LIVRE BLANC

Comment organiser efficacement son concours photo

JUILLET 2014

www.kontestapp.com

Introduction

Que vous soyez un Community Manager soucieux de l'activité de votre page fan Facebook ou bien un chef d'entreprise désireux de créer une ambiance de travail positive, l'organisation de jeux-concours a prouvé être une solution efficace et relativement peu onéreuse pour animer une communauté et réaliser des objectifs marketing.

Différentes typologies de concours sont particulièrement répandues comme les tirages au sort ou bien les quizz.

Avec l'essor du mobile, il faut désormais penser multicanal et multi-réseaux. Si vous possédez une communauté de fans assez importante et que vous souhaitez lui faire vivre une expérience de marque engageante aussi bien sur le web que sur le mobile, le concours photo peut répondre à vos attentes.

Concours photo classique ou concours Instagram

Les concours photo sont ludiques, attractifs et ont l'avantage de donner lieu à une infinité de possibilités d'usages. Nous en listerons quelques-uns dans ce livre blanc. L'évolution de réseaux sociaux comme Instagram offrent de nouvelles possibilités d'utilisation du concours photos.

Un concours photo Instagram apporte à un concours photo classique plus de viralité grâce à la puissance du réseau social et à l'utilisation de hashtag clé. Il démocratise également l'utilisation de l'outil photo car chacun peut sublimer ses photos grâce à la superposition de filtres. Il permet de toucher une plus grande audience grâce au multicanal et multiréseau : Instagram permettant la prise de photo uniquement via le mobile. Avec l'arrivée de la vidéo sur Instagram, le concours Instagram prend une autre dimension et permet aux fans d'être encore plus créatifs.

En quelques chiffres, Instagram c'est :

- 200 millions d'utilisateurs actifs par mois
- 46% des utilisateurs français y suivent des marques
- 70% des utilisateurs français se connectent au moins 1 fois par jour
- 82% des utilisateurs français publient au moins 2 photos par semaine

Sources:
Médiamétrie, mars 2014 et agence Kinday sept. 2013 - janv. 2014

Le concours photo est synonyme d’engagement

Mais avant tout, pourquoi est-il intéressant d’organiser un concours photo ?

Vous incitez l’implication par la création

C’est l’une des premières différences entre un jeu-concours classique et un concours photo. Lorsque l’internaute participe à votre quizz par exemple, il répond à des questions, fait des recherches pour en trouver les réponses tel un participant de jeu de piste. La réflexion est donc de mise dans ce type de jeux.

Le concours photo quant à lui demande au participant de s’impliquer davantage dans la création de sa participation. Cette implication témoigne de son engagement envers votre marque. Il sera en plus confronté aux créations des autres participants et devra se soumettre à un jugement du public ou d’un jury. S’il s’agit d’un vote du public, le participant devra s’impliquer également dans la promotion de sa participation en

partageant notamment sa photo. Il va ainsi permettre au jeu de devenir viral.

Vous récompensez la créativité et le talent

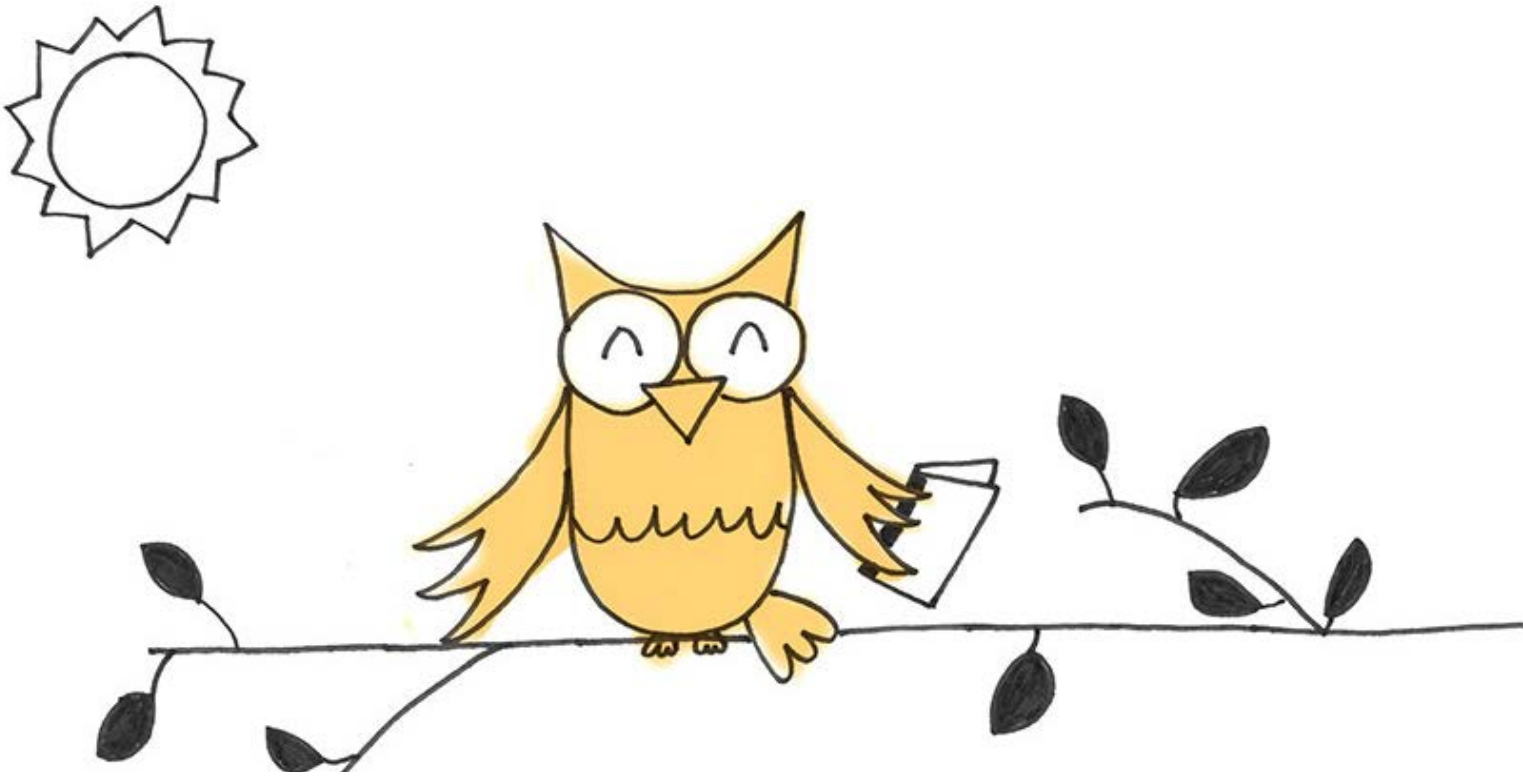
Il est très encourageant pour un internaute de participer en sachant que son originalité ou sa maîtrise technique seront récompensées et reconnues par un jury ou bien visibles par tous grâce à un vote du public. La participation par webcam, dans le cadre d'un concours photo classique, va permettre une toute autre expérience utilisateur où la créativité et la spontanéité seront de mises. Cette richesse supplémentaire apporte au concours photo un intérêt accru avec des résultats surprenants et bien souvent inattendus !

L'arrivée du concours Instagram élargit le champs des possibles et permet à chacun d'exploiter son côté artistique sans pour autant posséder de connaissances techniques. Cet outil va permettre de sublimer l'instant très simplement grâce aux filtres de l'application. Il faudra donc pour l'internaute redoubler d'originalité pour pouvoir gagner. La possibilité de prendre de courtes vidéos sur Instagram révolutionne le jeu-concours. Les internautes pourront proposer du contenu encore plus riche et intéressant à la marque.

Vous laissez libre court à l’imagination

Chaque participant peut interpréter, percevoir et comprendre différemment le thème que vous proposez. Dans un concours photo, le côté artistique est très présent puisque prendre une photo est un art pour beaucoup de photographes amateurs et professionnels.

Une participation avec la webcam permet également aux participants de se montrer originaux et créatifs tout en étant spontanés. Cette richesse supplémentaire apporte au concours photo un intérêt accru avec des résultats surprenants et bien souvent inattendus !



Quatre conseils pour réussir son concours photo

1 / Soyez original

Vous demandez à vos participants d'être créatifs, alors montrez l'exemple ! Sortez des sentiers battus et des thèmes trop faciles. Creusez-vous la tête, ça payera forcément. Pensez également que le concours Instagram permet la soumission de courtes vidéos. A vous d'imaginer des thèmes originaux et de tester les talents de réalisateurs de votre audience.

N’oubliez pas qu’un concours original a non seulement plus de chances de faire parler de lui, mais également plus de chances de recueillir plus de participations.

2 / Profitez des nouvelles technologies

Les concours photo sont aujourd’hui facilités par l’émergence et la standardisation de nouvelles technologies : la webcam est par exemple systématiquement présente sur tous les ordinateurs portables modernes et sur une grande partie des ordinateurs de bureau. Profitez-en pour demander à vos participants de se prendre eux-mêmes en photo.

Instagram est un réseau en pleine croissance. Beaucoup de marques y ont crée un compte mais ne savent pas comment engager la conversation avec leur communauté sur ce réseau. Le concours Instagram va vous permettre d’animer cette communauté grâce à un jeu ludique. Vous profitez également de la viralité de ce réseau social grâce à l’utilisation d’un hashtag clé.

Profitez aussi de l’explosion du nombre de smartphones en France. Selon une étude récente de Google, 84% des Français détiennent un téléphone équipé d’un appareil photo et l’utilisent régulièrement. Ils peuvent ainsi soumettre une photo qu’ils auraient pris plus tôt dans

la journée. Le concours Instagram s'inscrit dans cette tendance du jeu mobile et social. Suivez à tout moment les participations de votre jeu grâce à un hashtag clé.

3 / Restez cohérent

Soyez cohérent avec l'image que vous souhaitez renvoyer de votre marque. Si vous êtes un constructeur de matériel photographique professionnel, vous n'allez pas demander à vos participants d'utiliser leur webcam pour se prendre en photo de la manière la plus ridicule qui soit. Faites le lien entre votre activité, votre positionnement et l'animation que vous organisez.

4 / "Less is More"

Même si votre concours doit sortir de l'ordinaire pour être repéré, n'oubliez pas que le plus grand frein pour un participant est la difficulté ou le temps qui lui seront nécessaires pour participer à un concours quel qu'il soit. Proposez donc des thèmes qui ne lui demandent pas trop d'investissement en temps, ou en moyens (exception faite des concours ciblant des photographes professionnels ou les illustrateurs).

Conclusion

Les concours photo présentent un grand nombre d’atouts pour devenir les outils privilégiés des Community Managers, mais aussi des ressources humaines.

Ils sont conviviaux, appellent à la création et au partage, mais aussi à un esprit communautaire. De plus, les technologies actuelles nous permettent aujourd’hui d’en organiser en multi-canal.

Il serait fou de s’en priver !

Exemple d’utilisation

Exemple d’utilisation

Sublimez votre marque par le jeu

Créez vos applications de jeux-concours
pour Facebook, web et mobile

kontestapp.com
hello@kontestapp.com