

## SNCF : campagne de marketing viral Internet avec un jeu concours

En juin 2007, la SNCF a lancé le mini site [www.destination-tauquiot.com](http://www.destination-tauquiot.com). Ce site propose des vidéos et donne la possibilité de créer son propre panneau. Celui-ci est par la suite soumis au vote des utilisateurs puis à un jury. Le lot est un voyage disponible sur le site marchand et l'exposition de sa réalisation dans 20 Minutes.



**Les utilisateurs apprécient ces publicités qui caricaturent le nom de destinations éloignées en celui d'un village français car elles obligent une démarche active de la part du lecteur qui joue à deviner quelle ville se cache derrière ces lettres.**

- L'engouement découle partiellement du principe même du site qui reprend celui d'une campagne d'affichage. Les internautes se rendent sur le site car il permet d'accéder à un niveau d'interaction plus élevé entre eux et les panneaux.
  - *Je connaissais déjà par la pub figée avec les panneaux, c'était l'histoire des panneaux, j'y étais allée quand le jeu concours était d'actualité et qu'on pouvait créer des panneaux pour gagner je ne sais plus quoi*
  - *C'est pas figé, là on peut réagir et jouer avec*
  - *C'est interactif*

# QualiQuanti

- Le fait de donner la possibilité aux internautes de créer leur propre panneau rend la chose plus amusante et plus conviviale à leurs yeux. En mettant la créativité de chacun au défi, l'internaute a envie de faire partager son expérience avec ses amis.
  - Ça donne aussi du bouche à l'oreille, j'ai bien rigolé, c'est bien marrant, en plus regarde j'ai fait celui là.
- Le côté humoristique et décalé du site donne une image plus jeune de la SNCF qui se libère de son image traditionnelle française en jouant sur des noms de villes lointaines et en n'hésitant pas à refaçonner l'orthographe.
  - Ça leur donne un côté plus moderne la SNCF, ils utilisent des moyens modernes
  - Ça approfondi le côté humoristique. On voit qu'il y a toute une espèce de délire autour. C'est vraiment marrant pour nous

**L'aspect créatif est particulièrement apprécié : en dehors du plaisir de la découverte des autres créations, c'est la possibilité de rentrer dans la dynamique de création de la pub, de participer à une émulation collective.**

- Avec ce site, la SNCF propose une expérience réellement interactive, celle de se mettre dans la peau d'un publicitaire pour rendre une marque attractive.
  - On devient un peu acteur de la pub, c'est nous qui pouvons créer les panneaux, ça va un peu dans les deux sens
  - Ça attire un peu plus la clientèle, c'est un peu eux qui viennent un peu vers nous



# QualiQuanti

- Avec ce système, la marque gagne en notoriété : les utilisateurs retiennent bien qu'il s'agit de la SNCF car ils ne sont pas seulement « passés » sur le site mais sont restés dessus en menant une véritable réflexion, une recherche pour trouver un nom.
  - *En fait c'est bête, on réfléchit à ce qu'on pourrait mettre*
  - *C'est marrant il fallait vraiment chercher les noms*

**➔ La SNCF a créé un contenu divertissant et impliquant pour les utilisateurs : la possibilité de créer son propre panneau et de lire ceux des autres constitue une vraie forme de divertissement.**