

ÉTUDE DE CAS

LA PREUVE QUE LES JOURNAUX FONCTIONNENT : EN LIGNE, BLOGUES ET TWITTER

Le défi

L'Association des constructeurs du Manitoba (Manitoba Home Builders Association) organisait une exposition intitulée Parade of Homes deux fois l'an. Ce concours de la meilleure maison était bien en place mais l'association voulait y ajouter un nouvel élément pour faire croître l'intérêt face à cette initiative.

Le but

Positionner l'association et son concours comme étant plus pertinents pour les consommateurs d'aujourd'hui.

Le plan

Les acheteurs de nouvelles maisons sont généralement des professionnels très occupés qui doivent constamment jongler avec le travail et la vie de famille. Si c'est leur première maison, ils tendent à être plus jeunes et donc, à utiliser les médias sociaux.

En se basant sur ce point de départ, le journal local a proposé un blogue qui serait publié deux fois l'an durant la période du concours. Dix habitants de la région seraient choisis pour bloguer (sans rétribution). Ils proviendraient de divers groupes démographiques pour représenter la population et auraient des besoins différents. Chaque blogueur visiterait 10 maisons chacun pour un total de 100 maisons visitées pendant la période du concours. Les blogues seraient affichés sur le site du journal dans un emplacement exclusif sur la page de la vie au foyer et mis en vedette sur le fil Twitter du journal.

La création

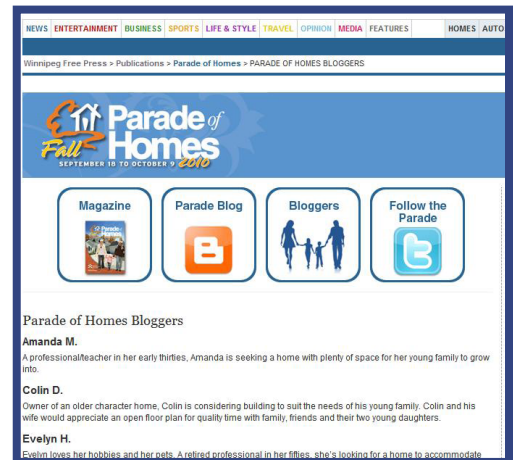
Le bouton pour atteindre le blogue a été conçu à l'interne par le journal et était placé stratégiquement dans un endroit à haut achalandage sur la page d'accueil du journal.

Une publicité annonçant le blogue fut aussi mise en vedette dans le magazine Parade of Homes publié deux fois l'an spécifiquement pour ces concours. Les magazines furent distribués avec le journal et dans les maisons elles-mêmes pour s'assurer que les personnes intéressées avaient accès à plus d'information.

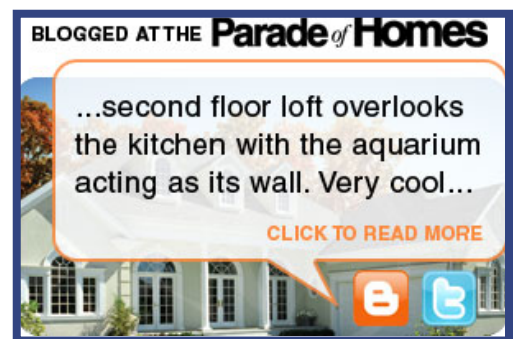
Le fil Twitter du journal fut aussi utilisé pour présenter les maisons et inciter les lecteurs à consulter le blogue.

The Results

L'Association fut très satisfaite des recommandations du journal. Ses représentants ont consenti à aller de l'avant; ils avaient hâte d'essayer quelque chose de nouveau qui utiliserait les médias sociaux, et ils ont obtenu d'excellents commentaires de la part de la collectivité. Les visites vers les blogues ont dépassé toutes les attentes – en fait, en une journée, on a même compté plus de 16 000 clics!



Bloguez



Sur le site



Sur Twitter

Nous sommes enchantés du succès de ce programme et nous prévoyons continuer de travailler avec le journal pour mettre en place des communications originales et novatrices qui cibleront la collectivité.

- déclarait Mike Moore, président de la Manitoba Home Builders Association.

Les représentants de l'Association étaient tellement heureux qu'ils ont décidé de continuer leur relation avec le journal et ses initiatives utilisant les médias sociaux!

Pour voir d'autres études de cas, visitez le site www.journauxcanadiens.ca