



Activision - DJ Hero 2

ACTIVISION LANCE UNE CAM- PAGNE DIGITALE INNOVANTE INTÉGRANT JEU FLASH ET BANNIÈRES ANIMÉES, POUR LA SORTIE DU JEU VIDÉO DJ HERO 2.

Le Brief

Le deuxième opus de la franchise musicale d'Activision DJ Hero est disponible en France depuis le 22 octobre. Activision, éditeur de Jeux vidéo, souhaite promouvoir son nouveau jeu de façon originale sur la Toile.

L' Approche

- Pour assurer sa promotion, le groupe et son agence Mediaedge:cia ont choisi un dispositif couplé sur l'offre Entertainment de 24/7 Real Media.

Quoi de plus logique que de choisir des sites éditoriaux musicaux et de jeux online pour communiquer sur la sortie du jeu vidéo mettant les DJs à l'honneur ? La campagne, en ligne depuis le 26 octobre, a été imaginée pour être diffusée sur les sites VirginMega.fr, NovaPlanet.com et Jeux.fr, et pour être intégrée aux contenus de manière interactive.

« Cumuler les spécificités éditoriales et d'audience de nos sites autour du concept de Djing était l'idée de base. Combiner publicité éditoriale, jeu viral avec relais de trafic, habillages et formats classiques sur NovaPlanet, VirginMega et Jeux.fr nous permet d'atteindre des performances bien supérieures que site à site pour l'annonceur... » déclare Edouard Dinichert, directeur de la régie 24/7 Real Media.

NovaPlanet.com, site Internet de la célèbre radio indépendante Nova avec 116 000 visiteurs uniques*, habillé pour l'occasion, intègre un widget exclusif sur sa homepage pour tester DJ Hero 2 sur une page dédiée. De son côté, VirginMega.fr, deuxième plateforme de téléchargement légal de musique et vidéo en France, avec plus de 764 000 visiteurs uniques*, fait du push contenu sur sa Home Page au sein de sa rubrique 'A la Une', ... DJ Hero 2 devient le sponsor du download manager de VirginMega pendant un mois, et offre 1 000 morceaux de Lady Gaga aux internautes dans un format inventé pour l'occasion : la 'incentive banner'.

Enfin, Jeux.fr, Top 3 des sites de jeux en ligne avec plus de 2,7 millions de visiteurs uniques*, intègre un 'Footer', format particulièrement adapté à la cible jeune et propose de jouer à DJ Hero 2 sur son site

Les Résultats

Les résultats de la campagne ont été inattendus, avec des taux de clic exceptionnels, jusqu'à 12% sur certains formats comme le footer !

Le jeu DJ Hero 2 a été joué 86 000 fois en moins de 3 semaines avec un temps moyen passé de 4 minutes 51 secondes par jeux.

Géraldine Lhénauff, directrice
du département achat chez
GroupM Interaction :

« Un dispositif complet et très intégré a été imaginé spécifiquement pour cette opération. Activision a inauguré ici un arsenal publicitaire digital sur mesure ».

*Source : Médiamétrie NetRatings,
Octobre 2010



The Science of
Digital Marketing

24:7
REALMEDIA

Pour plus d'informations :
www.247realmedia.fr