



Rocket Media Communications attire l'attention internationale sur l'événement unique « Univers nomade » avec Cision

CISION®

ÉTUDES DE CAS

Rocket Media Communications attire l'attention internationale sur l'événement unique « Univers nomade » avec Cision

Rocket Media Communications se spécialise dans la conception de forfaits médias et communications pour un groupe de clients unique. Son créneau comprend des organisations gouvernementales telles que des ministères internationaux du tourisme et de l'économie. L'agence excelle dans la création de contenu intéressant et réfléchi pour des événements internationaux. Pour veiller à ce que son contenu atteigne un auditoire vaste, mais ciblé, Rocket Media a choisi de s'associer à Cision.

90^e

PERCENTILE EN MATIÈRE
DE VISIBILITÉ TOTALE DANS
LE SECTEUR

PLUS DE
6 100

CONSULTATIONS DU
COMMUNIQUÉ (92^e
PERCENTILE DANS
LE SECTEUR

86^e

PERCENTILE EN MATIÈRE
D'ENGAGEMENT DANS LE
SECTEUR



Michael Grabner (à gauche) et Christoph Gretzmacher (à droite) lors de la rencontre de direction avant la cérémonie d'ouverture

Le défi

Lorsque les World Ethnogames ont approché Rocket Media pour gérer la promotion de leur nouveau festival « Univers nomade » en Arabie saoudite, Michael Grabner, directeur général de Rocket Media Communications, a sauté sur l'occasion.

« L'échéancier était très serré. Nous avons de l'expérience dans la promotion d'événements de grande envergure, mais je n'avais jamais vu un délai aussi court en 17 ans, a déclaré M. Grabner. De plus, il y a peu de bonnes nouvelles en provenance d'Arabie saoudite, alors nous savions que cet événement serait une excellente occasion d'apporter un peu de positivité dans la région. »

La solution

M. Grabner et son équipe ont créé une campagne à multiples facettes afin de maximiser leur portée et de faire connaître l'événement.

D'abord, Rocket Media s'est rendue sur place pour filmer le contenu. La stratégie pour le contenu était de se concentrer sur le caractère unique de l'événement.

« Le plus important est de transmettre le message que 100 pays et 130 groupes ethniques se sont réunis en Arabie saoudite pour un événement très pacifique et interconnecté » a expliqué M. Grabner. 2 000 personnes provenant de 100 pays différents rassemblées pour profiter des festivités, c'était vraiment magnifique à voir. Nous nous

sommes concentrés sur la couverture de l'événement lui-même, en traitant le pays comme un élément secondaire. »

Étant donné que le pays hôte pouvait être perçu comme un sujet délicat, M. Grabner et son équipe ont utilisé leur expérience de la stratégie de communication gouvernementale et ont adopté une approche de communication de crise pour veiller à ce que l'événement soit présenté sous un jour favorable.

Ensuite, Rocket Media devait s'assurer que son message serait distribué dans des canaux multimédias atteignant ses auditoires directement ou par l'entremise des médias acquis. L'agence a utilisé sa distribution télévisuelle internationale (6 500 stations et réseaux) pour diffuser des documentaires et des nouvelles en plusieurs langues, qui ont déjà été diffusés sur 550 chaînes de télévision dans le monde entier.

Finalement, Rocket Media s'est tournée vers Cision, son partenaire de longue date, pour préparer tout son contenu en vue de la distribution en ligne et sur le fil de nouvelles.

« Nous ne savions pas à quoi nous attendre avec ce projet, alors nous avons choisi une façon élargie d'atteindre les médias avec un Centre de contenu, a indiqué M. Grabner. Tous les actifs multimédias sont inclus au même endroit, ce qui facilite beaucoup la tâche aux médias. Nous pouvons aussi distribuer le contenu en plusieurs langues, ce qui était parfait en raison de la nature de cet événement. Le Centre de contenu est un produit complet formidable. »

Les résultats

» NOTORIÉTÉ DE L'ÉVÉNEMENT ET NOUVELLES POSITIVES EN PROVENANCE D'ARABIE SAOUDITE :

Avec un échéancier serré, M. Grabner et son équipe ont dû se baser sur leur expertise de la promotion d'événements internationaux pour réussir le projet et tout terminer à temps. « Lorsque l'événement a commencé le 9 mars, il a été magnifiquement exécuté. C'était vraiment impressionnant », a affirmé M. Grabner.

L'histoire a été bien reçue par les médias. « La couverture médiatique confirme notre opinion qu'il s'agit d'une bonne histoire, a dit M. Grabner. Nous avons indiqué clairement que l'événement n'a rien à voir avec la politique; l'important, ce sont les gens et la rencontre des cultures. »

» UN ÉVÉNEMENT UNIQUE GÉNÉRANT DE SÉRIEUX RÉSULTATS MÉDIATIQUES :

Le Centre de contenu était l'avenue parfaite pour compléter la stratégie de communication de Rocket Media pour l'événement.

« On peut créer une excellente publicité télévisée pour un produit, mais pour promouvoir un événement ou même un pays, il faut plus que cela, a déclaré M. Grabner. Nous nous spécialisons dans la création et la distribution de contenu télévisuel et multimédia, mais Cision apporte des canaux additionnels comme les médias imprimés, sociaux et en ligne avec son Centre de contenu. À mon avis, il s'agit de la meilleure plateforme possible. Le texte est disponible dans toutes les



« Nous avons indiqué clairement que l'événement n'a rien à voir avec la politique; l'important, ce sont les gens et la rencontre des cultures. »

— Michael Grabner, directeur général de Rocket Media Communications

langues, la vidéo est courte et efficace, comme il se doit pour les médias sociaux et en ligne, les images de presse sont parfaites et des renseignements additionnels indiquent les personnes-ressources pour les médias. Tout ce dont un journaliste a besoin pour produire une bonne histoire est compris dans un Centre de contenu. C'est la raison pour laquelle des médias comme USA Today et Forbes ont décidé de couvrir l'histoire. »

VOICI CERTAINS DES RÉSULTATS DU CENTRE DE CONTENU :

- **VISIBILITÉ TOTALE** : 90^e percentile en matière de nouvelles dans le secteur.
- **ENGAGEMENT** : 86^e percentile en matière d'engagement dans le secteur, selon les clics, les partages, etc.
- **TRAFFIC** : Plus de 6 100 consultations du communiqué (92^e percentile dans le secteur), ce qui illustre que l'optimisation pour les moteurs de recherche et la portée étaient particulièrement élevées pour cet événement par rapport à d'autres événements du secteur.
- **AUDITOIRE** : 96^e percentile dans le secteur, ce qui démontre un intérêt médiatique et un engagement des consommateurs élevés.

« **Nous avons connu beaucoup de succès avec le Centre de contenu de Cision, a indiqué M. Grabner. Nous sommes très heureux des résultats initiaux que nous avons obtenus. »**

» UN EXCELLENT SERVICE D'UN VRAI PARTENAIRE :

En s'associant à Cision, Rocket Media peut toujours trouver la solution idéale pour ses besoins diversifiés en matière de communications. Pour ce projet, le Centre de contenu a permis à Rocket Media d'atteindre un auditoire international et de préparer tout son contenu en ligne ainsi que son communiqué de presse dans un format facile à assimiler.

« J'ai choisi ce partenaire principal parce que Cision fournit tout le reste en dehors de nos services de communication télévisuelle et offre un échange direct et personnel avec les professionnels. On peut travailler de façon très rapide et professionnelle, a affirmé M. Grabner. Cision est le meilleur partenaire, et j'ai beaucoup d'expérience avec d'autres services de fils de nouvelles. »

« Cision a beaucoup à offrir et je crois que nous n'avons fait qu'effleurer la surface des possibilités. »

— Michael Grabner, directeur général de Rocket Media Communications



Les prochaines étapes

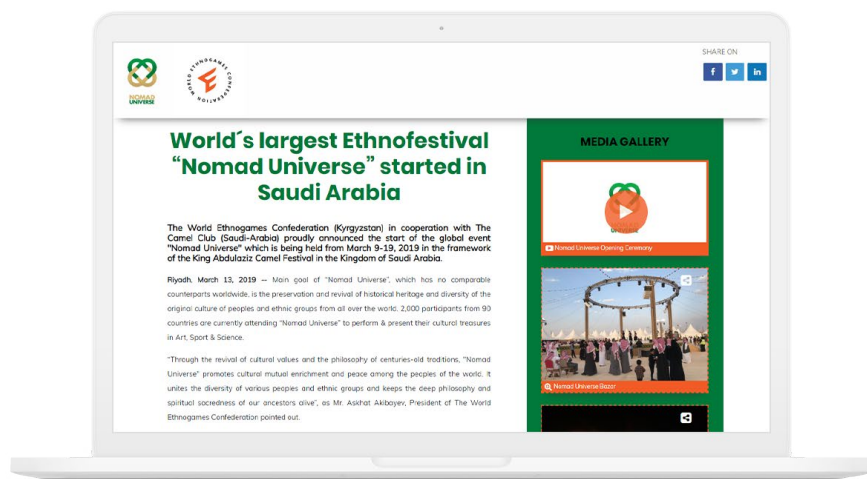
Rocket Media continuera à développer la stratégie de communication pour cet événement au cours des dix prochaines années. Avec plus de temps pour se préparer, sa stratégie pour l'année prochaine est d'avoir une communication avant et après l'événement.

« Nous en ferons beaucoup plus avant l'événement l'an prochain, en commençant quatre à six mois avant celui-ci, a expliqué M. Grabner. La priorité sera accordée aux médias sociaux et aux plateformes en ligne. »

Quand on lui a demandé quels conseils il donnerait aux professionnels des relations publiques cherchant à atteindre un succès semblable, M. Grabner a déclaré : « Il faut avoir une vue d'ensemble et aller au-delà des messages qui disent au consommateur ou au téléspectateur quoi faire et comment le faire. Les gens veulent qu'on communique avec eux différemment. Racontez toujours une histoire; ils ont besoin d'une histoire. »

Le client

Établie en Autriche, Rocket Media Communications est un producteur et partenaire de distribution hautement spécialisé pour le contenu télévisuel et en ligne avec d'excellentes références internationales. L'agence produit du contenu télévisuel éditorial personnalisé pour des lieux économiques, des destinations touristiques et des questions sociopolitiques, et assure la couverture de 6 500 stations et réseaux de télévision dans le monde entier. Visitez le site Web www.rocketmedia.at.



CISION

Cision Ltée (NYSE: CISON) est l'un des principaux fournisseurs mondiaux de logiciels et de services de médias acquis pour les professionnels des relations publiques, du marketing et des communications. Les logiciels de Cision permettent aux utilisateurs de repérer les influenceurs clés, de rédiger et de distribuer du contenu stratégique et de mesurer les répercussions importantes. Cision compte plus de 4 000 employés et des bureaux dans 22 pays dans les Amériques, en Europe, au Moyen-Orient, en Afrique et dans la région Asie-Pacifique. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ses produits et services primés, y compris sur Cision Communications Cloud^{MC}, visitez www.cision.ca/fr/ et suivez Cision sur Twitter [@CisionQC](https://twitter.com/CisionQC).

DÉCOUVREZ COMMENT CISION PEUT TRANSFORMER VOS COMMUNICATIONS

DEMANDEZ UNE DÉMO

1.877.269.3367

88, Queens Quay W., bureau 3000, Toronto (Ontario) M5J 0B8

© Tous droits réservés Cision Ltée, 2019.

CISION®