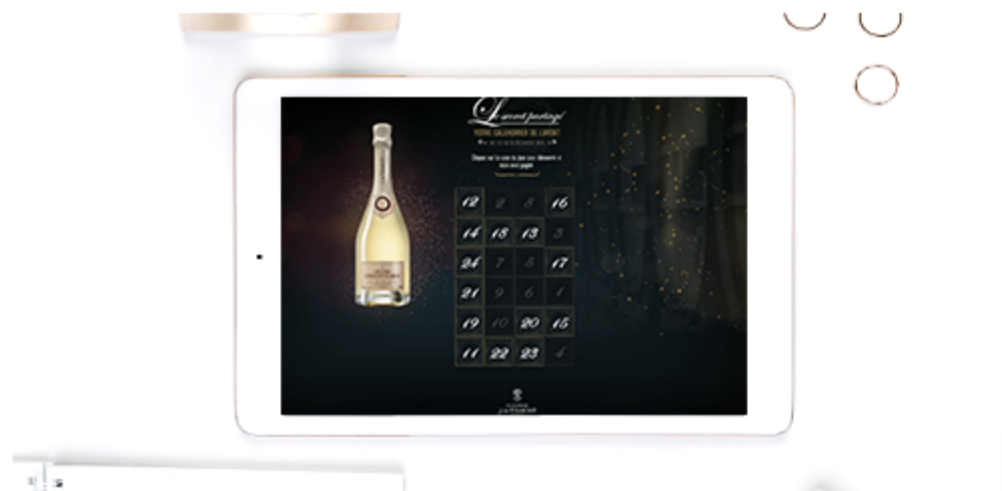


LA POSTE
SOLUTIONS
BUSINESS



C'est avec **les Champagnes De Telmont, célèbre maison de Champagne**, que nous vous proposons d'évoquer ce temps fort marketing. La marque a saisi l'opportunité des fêtes de fin d'année pour **qualifier sa donnée par le jeu**. Et c'est avec un calendrier de l'avent offrant de belles dotations que la maison compte attirer des participants. Que diriez-vous d'assister à une « journée vendanges » ou recevoir une bouteille millésimée pour fêter la nouvelle année ? En attendant, on vous propose d'en découvrir davantage sur leur jeu !





En navigant sur le site de la marque www.champagne-de-telmont.com, le participant va accéder à une **page du site consacrée au jeu concours**. Vous devez tout d'abord confirmer votre majorité pour basculer sur la page de formulaire où la marque a décidé de **préciser les habitudes de ses consommateurs** mais aussi **vérifier sa notoriété et capter l'optin newsletter**. Une fois rempli, le calendrier s'ouvre à vous. Chaque jour, d'un simple clic sur la case dédiée, le joueur découvre s'il a gagné ou perdu. **Plusieurs types de lots** sont à gagner : **physique** avec des bouteilles de champagne par exemple ; **dématérialisé** avec des codes de réduction pour le site ecommerce mais aussi des lots de **consolation** comme un bouchon stoppeur pour toute commande. Sans oublier l'inscription automatique au tirage au sort pour une Jeroboam. C'est simple **avec les Champagnes De Telmont, à tous les coups on gagne !**



CHAMPAGNE TELMONT

Et au final, me diriez-vous, **quel est le bilan de l'opération ?**

EN 1 MOIS :

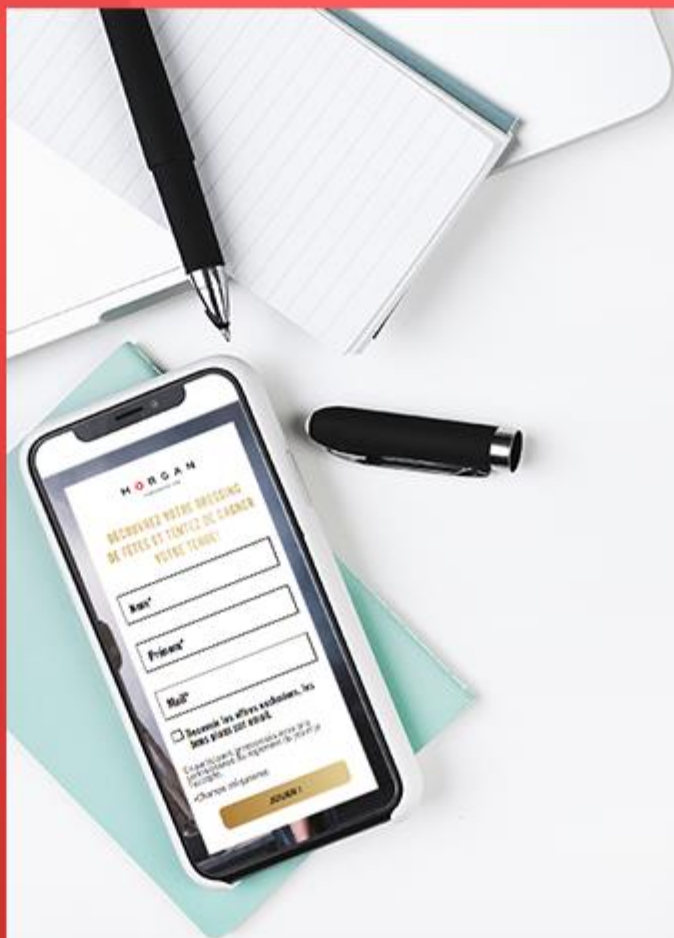


37%

de taux
d'optin

Testez le jeu ici





!kimple

présente

VOTRE DRESSING DES FÊTES

avec

MORGAN
MORGAN DE TOI !

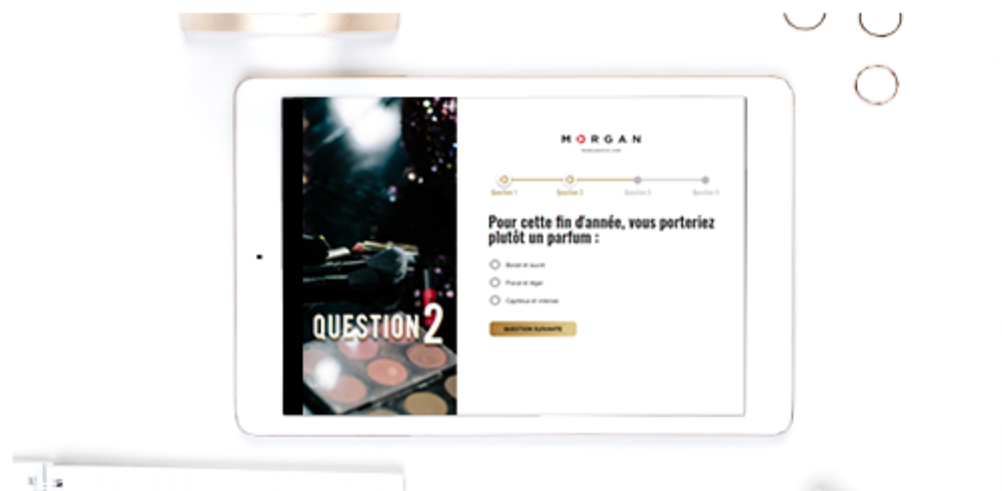


LA POSTE
SOLUTIONS
BUSINESS



Les fêtes de fin d'année sont un véritable rendez-vous marketing pour les entreprises. À cette occasion, Morgan, symbole du prêt-à-porter féminin, a souhaité **animer sa communauté avec un jeu intitulé « Votre dressing de fête »**. Au-delà de l'animation de son réseau, Morgan souhaitait **qualifier la donnée de ses clientes et leur présenter sa collection Spéciale fêtes**. Pour **connaître les envies de leurs clientes et faire évoluer leurs collections**, la marque a décidé de les interroger sur leurs aspirations pour les fêtes de fin d'année par le biais d'un Quiz / test de personnalité. Une jolie façon de **mettre en avant la collection de fin d'année** et permettre avec les données récoltées de **personnaliser les futurs emails envoyés à sa communauté**.





Première étape, la cliente se rend sur le site <https://www.morgandetoif.fr>. Elle valide son inscription en remplissant **un formulaire d'inscription** sur le site et le **test de personnalité** peut commencer. Sur la **mécanique du Quiz**, quatre questions sont posées aux clientes. **Une fois le quiz terminé, la participante découvre son dressing personnalisé pour les fêtes** et un lien hypertexte lui permet de découvrir la sélection complète sur le site web de Morgan. Mais ce n'est pas tout, cette page de résultats lui permet également de **participer à un instant gagnant** en cliquant sur le bouton dédié « Découvrir mon cadeau ». Le jeu est lancé automatiquement et le résultat immédiat. Grâce à ce jeu et les informations collectées, Morgan peut désormais personnaliser davantage sa communication, une belle façon de leur proposer les meilleures tenues à l'avenir. C'est bien ça **la qualification de données et la personnalisation de la relation client**.



MORGAN

Et au final, me diriez-vous, **quel est le bilan de l'opération ?**

EN MOINS DE 15 JOURS :



5 097

participants
au test de
personnalité



4 728

participants
à l'instant
gagnant

Testez le jeu ici



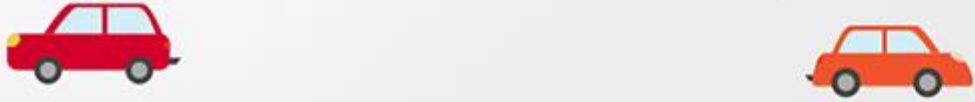


kimple

présente

Le Grand jeu de Noël

avec **AVIS**



LA POSTE
SOLUTIONS
BUSINESS



L'ambiance est posée : **Avis**, spécialiste de la location de véhicules, sort son **Grand jeu de Noël** et comme son nom l'indique, profite de la période pour proposer tout le mois de décembre un jeu sympa et ludique pour **recruter de nouveaux clients et booster sa notoriété**. Aider le Père Noël en s'amusant et s'inscrire au tirage au sort hebdomadaire pour gagner des **séjours féériques, un week-end à Porto ou un aller-retour monde** en duo pour la destination de votre choix. De quoi motiver la participation et **capter une nouvelle audience**. Joyeux Noël avec Avis !



C'est sur la page dédiée au jeu <https://www.grand-jeu-de-noel-avis.fr/> que vous découvrirez **le nouveau jeu de Noël d'Avis. Personnalisé aux couleurs de Noël mais surtout dans l'univers de la marque**, le joueur sent déjà le pain d'épices et la neige craquer sous ses pieds.

Le traditionnel formulaire d'inscription au jeu rempli, Avis vous propose de **vous abonner à sa newsletter** en un clic, un **moyen efficace de capter de l'optin**. On vous explique rapidement comment jouer et c'est parti, la mécanique s'affiche : Un DoodleJump personnalisé dans lequel vous devez emmener le Père Noël le plus haut possible. La page de score vous confirme votre inscription au tirage au sort mais aussi de **partager le jeu sur FB et vous rendre sur le site d'Avis**, idem si vous avez déjà joué, malin non ? Quelque soit la page finale, tous les chemins mènent sur le site Avis !

AVIS

Et au final, me diriez-vous, **quel est le bilan de l'opération ?**

EN 1 MOIS :



Testez le jeu ici





!kimple

présente

LE NOËL D'ACORIS MUTUELLES

avec **ACORIS**
mutuelles



LA POSTE
SOLUTIONS
BUSINESS



C'est avec **les mutuelles Acoris** qu'on vous propose maintenant de fêter Noël. Présentes sur les réseaux, elles ont voulu **créer du trafic et qualifier leurs données** grâce au jeu en cette période de fêtes de fin d'année. Et c'est avec un joli calendrier de l'avent aux saveurs de sucre d'orge, bottes et bougies qu'Acoris souhaite **capter l'attention des internautes** mais surtout les gâter en gain immédiat et tirage au sort ! Repartez donc avec un tote bag et week-end, tout est permis et les dotations plus sympas les unes que les autres. Avec de tels cadeaux, Acoris veut faire jouer un maximum de personnes et surtout récolter un maximum de données. On vous fait découvrir si l'objectif est atteint ?



Pour promouvoir le jeu, Acoris a décidé de développer un mini site consacré à l'évènement. Et dès la page d'accueil, **le joueur est immergé dans l'ambiance de Noël** : flocons, sapin, bonnets, pas de doute c'est Noël ! Vous est aussi présenté un éventail des **dotations mises en jeu**, on a qu'une envie : jouer ! C'est à cette étape que les mutuelles comptent capitaliser sur la donnée du participant : **un formulaire détaillé leur permettant de qualifier date de naissance, mail, téléphone et optin newsletter**. Une fois rempli, c'est parti, le calendrier de l'avent Acoris s'ouvre à vous, il vous reste à cliquer sur la case du jour et découvrir si vous avez gagné votre 1er cadeau. Vous avez gagné ? **Acoris qualifie davantage votre donnée en captant vos coordonnées postales** pour l'envoi de votre cadeau. Vous pouvez aussi **inviter des amis à jouer, autant de prospects potentiels...** Astucieux, non ? Le partage sur les FB et Twitter est également proposé. Vous avez évidemment accès aux pages dédiés à Acoris sur toutes les pages du jeu. De quoi **capter l'attention sur toutes les interfaces de communication** !



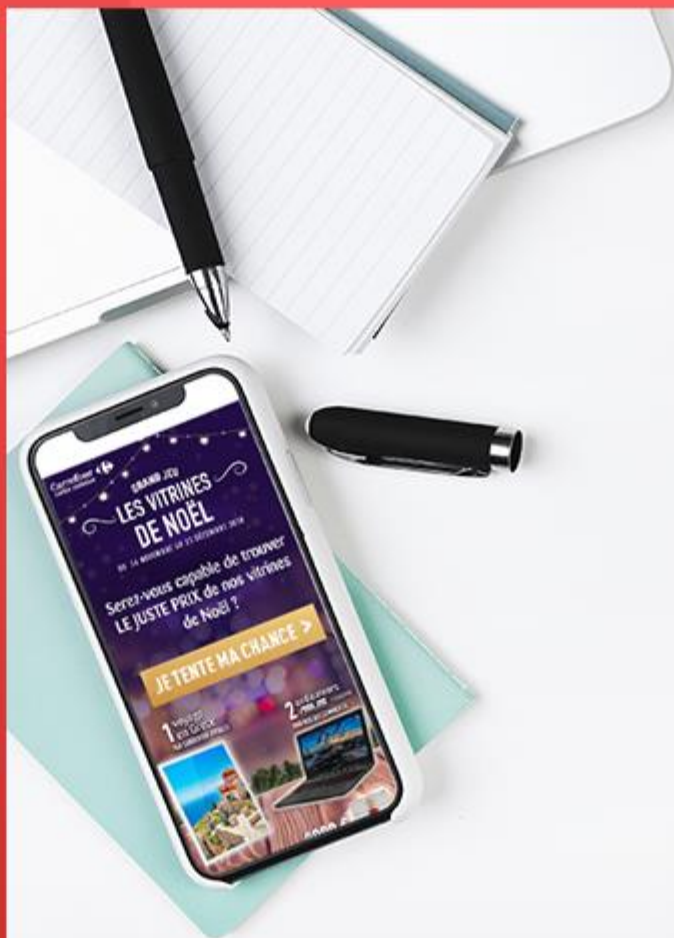
Et au final, me diriez-vous, **quel est le bilan de l'opération ?**

EN 3 SEMAINES :



Testez le jeu ici





!kimple

présente

LES VITRINES DE NOËL

avec **Carrefour**
cartes cadeaux



LA POSTE
SOLUTIONS
BUSINESS

CARREFOUR CARTES CADEAUX



Les vitrines sont illuminées, le menu du repas est ficelé, place aux courses et les distributeurs ne manquent pas d'idée pour se rappeler à vous. Comme chaque année, Carrefour utilise la gamification pour communiquer avec ses communautés. Après le grand jeu de l'été, **c'est Noël que Carrefour veut fêter avec ses clients et prospects.** Et comme à son habitude, les cadeaux sont tous aussi beaux les uns que les autres : voyage, ordinateur portable, cartes cadeaux ; les joueurs ont de quoi être motivés ! C'est pour Carrefour une occasion rêvée de **qualifier sa donnée et capter de l'optin tout en créant du trafic.** Pendant 4 semaines, jusqu'à Noël, on vous propose de jouer au juste de prix en estimant la valeur des vitrines proposées selon 4 univers différents. On vous dit tout c'est parti !



CARREFOUR CARTES CADEAUX



En finalisant vos courses de Noël sur le net, vous ne pouvez rater le jeu de **Carrefour Carte cadeau**, il est en homepage : <https://www.cartecadeau.carrefour.fr>. Le ton est donné, on vous propose de **jouer au Juste Prix et d'estimer une vitrine de Noël** pendant 4 semaines. Les cadeaux sont immortalisés dès la page de teasing, encore un clic et vous y êtes. C'est à la prochaine étape que le principal se joue pour Carrefour : **la captation de données par le formulaire**. Une subtilité a été ajoutée, l'optin facilité avec le bouton double emploi : validation du formulaire et optin newsletter. Efficace à souhait ! Un tuto du jeu vous informe des **multiples dotations mises en jeu** : par vitrine, par semaine, en cumulé des 4 vitrines, en tirage au sort final. Et à chaque participation, **le partage à un ami augmente vos chances de gagner**. **Nouvelle captation de données !** Sans oublier le partage sur les réseaux sociaux accessibles sur la page gagné. Tous les moyens sont bons pour capter l'attention des clients/prospects !



CARREFOUR CARTES CADEAUX

Et au final, me diriez-vous, **quel est le bilan de l'opération ?**

EN 1 MOIS :



Testez le jeu ici





!kimple

présente

L'EXTRAORDINAIRE CALENDRIER DE L'AVENT

avec



LA POSTE
SOLUTIONS
BUSINESS



GHD, Good Hair Day, marque anglaise d'outils de coiffage principalement présente dans le réseau professionnel, ne rate pas une occasion de **communiquer sur ses produits** et notamment sur la facette haute-gamme, premium de son positionnement. **Le temps fort des fêtes de fin d'année se présente comme l'événement adéquat pour mettre en avant ses produits.** Ce n'est pas pour rien que la marque a choisi de sortir « **L'extraordinaire calendrier de l'aveut** » pour annoncer Noël. Un jeu pailleté et doré dont **les objectifs marketing posés sont : notoriété – recrutement et fidélisation**, tout un programme. En prime, un gagnant tous les jours et un grand tirage au sort sur toute la durée du jeu avec un **coffret deluxe ghd royal dynasty rose gold d'une valeur de 399 € !** Shine bright like a diamond !



Référencé comme **l'une des plus grandes marques d'accessoires de coiffure**, GHD se devait d'avoir son mini-site dédié au jeu : www.noel-ghd.fr. Dès la page d'accueil, la marque a décidé de donner **l'accès au jeu évidemment mais aussi de proposer aux joueurs de découvrir les cadeaux mis en jeu**. Les coffrets sont aussi prestigieux les uns que les autres. Une petite fenêtre s'ouvre à vous avant le jeu pour vous **abonner (ou non) à la newsletter** de GHD. L'option cochée, le calendrier apparaît paré de noir et doré, tout à fait dans l'univers de la marque et raccord avec la période de Noël. **Le calendrier gagnant est personnalisable à souhait**, c'est tout l'intérêt. En un clic, une page vous permet de découvrir votre lot et donner vos coordonnées postales pour le recevoir. En deux clics, GHD remplit **son objectif de recrutement** et qualifie sa donnée. Une fois validée, il vous reste à inviter vos amis à jouer et attendre les résultats du grand tirage au sort pour connaître le gagnant.

Et au final, me diriez-vous, **quel est le bilan de l'opération ?**

EN MOINS D'UN MOIS :



23 898

participants
uniques



100%

de taux
d'optin

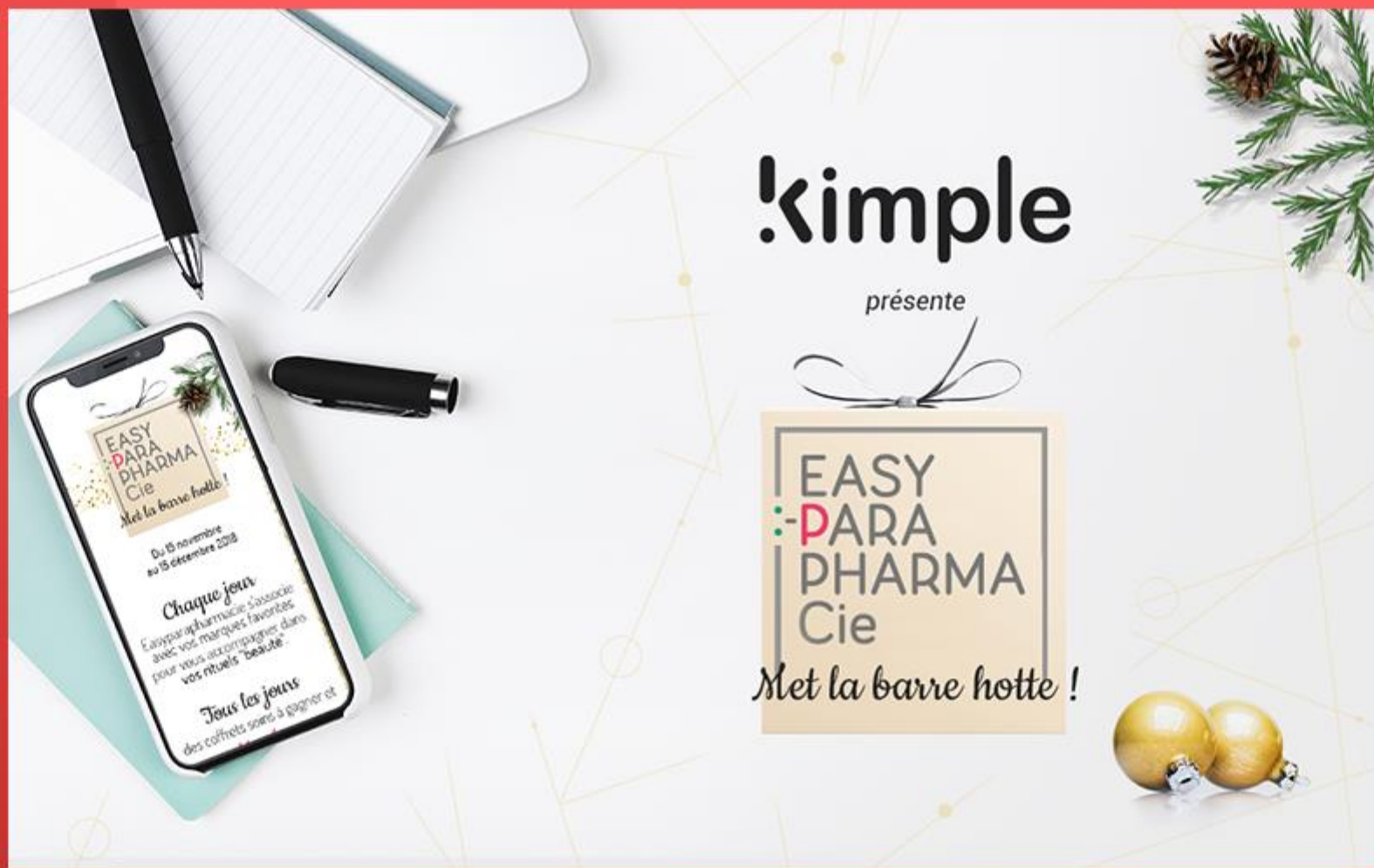


2 427

invitations
à jouer !

Testez le jeu ici







Prendre soin de soi n'a pas de saison, il est vrai mais il est des occasions où se faire plaisir ou faire plaisir sont plus propices. **Easyparapharmacie**, entreprise française de distribution de produits, soins et cosmétiques de plus de 600 grandes marques de parapharmacie, sait **combien certains temps forts de l'année permettent de capter l'attention des clients et prospects** et Noël n'échappe pas à la règle. Aussi, comme chaque année, **Easyparapharmacie propose un grand jeu pour récompenser ses clients, en recruter de nouveaux et qualifier sa donnée**. C'est un joli memory pailleté customisé aux couleurs des 30 marques du distributeur qui a été choisi avec 5 lots offerts tous les jours pendant 4 semaines et un tirage au sort final pour tous les joueurs, de quoi fidéliser les participants ! Et si on voyait cela en détails ?





C'est sur le site Easyparapharmacie et sur sa page Facebook que l'entreprise a décidé de **communiquer sur son jeu « Easyparapharmacie met la barre hotte »**. Au clic sur le bouton Jouer, **une page de formulaire vous permet de valider votre participation et qualifier la donnée client pour Easyparapharmacie**. Vous avez aussi la possibilité de vous abonner à la newsletter du site e-commerce. C'est validé ? Il vous reste à jouer désormais. **Retrouvez les paires à l'effigie des différentes marques** et vous accédez au résultat. Vous avez gagné ? La page vous informe du lot remporté et vous propose de vous rendre sur le site pour découvrir d'autres produits. Vous avez perdu, Easyparapharmacie vous confirme votre inscription au tirage au sort et vous invite à aller sur leur site internet. **Tous les chemins mènent au site e-commerce**, malin non ?



Et au final, me diriez-vous, **quel est le bilan de l'opération ?**

EN 1 MOIS :



16 956

participants
uniques

Testez le jeu ici



SOLUTION DE CRÉATION DE JEUX MARKETING

Prenez RDV

C'est par ici !



Cidalia De Araujo



06 78 80 35 76



cdearaujo@cassiop.com

