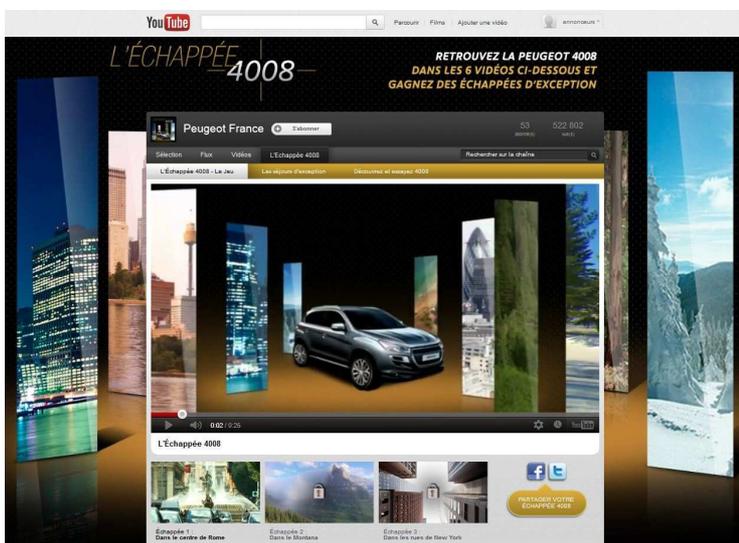


26/04/2012

## Peugeot et Business Lab créent le 1er dispositif d'acquisition clients sur YouTube : L'ÉCHAPPEE 4008

Pour sa première campagne de lancement d'un véhicule 100% digitale, Peugeot a confié à Business Lab l'élaboration du dispositif. Business Lab a innové en concevant une opération 100% YouTube, avec une logique d'engagement très forte via un parcours vidéo ludique de « quête » du véhicule et, ce qui est le plus novateur, une mécanique d'acquisition clients performante via notamment un jeu concours !

En effet, la performance de YouTube en termes de viralité et de notoriété on-line n'est plus à démontrer. Mais en termes d'acquisition clients, l'efficacité de la plateforme de partage vidéo devait encore faire ses preuves ! A l'occasion du lancement digital de la nouvelle Peugeot 4008, le 26 avril 2012, Peugeot et Business Lab ont créé un dispositif d'acquisition innovant fondé sur un parcours utilisateur optimisé pour le partage en ligne, couplé à un jeu très attractif.

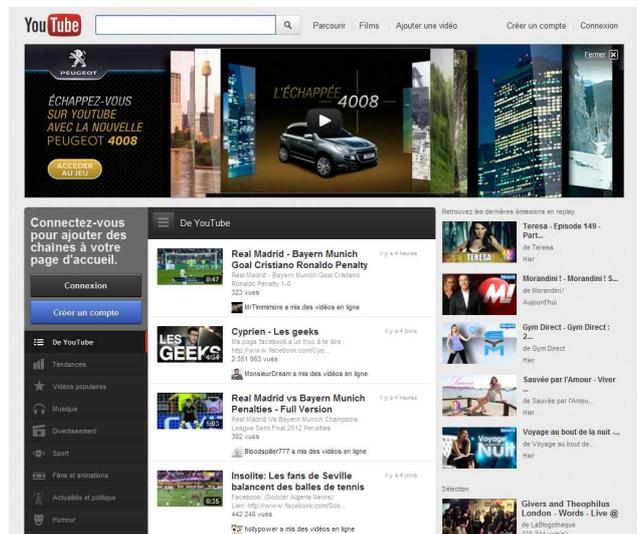


Point de départ de la campagne proposée, le véhicule : la Peugeot 4008, un SUV élégant, ludique et robuste, urbain et stylé. Pour valoriser cette singularité, Business Lab a imaginé une « première » sur YouTube : un parcours de découverte de 4008 au travers de 6 vidéos successives dans lesquelles le véhicule est dissimulé dans différentes situations : les rues de Rome, la neige près de Vancouver ou la côte californienne... A chaque « échappée », il faut repérer la voiture dans le trafic ou le paysage afin d'accéder à l'étape suivante. Bien entendu, chaque vidéo découverte permet de révéler en quoi 4008 est complètement adapté au terrain sur lequel il évolue.

Un fois ce parcours réussi, l'internaute se voit proposé l'inscription à un jeu pour tenter de gagner des séjours de rêve dans les fjords norvégiens ou l'arrière-pays de Saint-Tropez dans des hôtels d'exception, à la fois élégants et respectueux de leur environnement.

Le parcours vidéo est accessible directement via la chaîne YouTube de Peugeot France, [www.youtube.com/peugeotfrance](http://www.youtube.com/peugeotfrance), customisée pour l'occasion aux couleurs de l'opération. Au-delà du parcours vidéo, la chaîne présente également des pages de découverte du véhicule et des dotations proposées. De plus, à tout moment dans sa navigation, la viralité est favorisée grâce à un parcours utilisateur optimisé pour le partage (sur Facebook, Twitter, Google+...) et sans rupture de canal puisque 100% sur YouTube

Pour assurer la visibilité de la campagne, des relais médias on-line puissants ont été déployés : la bannière événementielle « masthead » en Une de YouTube, un trailer en « pré-roll » avant les vidéos YouTube, des bannières sur la plateforme ainsi qu'au sein de l'écosystème digital Peugeot...



---

## **Business lab en bref...**

**Business lab accompagne les grandes marques dans leur stratégie de communication et de marketing relationnel adaptés à l'ère digitale !**

Solidement implantée dans le marché depuis 1998, Business Lab est reconnue pour son bouquet d'expertises digitales : Ecosystème digital, Dispositif de communication On/Off, CRM Social CRM, Média à la performance et pour sa créativité et ses innovations.

Clients actifs : Peugeot, E.Leclerc, Leroy Merlin, Casino, Areva, Adidas, OpenSkies, UCPA, Dyson, BNP Paribas, Bouygues Immobilier, Decolor Stop, Banque Casino, Brasseries Flo, SFR, Airlinair, Crédit Agricole, Fromageries Bel, Gîtes de France...

**Votre contact presse :**

Frédérique Boyer/ Adeline Kroetz, Agence Bermudes-rp  
Tel. : 01 40 54 23 40 / [fboyer@bermudes-rp.com](mailto:fboyer@bermudes-rp.com) / [akroetz@bermudes-rp.com](mailto:akroetz@bermudes-rp.com)