

NRJ Music Awards : la Social TV au cœur de sa stratégie digitale.

NRJ Music Awards est l'exemple d'une stratégie de social TV réussie depuis quelques années.

Slogan : « **Vivez une nouvelle expérience digital lors du grand show musical d'Europe** ».

Bien décidée à toucher un public d'hyper-connectés, la chaîne française(TF1) a prévu de diversifier les supports digitaux en lançant des comptes dédiés sur les réseaux sociaux populaires : Twitter, Instagram, Facebook, Les fans peuvent ainsi s'exprimer autour de l'événement,



Twitter roi du digital sur TF1 !

Nous savons tous que NRJ Music Awards est un temps fort de la grille des programmes de TF1, L'émission étant en plus très actif sur les réseaux sociaux, et une stratégie digitale importante, l'an passé, l'émission a généré plus de 2 800 000 tweets. : le programme le plus tweeté de l'année 2013,



Une stratégie aussi importante du fait qu'elle récompense les plus entendus et vus de l'année, des intervenants aussi bien reconnus sur les réseaux sociaux => Beyonce, Pharrell, Stromae... et en misant sur la personnalité numérique de l'année => Nikos Aliagas.

Principe => Favoriser l'interaction : les communautés de fans..

Et oui ! bonne astuce, les internautes se mobilisent d'eux même pour soutenir leur candidat préféré,

Un espace nommé « Before » présent sur MYTF1 qui permet également d'entrer en interaction avec les internautes juste avant l'événement et donc d'animer la pré-soirée.

Objectif :

- avant la cérémonie pour présenter les coulisses de l'événement.
- invite les internautes à poser leurs questions aux stars.
- nickos nous informe de ce qui est le plus commenté, le nombre de tweets, les hashtags les plus tendances et tout élément susceptible de faire le buzz,
- tenter de deviner qui seront les gagnants de certaines catégories via Twitter
- d'assister pour la première fois à des concerts de groupes sur Twitter ou de tweeter en live avec des lors de la **cérémonie des NRJ Music Awards**.

Les résultats des sondages seront annoncés en direct à l'antenne et les twittos ayant deviné juste verront leur avatar s'afficher sur la scène.

Quelques partenariats lors de l'événement

TF1 Publicité et NRJ Global ont également mis en place, avec les agences UM Ensemble et Wunderman, un dispositif de brand content plurimédia (TV, radio, Web, mobile et réseaux sociaux) pour les tablettes Surface de Microsoft, inclus dans toutes les prises de parole et déclinaisons de l'événement.

Partenariat entre **TF1 et Ionoco** : mise en place d'une capsule à 360° qui pourra ainsi intercepter tous les mouvements des stars,

Le hashtag **#NMA 360** accompagne ainsi sur twitter les vidéos issues de cette technologie, et aussi les internautes loin du sud de la France ont eu la possibilité d'envoyer un tweet au compte **@TF1** et le hashtag **#MyRedCarpetNRJMobile** qui automatiquement déclenche l'appareil photo de la cérémonie pour avoir une capture de l'événement et de suivre l'événement comme en sensation de direct, => Concept inédit et très original !



NRJ MOBILE PARTENAIRE ANTENNE DES NRJ MUSIC AWARDS SUR TF1

L'opérateur virtuel NRJ Mobile, détenu aujourd'hui par le Crédit mutuel, a été partenaire antenne des NRJ Music Awards, **Un hashtag sur Twitter a permis aux fans de prendre et de publier une photo de la montée des marches des personnalités présentes lors de cette cérémonie récompensant les artistes musicaux. Un concours permettra aussi à un chanceux de vivre l'événement de l'intérieur, en VIP.**

TF1 et NRJ s'est confirmée comme une des valeurs - très - sûres de la télévision française ; elle a aussi permis à la social TV d'inscrire un nouveau record, avec 1,45 million de tweets autour de la diffusion. Premier programme à franchir la barre du million de messages échangés. Ce succès sans précédent résulte du fait que les NRJ Music Awards 2013 ont réuni, en un seul moment, tous les éléments clés de la construction du buzz TV : un genre événementiel programmé longtemps à l'avance, une programmation en prime time sur TF1, des stars actives sur Twitter, un jeune public de fans hyper-connectés et des dispositifs numériques soutenant l'activité sociale.

