



carewin
ENTERTAINMENT AGENCY



SENED DHAB
Head of Social



AGATHE DUMAS
Planneur Stratégique



4 ans
50 Darewinners à Paris
10 Darewinners à Berlin

NOTRE EXPERTISE

Nous travaillons pour le **Divertissement avec un grand D**

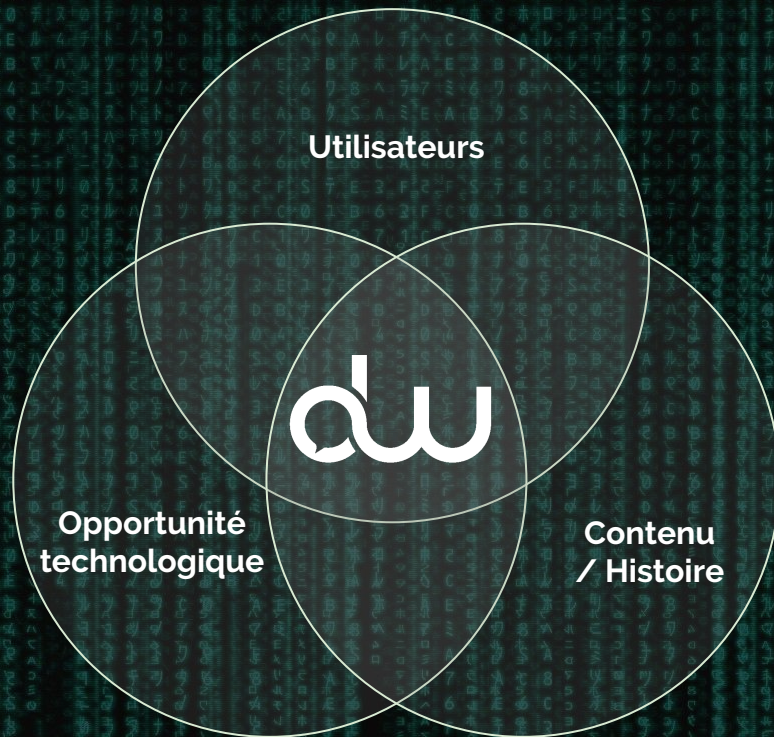


NOTRE PASSION

Donner vie à des histoires créatives et engageantes
pour vos contenus.




NOTRE MÉTHODE

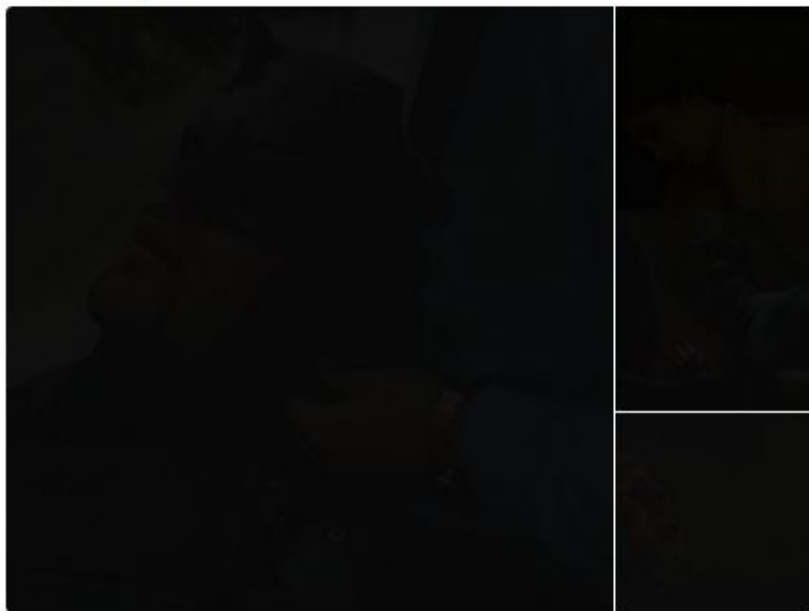




Netflix FR & BE 
@NetflixFR

 Suivre

Tout devient plus clair dans l'obscurité. Plonge-toi dans le noir et clique, pour voir. [#Daredevil](#)
[#EarthHour](#)



RETWEETS
184

J'AIME
256



12:38 - 19 mars 2016



NOTRE HÉRITAGE

Nous croyons en la Social TV



UN CONSTAT

La télévision a toujours été sociale



DE NOUVEAUX DEVICES ONT ENRICHIS NOTRE VIE

87%



Des 15 ans et plus possèdent un smartphone

25%



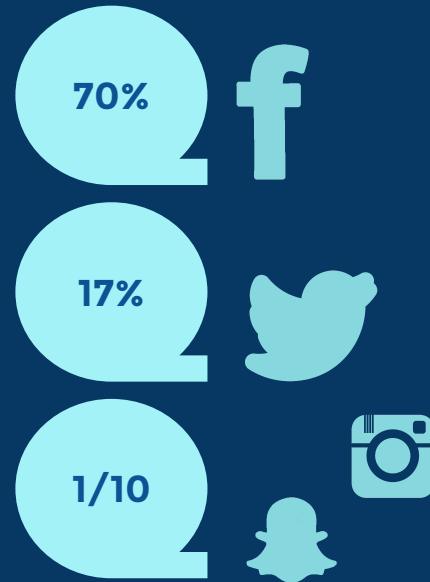
Des foyers possèdent une tablette

78%



Des foyers possèdent un ordinateur

ET LES RÉSEAUX SOCIAUX SONT NOTRE QUOTIDIEN



RÉSULTAT



utilisent un deuxième écran lorsqu'ils regardent la télévision

LES USAGES D'AUTREFOIS...

Consommation familiale

Rendez-vous régulier

Offre limitée

Un téléviseur par foyer

Télespectateurs passifs

Bouche-à-oreille restreint

Une seule source d'information

...ONT DONC PROFONDÉMENT CHANGÉ.

Consommation familiale

Rendez-vous régulier

Offre limitée

Un télévision par foyer

Télespectateurs passifs

Bouche-à-oreille restreint

Une seule source d'information

Consommation individuelle

Rendez-vous différé (replay, SVOD)

Offre démultipliée

Individus sur-connectés

Télénautes engagés

Messages à l'écho planétaire

Multiplicité des échos

UNE OPPORTUNITÉ INESTIMABLE POUR LES PRODUCTEURS DE CONTENUS

ÉMERGENCE

ENGAGEMENT

RECRUTEMENT

VISIBILITÉ

LOVE BRAND

AMBASSADEURS

TRAFIC

IMAGE

CULTURE
COMMUNE

UNE OPPORTUNITÉ INESTIMABLE POUR LES PRODUCTEURS DE CONTENUS

ÉMERGENCE

ENGAGEMENT

RECRUTEMENT

VISIBILITÉ

LOVE BRAND

AMBASSADEURS

TRAFIC

IMAGE

CULTURE
COMMUNE

UN ILLUSTRE INCONNU x FACEBOOK

RÉSULTATS

- > 10 M de personnes touchées
- > 1,3 M via la radio
- > 3 M via les réseaux sociaux
- > 60 articles de presse & 1,5 M€ d'earned media.
- > Un trailer à la visibilité accrue : De 120ème à 11ème trailer en 24H (selon Allociné)



UN ILLUSTRE
INCONNU
PAHÈ!

UNE OPPORTUNITÉ INESTIMABLE POUR LES PRODUCTEURS DE CONTENUS

ÉMERGENCE

ENGAGEMENT

RECRUTEMENT

VISIBILITÉ

LOVE BRAND

AMBASSADEURS

TRAFFIC

IMAGE

CULTURE
COMMUNE

TEENWOLF SAISON 3 x TWITTER

RÉSULTATS

- > 60 M impressions en 12 jours
- > 30 articles de presse internationaux
- > 9 100 retweets
- > Une campagne innovante applaudie par Twitter



UNE OPPORTUNITÉ INESTIMABLE POUR LES PRODUCTEURS DE CONTENUS

ÉMERGENCE

ENGAGEMENT

RECRUTEMENT

VISIBILITÉ

LOVE BRAND

AMBASSADEURS

TRAFFIC

IMAGE

CULTURE
COMMUNE

ARTE x TOUS LES RÉSEAUX

RÉSULTATS

> Sur Instagram : + 2631 fans en 8 mois

> Augmentation constant du trafic sur le site depuis les réseaux sociaux :

- > ARTE Créative : 18,7%
- > ARTE Cinéma : 17,1%
- > ARTE Info : 16,2%
- > ARTE Future : 12,7%

hello_momonga Cool! 🙌

aurelienperrin @patrickwelde fou rire

eric_nine Awesome

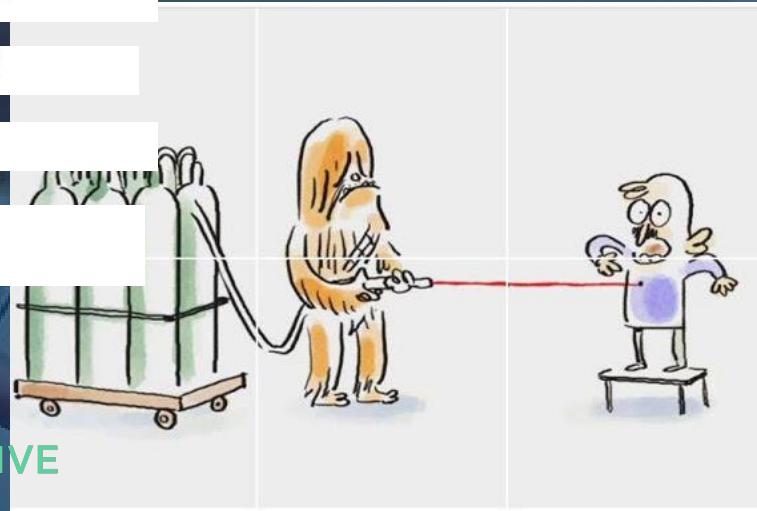
dreamanddestroy Wow

fit_fun_mom_mba awesome!

fairuzah__ Bravo!

ajehia Hahaha 🤔🤔🤔 Smart!

2deul Très malin!



UNE OPPORTUNITÉ INESTIMABLE POUR LES PRODUCTEURS DE CONTENUS

ÉMERGENCE

ENGAGEMENT

RECRUTEMENT

VISIBILITÉ

LOVE BRAND

AMBASSADEURS

TRAFFIC

IMAGE

CULTURE
COMMUNE



FORT BOYARD x SNAPCHAT

RÉSULTATS

- > +545,9% fans sur Snapchat
- > Vues total de la story en 2015 : **1,950**
- > Meilleure performance : **381 views**
- > +500% de vues entre l'émission #5 (60 views) et l'émission #6 (364 views)



COMMENT CHOISIR SA PLATEFORME ?

L'analyse des usages : premier critère de choix



Profil utilisateurs



Image de la plateforme



Code de la plateforme



F / 40 ANS

Leader / Tout Public / Populaire

CONVERSATIONNEL



H / 15-34 ANS

#Dynamisme

"LIVE" PUBLIC



F / 15-34 ANS

A la mode / Faire valoir

ESTHÉTIQUE "OFF"



F / 15-24 ANS

Décalé / Jeune / Innovant

DÉCOMPLEXÉ, ÉPHÉMÈRE

TOUTEFOIS CERTAINS RÉSEAUX SEMBLENT PRÉDESTINÉS
À DES TYPES DE CONTENUS

31%

des contenus qui font réagir
sont des séries

28%

des contenus qui font réagir
sont des divertissements



Divertissement
Em.politiques



Sport & télé réalité



Cuisine
Lifestyle

MAIS C'EST BIEN LE MESSAGE QUI DÉFINIT LE RÉSEAU



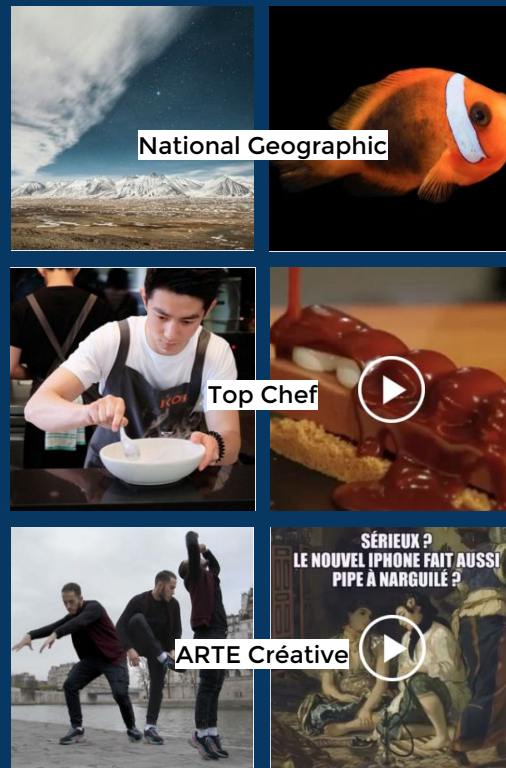
pour : newsjacker



pour : fournir du contenu sup.

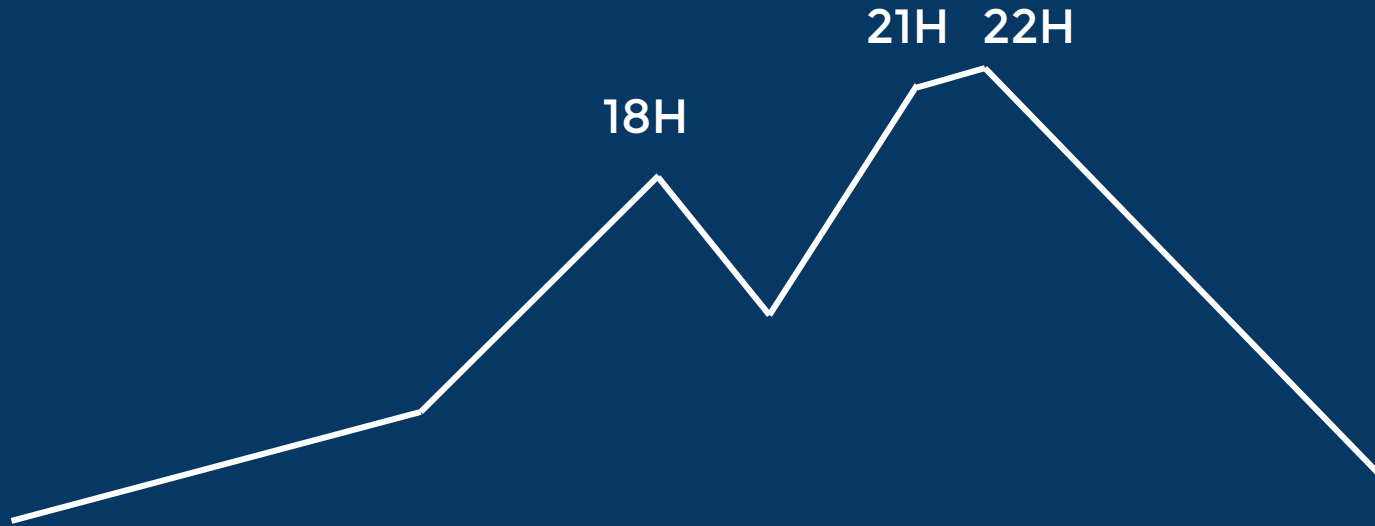


pour : créer de l'affinité



LA TEMPORALITÉ EST AUSSI UN ÉLÉMENT CLÉ DE LA SOCIAL TV

À CONNAÎTRE : LES PICS DE RÉACTIONS SOCIAL TV



CHAQUE CHOSE EN SON TEMPS

Pré-diffusion



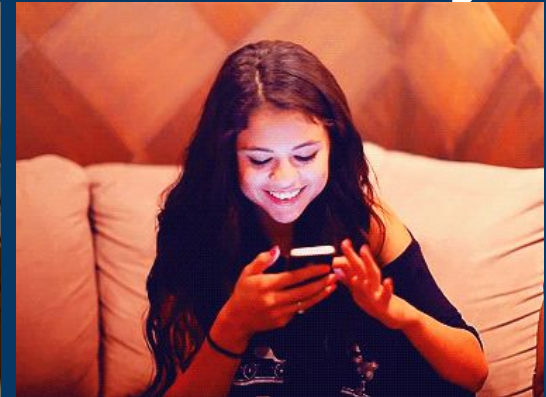
TEASING / ANNONCE
Pour : Attirer

Diffusion



LIVE
Pour : Engager

Post-Diffusion



DÉBAT / EXCLUSIVITÉS
Pour : Fidéliser

TEASER EN AMONT DU PROGRAMME

Pré-diffusion

Diffusion

Post-Diffusion



HASHTAGS SKETCHES X NBC



RÉSULTATS

- > Page YouTube : 1,6M abonnés
- > Facebook : 838K likes
- > Twitter : 10,89M followers
- > Audience moyenne quotidienne : 1,9M de téléspectateurs



GÉNÉRER DES DISCUSSIONS PENDANT

Pré-diffusion



Diffusion



Post-Diffusion





LE LOVOMÈTRE DU BACHELOR X NT1

FIDÉLISER APRÈS

Pré-diffusion

Diffusion

Post-Diffusion

 NT1 @nt1 · 19 avr. 

Hier soir, Marco a rencontré les familles des prétendantes ! Savourez les meilleurs moments ▶

 **#Bachelor : Le meilleur de l'émission 8 : Marco sort...**
Le meilleur de l'émission 8 : Marco sort le grand jeu
tf1.fr

1 10

 Danse avec les stars
10 avril, à 20:01 - 


#JoyeuxAnniversaireLoic
Franchement... qui n'a pas vibré devant cette danse ?? 🥰🥰

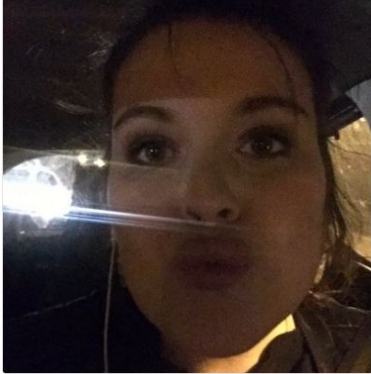


Loïc Nottet : revivez son moment de gloire avec Denitsa !

WWW.TF1.FR

The Voice Officiel a retweeté

 Ana Ka @anakaofficiel · 16 avr.
Merci à tous !!!! #TheVoice #TheVoiceParty #teamPagny à présent !!
🥰🥰🥰 à la semaine prochaine !!!!



CONCLUSION : L'ÉQUATION DE LA SOCIAL TV

 Σ

= Message x Usages x Temps

FOCUS SNAPCHAT



SNAPCHAT, LA PLATEFORME CLÉE DES MOIS À VENIR

400M

Stories publiées chaque jour

20K

Photos partagées chaque jour

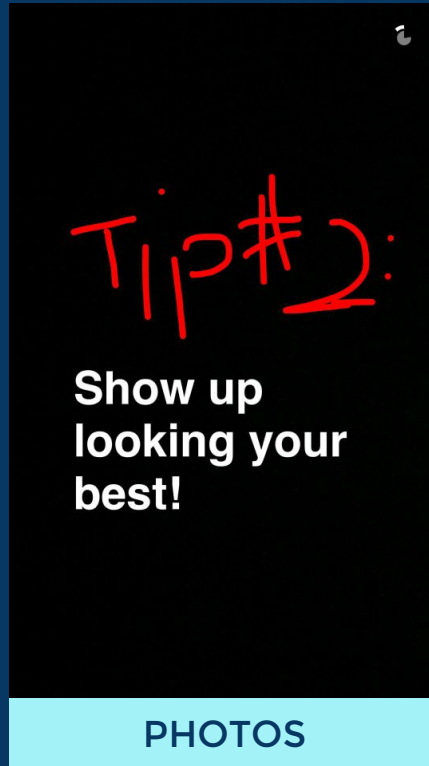
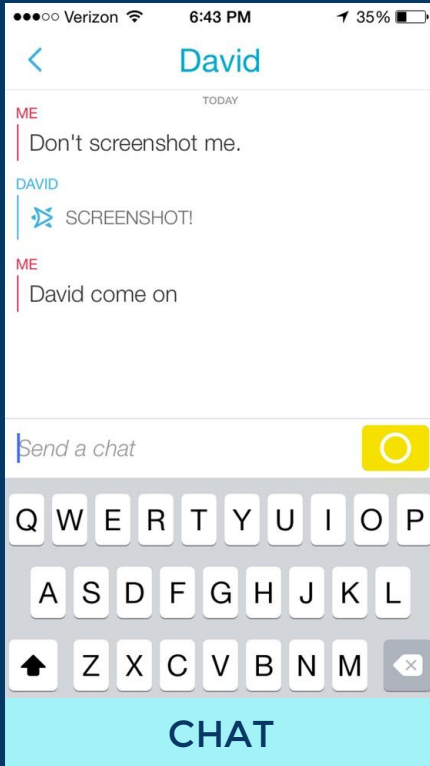
100M

Utilisateurs quotidien

10

Nombre d'année nécessaire à la visualisation de toutes les photos postées cette dernière heure sur la plateforme

DE NOMBREUSES FONCTIONNALITÉS



UN HAUT NIVEAU DE PERSONNALISATION



FILTRES PHOTO



FACE MAPPING

QUE LES MARQUES COMMENCENT À EXPLOITER



FILTRES GÉOLOCALISÉS

MAIS LES ANNONCEURS PEINENT À ÉMERGER



42% des utilisateurs n'utilisent jamais les filtres de marques



54% des utilisateurs ne regardent jamais les Discovers



64% ne suivent aucune personnalités

FOCUS

ET À RENTABILISER LEUR INVESTISSEMENT



87%

des utilisateurs n'achètent jamais des produits qu'ils voient sur Snapchat

FOCUS

CLÉ DU SUCCÈS : LA CRÉATION D'UN CONTENU DÉDIÉ, REPRENANT TOUTES LES FONCTIONNALITÉS



FOCUS

#NETFLIXSWAP x SNAPCHAT





DES QUESTIONS ?

MERCI
