

Bordeaux, le 22 septembre 2009

Les marques adoptent le jeu-concours comme outil de conquête de nouveaux clients

A l'occasion du salon E-Commerce du 29 septembre au 1^{er} octobre, le Groupe ConcoursMania, le spécialiste des jeux-concours promotionnels, présentera sur son stand F29 les bonnes pratiques marketing en matière de conquête de nouveaux clients.

Collecte, développement des ventes, fidélisation, augmentation de trafic : le jeu-concours, un outil pour trouver ses nouveaux clients

Durant trois jours, ConcoursMania, présent au stand F29 du salon E-Commerce, Porte de Versailles, vous invite à découvrir comment les marques utilisent désormais le jeu-concours comme un outil de conquête de ses nouveaux clients, comment elles arrivent à transformer leur audience en chiffre d'affaires ou bien encore comment les marques convertissent leurs prospects en clients actifs via des opérations de jeux-concours promotionnels.

Pour découvrir les bonnes pratiques du moment, ConcoursMania expliquera sur son stand les différentes mécaniques utilisées et notamment les mécaniques efficaces pour maximiser une collecte de nouveaux clients. Egalement, l'équipe à la disposition des visiteurs abordera la question des nouvelles utilisations du marketing, celle aussi des techniques efficaces pour préparer l'acte d'achat ainsi que la question du choix optimal des dotations dans une opération de jeu-concours réussie.

'Notre veille sur les comportements des internautes, grâce à nos sites média grand public et à la technique du tracking comportemental, nous permet de mieux comprendre les attentes des internautes. Cette veille permet à la fois de maximiser les rendements des campagnes d'acquisition de nouveaux clients et améliorer les ROI' annonce Julien Parrou, fondateur et dirigeant du Groupe ConcoursMania.

[A propos du Groupe ConcoursMania](#)

Le Groupe ConcoursMania est spécialisé dans le secteur du marketing des jeux-concours. La société conçoit des jeux pour le compte des marques (mise en place technique sur tous types de supports, web/sms/audiotel, gestion des gagnants...) et en assure la promotion via ses supports média, principalement sur le web. L'activité repose sur deux pôles opérationnels :

- la conception de jeux : www.concoursmania.com, prestation de jeux-concours promotionnels
- l'édition et la promotion de ses propres sites de jeux : www.concours.fr, premier site portail français de référencement de sites de jeux, www.kado.fr et www.toiloKdo.com, sites de jeux gratuits.

Le Groupe maîtrise toute la chaîne de valeur de la création à la promotion des jeux et compte plus de 300 opérations par an.

Parmi ses références, CDiscount, France Télévision, EDF, Groupe Sud Ouest, Logic-Immo, Explorimmo, Groupe Pichet, Mistergoodeal, Monster, BHV, Ebay, PMU, Made in Design, Santé Magazine, Société Générale ...

Contact Presse :

Sylvie LANDRIT, responsable de communication - 05 57 22 76 62 - sylvie.landrit@groupe-concoursmania.com