

Comment toucher plus d'un million de personnes en 3 semaines avant les fêtes de fin d'année ? Retour sur la campagne #SmartXmas de Smartbox

*Smartbox, le leader du coffret cadeau en France et en Europe, a réussi son pari :
augmenter son reach et l'engagement de sa communauté Facebook.*

Zoom sur son opé #SmartXmas signée Brainsonic



Les 24 jeux de l'Avent

Du 1^{er} au 24 décembre dernier, Smartbox et Brainsonic ont organisé #SmartXmas, une opération simple mais engageante pour toucher et agrandir la communauté Facebook de la marque. Chaque jour, un jeu était proposé aux fans avec, à la clef, un coffret cadeau à remporter. Au total, ce sont 24 jeux (rédactions, lives, vidéos...) qui ont été imaginés par l'agence. Du paid media est également venu soutenir la campagne.

1 249 000 personnes touchées

Plus de 1 249 000 personnes touchées, près de 21 700 participations, une moyenne de 1 000 commentaires par post et un taux d'engagement de 10%. Des résultats d'autant plus impressionnants que cette période de l'année, extrêmement importante pour Smartbox, est aussi l'une des plus concurrentielles. L'agence a donc joué avec les fonctionnalités limitées de Facebook pour mettre en place une campagne créative et engageante sur la durée afin de se démarquer. Pari gagné !



Les facteurs clés de succès

Le succès de la campagne résulte de plusieurs éléments marquants. Tout d'abord, la régularité de publication a permis de créer un réel rendez-vous avec les fans qui attendaient impatiemment le jeu et l'annonce du gagnant le lendemain. D'autre part, Smartbox a proposé l'ensemble de ses coffrets permettant ainsi à chacun de trouver son bonheur (coffret gourmand, bien-être, aventure, duo, voyage...). Enfin, la marque s'est montrée plus que réactive et proche de ses fans en répondant à leurs commentaires dans la mesure du possible.

Voici, par exemple, la publication la plus engageante de la campagne :



Par ailleurs, cette opé a permis à Smartbox de gagner plus de **1 700 fans** en 3 semaines.