

TABLE DES MATIERES

Introduction.....	1
I. Présentation de l'entreprise.....	2
a. Aspect général de l'entreprise	2
b. Fonctionnement du site internet	2
c. Ses sources de financement.....	3
d. Communication	3
e. Quelques chiffres.....	3
II. BestofTicket et son marché.....	4
a. Présentation du marché.....	4
b. Une activité réglementée.....	5
c. La cible de BestofTicket.....	5
d. Analyse de la concurrence.....	6
e. Analyse externe : Les cinq forces de Porter	6
f. Synthèse SWOT : Analyse interne & externe	9
g. Axe d'amélioration de l'entreprise :.....	10
h. Mise en place d'une problématique	10
III. Le cadre du stage.....	11
a. Les outils mis à ma disposition	11
b. Mes missions	14
c. Les démarches majeures de mon stage	15
IV. Résultats et réponse à la problématique	19
V. Les apports du stage.....	20
a. Acquis professionnels et techniques.....	20
b. Perspectives d'avenir	20
Conclusion	21

REMERCIEMENT

Je tiens à remercier dans un premier temps, Ludovic Jouet, Directeur Général et Marketing de BestofTicket, pour m'avoir intégré rapidement au sein de la start-up, et m'avoir accordé toute sa confiance dès mon arrivée. Je le remercie aussi pour le temps qu'il m'a consacré tout au long de ces deux mois, pour m'avoir fait découvrir le monde de la billetterie et du webmarketing tout en sachant répondre à mes interrogations. Sa disponibilité, son accueil sympathique, et son professionnalisme m'ont permis d'effectuer un stage formateur, avec des responsabilités et une réelle expérience.

Je remercie également Emilie Edouard, chargée de communication, pour sa disponibilité, sa bonne humeur et ses conseils avisés qui ont fortement contribué à rendre mon stage enrichissant et motivant. Je la remercie plus particulièrement de m'avoir attribué des missions valorisantes et de s'être montrée très pédagogique.

Pour finir, je tiens aussi à remercier, Madame Koussairi, professeur tuteur de mon stage, de m'avoir suivi tout au long de cette période en restant à l'écoute de toutes mes demandes ainsi que tous les professeurs qui m'ont permis d'acquérir les notions nécessaires pour mener à bien mon stage.

Introduction

Le milieu de la billetterie est en plein essor. Les plates-formes de vente en ligne se sont multipliées ces dernières années. Même si les trois opérateurs historiques Ticketmaster, Digitick, France Billet dominent toujours le marché, les producteurs de spectacles disposent désormais d'un éventail de solutions très vaste. La dématérialisation de la billetterie a permis le développement de nombreux outils et services afin de répondre au mieux, aux attentes du producteur et du consommateur.

Etant moi-même très intéressée par les nouvelles technologies et le domaine du spectacle vivant, ce stage de deux mois paraissait être l'endroit idéal pour découvrir un milieu en pleine évolution. La réalisation de celui-ci m'a permis de me confronter à la réalité du monde du travail par la réalisation de missions déterminantes à l'évolution de l'entreprise. C'était donc une réelle opportunité pour moi, de réinvestir mes connaissances acquises durant la formation, mais également de m'investir pleinement dans des actions me permettant d'acquérir de l'expérience professionnelle.

Réaliser mon stage dans une jeune start-up comme BestofTicket, premier comparateur de billetterie en ligne, m'a permis de ressortir une problématique majeure : Comment améliorer la notoriété de BestofTicket ?

Pour comprendre le déroulement de mon stage ainsi que cette problématique, nous verrons d'abord l'entreprise et son contexte, puis dans un second temps, une présentation retraçant les étapes de mon travail. Pour conclure, nous analyserons certains points importants de mes missions, et mon point de vue face à mon avenir professionnel suite à cette expérience.

I. Présentation de l'entreprise

a. Aspect général de l'entreprise

Situé à la croisée d'un moteur de recherche de spectacles et d'un comparateur de billets, BestOfTicket permet à l'utilisateur de trouver les meilleures places de spectacles. Aujourd'hui c'est le premier comparateur français indépendant et gratuit de billets de spectacles, concerts, théâtre, sport et parcs. (Annexe 1 : Site internet)

L'entreprise a été créée le 1^{er} juin 2013, suite à la collaboration de deux protagonistes : Damien Odin et Yoram Griguer puis reprise en septembre 2015 par Ludovic Jouet président et directeur Marketing et Emilie Edouard responsable de la communication.

Ce concept a été imaginé suite à différents besoins rencontrés lors de la réservation de billets en ligne et de la multiplication des sites de billetteries en tous genres (discount, revente spéculative, reventes d'occasions...). Le développement de BestofTicket s'est basé sur les comparateurs de prix comme Lilligo ou Kayak en l'adaptant à l'univers du spectacle vivant. Son objectif final est de permettre à l'utilisateur de comparer de façon pertinente en prenant en considération ses critères de choix.

b. Fonctionnement du site internet

En partenariat avec les principales billetteries (Fnac, Carrefour, Ticketac...), BestofTicket intègre l'ensemble de leurs offres afin de les diffuser sur le site de façon rapide, simple et ergonomique. Plus de 60 000 évènements et 80 000 artistes, groupes et équipes sont référencés.

Chaque artiste, chaque équipe et chaque spectacle, dispose d'un espace dédié sur la plateforme avec un contenu riche et unique (images, vidéos, actualités, descriptifs...). Ces espaces sont constamment alimentés et permettent à l'utilisateur d'être alerté des actualités d'un événement, d'un artiste, d'une équipe, à l'aide d'un outil « tracker ». Pour pouvoir utiliser ce système, celui-ci doit créer un compte sur le site. Suite à ça, il sera tenu au courant de toutes les nouveautés qu'il souhaite et recevra les newsletters chaque semaine.



En En référençant une douzaine de billetteries partenaires, l'internaute va pouvoir trouver le meilleur billet au meilleur prix pour l'évènement qu'il souhaite. Le comparateur va prendre en compte ses critères de choix comme le prix mais, aussi la catégorie de placement souhaitée. Une fois la recherche aboutie, l'Internaute est redirigé vers la billetterie officielle auprès de laquelle il pourra passer commande en toute sécurité.

L'avantage principal de BestofTicket est de permettre à l'utilisateur de ne pas perdre son temps à chercher la meilleure offre sur internet et de comparer en quelques instants les prix des places disponibles.

c. Ses sources de financement

BestofTicket se rémunère principalement grâce à un système de commissionnement en prélevant une commission sur chaque billet vendu par l'intermédiaire de sa plateforme. Les commissions varient en fonction de chaque partenaire.

BestofTicket se finance aussi grâce aux :

- Campagne digitale (Méga bannière, section top event, insertion newsletter, page dédié personnalisé, news sponsorisé)
- Mise en avant sur les réseaux sociaux
- Référencement des événements

d. Communication

L'objectif est d'imposer BestofTicket comme un outil indispensable pour toutes les personnes qui achètent des billets en ligne. La communication du site est donc un élément majeur pour l'aider à se développer et à améliorer sa notoriété.

Le site internet est très présent sur Twitter, Facebook, Pinterest et Google+ afin d'acquérir un maximum de nouveaux utilisateurs sur BestofTicket. Sur ces réseaux sociaux, le ton des messages adressés reste informatif et attractif.

Pour fidéliser les internautes et favoriser l'acquisition, de nombreux jeux concours sont régulièrement organisés en partenariat avec des festivals ou des artistes.

e. Quelques chiffres

Je trouvais intéressant de publier des chiffres concrets afin de caractériser la popularité, l'ampleur ou encore la croissance du site.

Depuis son lancement :

- ⇒ 1.5 millions de visiteurs qui ont consultés plus de 3.5 millions de pages d'artistes, événements, actualités
- ⇒ 60 000 événements et 80 000 artistes référencés

BestofTicket dispose d'une vingtaine de partenaires :

- ⇒ Fnac Spectacles
- ⇒ Carrefour Spectacles
- ⇒ Ticketac
- ⇒ TicketMaster
- ⇒ Viagogo
- ⇒ MyOpenTickets
- ⇒ Digitick
- ⇒ OnTour
- ⇒ Showroom Privée
- ⇒ ...



II. BestofTicket et son marché

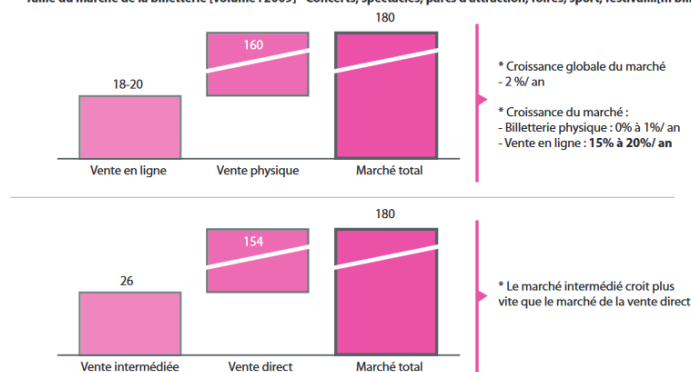
a. Présentation du marché

BestofTicket fait désormais partie intégrante du monde de la billetterie en ligne. Ce marché est réellement prometteur et ne cesse d'évoluer. C'est un secteur d'activité dynamique, en plein essor et innovant.

« Le marché de la billetterie représente environ 205 millions de billets émis par an (tous secteurs confondus, hors cinéma), avec une croissance de l'ordre de 20% par an sur la partie en ligne ces dernières années. »

En effet avec un marché français (sport, concerts, etc.), estimé à quatre milliards d'euros et en constante progression, la billetterie représente un secteur stratégique du spectacle vivant. Depuis la dématérialisation du billet de spectacle et sa légalisation en 2007, tout le secteur est tiré par le dynamisme des ventes en ligne : Le sport, les loisirs, les spectacles ou les musées, tous les domaines affichent des résultats en hausse. De Carrefour à TicketMaster, en passant par Digitick, les distributeurs de billets sont devenus d'indispensables intermédiaires entre les organisateurs et leurs spectateurs.

Taille du marché de la billetterie [volume : 2009] - Concerts, spectacles, parcs d'attraction, foires, sport, festival...[m billet en France]



Désormais il est possible de revendre ses billets légalement via des sites comme zepass ou viagogo.

Cette évolution est favorable à tous notamment aux organisateurs qui voient leurs taux de remplissage atteindre des niveaux plus que satisfaisants. La dématérialisation de la billetterie et l'arrivée des solutions cashless présentent également un intérêt financier pour les organisateurs d'événements, car les nouveaux entrants et fournisseurs de solutions en self-service sont plus souples et réactifs sur les reversements de recettes.

La Fnac est le leader du marché, depuis plus de 40 ans, avec sa filiale France Billet. Il estime détenir plus de 50% de parts du marché, soit plus de 12 millions de billets distribués chaque année. Chaque réseau comme la Fnac ou Ticket Master ont de nombreux sites partenaires et affiliés. Tous ces sites proposent les flux billetterie de leurs réseaux sur leur page.

b. Une activité réglementée

Il faut savoir que la billetterie est une activité très réglementée en France. Comme tout échange d'argent, elle obéit à des règles fiscales et juridiques précises dont le cadre est défini par le Code général des impôts

De plus, à partir du 1er juillet 2016, tout comparateur en ligne devra préciser dans une rubrique spécifique le fonctionnement de son service.

c. La cible de BestofTicket

BestofTicket dispose d'une cible assez large du fait de la richesse et de la diversité des événements concernés par la vente de billets en ligne. Le site internet, ne se concentre pas sur un segment spécifique de la population même s'il tente d'attirer de plus en plus de jeunes grâce aux réseaux sociaux. Il faut quand même savoir que sur le marché français, 50% des achats en ligne de billets de spectacles sont réalisés par des personnes âgées de 35 à 55 ans.

BestofTicket cible aussi les professionnels tels que les principaux acteurs de la billetterie en ligne ou encore, les organisateurs d'événements afin d'établir des partenariats. Ces partenariats vont lui permettre de référencer les offres des différentes billetteries en ligne avec pour objectif de proposer aux utilisateurs un comparateur efficace. Cette action va aussi lui permettre, d'améliorer le référencement et la notoriété du site.

d. Analyse de la concurrence

Concurrent direct	<ul style="list-style-type: none">– Tixor : Site indépendant français qui compare l'offre de divers vendeurs et revendeurs de billets.
Concurrents indirects	<ul style="list-style-type: none">– Les sites partenaires (blogs, agendas...) des réseaux de billetteries en ligne comme la Fnac, ou encore Digitick qui proposent souvent sur leur site les flux de billets de ces réseaux.– Des sites comme Infoconcert, qui permettent à l'internaute d'acheter directement ses places sur la billetterie en ligne partenaire.

e. Analyse externe : Les cinq forces de Porter

Il est important d'établir le modèle des 5 forces de Porter afin d'obtenir un regard global sur les différentes menaces qui peuvent peser sur BestofTicket. Cette analyse a pour objectif de prévoir les évolutions de l'environnement concurrentiel afin d'anticiper ses transformations.

L'intensité de la concurrence intra sectorielle

L'intensité concurrentielle sur le marché de la billetterie en ligne devient de plus en plus importante avec l'arrivée de nouvelles plateformes de vente, et de solutions de billetteries en ligne avec weezevent.

Cependant, malgré l'apparition de ces nouveaux acteurs, la distribution de billets de spectacles reste concentrée et loin d'être saturé.

En ce qui concerne la concurrence face aux comparateurs de billets pour les spectacles vivants, elle est très limitée. Cependant, d'autres acteurs sont présents à l'international avec le même positionnement. Les principaux sont Seatgeek.com (US), TiqIQ (US) et Tixdaq (UK).



Le pouvoir de négociation des clients

Les clients sont très sensibles au prix étant donné que les billets vendus ne sont pas différenciables. Ils possèdent donc un assez fort pouvoir de négociation. S'ils ne sont pas satisfaits par le prix proposé par un billettiste ou un revendeur, ils peuvent aller directement chez un concurrent qui propose les mêmes billets, et l'avoir à un meilleur prix. Le comparateur de prix va alors l'aider à trouver le billet souhaité au meilleur prix.

La menace d'entrants potentiels

Sur le marché de la distribution de billets en ligne, la pression des nouveaux entrants est relativement élevée. Nous pouvons l'affirmer car il existe très peu de barrières à l'entrée. Cependant ce marché étant déjà concurrentiel, les entreprises vont avoir du mal à gagner leur place sur le marché face à des acteurs principaux déjà établis sur le secteur, qui possèdent les $\frac{3}{4}$ des parts de marchés de la billetterie en ligne.

Le pouvoir de négociation des fournisseurs

Le pouvoir de négociation des fournisseurs existe uniquement pour les billetteries qui vendent les billets de leurs partenaires ou affiliés. Il reste assez élevé, car certains billettistes ne peuvent pas fonctionner sans la présence de ses fournisseurs.

Beaucoup d'acteurs possèdent encore uniquement leurs propres billetteries, refusant de vendre à des partenaires.

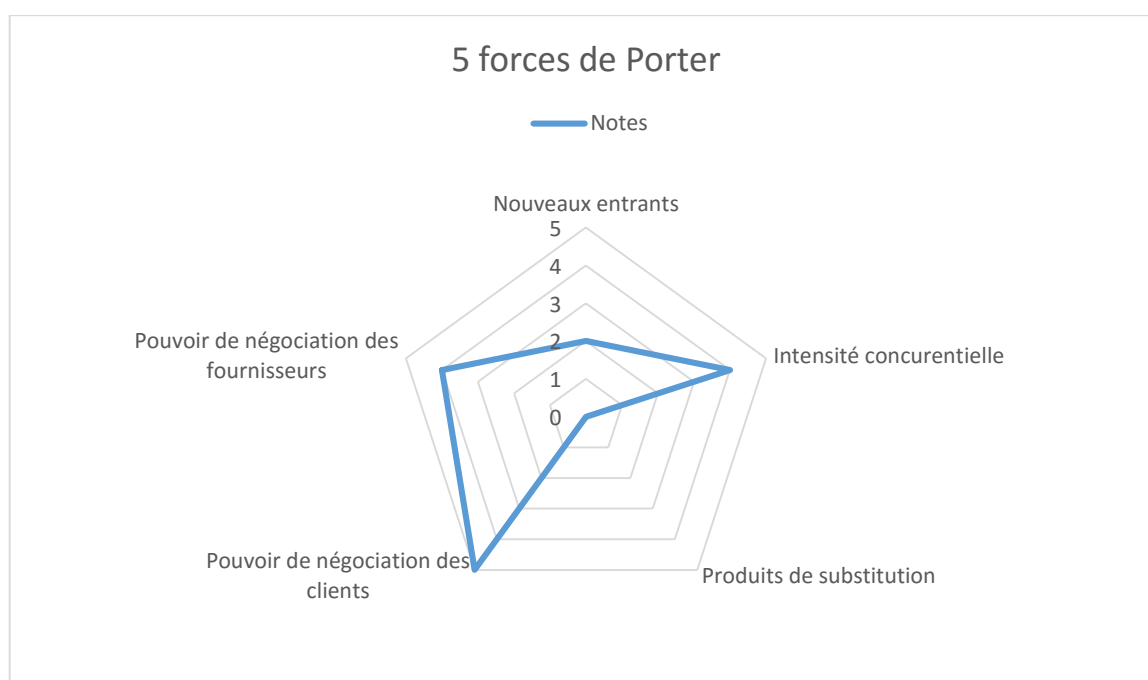
Pour le comparateur de prix, ce pouvoir de négociation est élevé car c'est de là où il va être possible de négocier des commissions et se générer des revenus. De plus, le comparateur ne peut fonctionner, que si les offres de tous ses acteurs sont intégrées dans le système.

La menace des produits de substitutions

Les produits de substitution représentent une alternative à l'offre. Sur le marché de la billetterie, et pour le comparateur, il n'y en a pas.

Afin de pouvoir visualiser les menaces sur ce marché, j'ai pu établir le schéma de Porter en fonction des notes attribuées sur 5 à chaque force.

FORCES	NOTES /5
<i>L'intensité de la concurrence intra sectorielle</i>	4
<i>Le pouvoir de négociation des clients</i>	5
<i>La menace d'entrants potentiels</i>	2
<i>Le pouvoir de négociation des fournisseurs</i>	3
<i>La menace des produits de substitutions</i>	0



f. Synthèse SWOT : Analyse interne & externe

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> – Service unique en France : Solution innovante – Le service est gratuit et indépendant – Référencement de tous les acteurs de la billetterie (marché primaire et secondaire) – Identification automatique des meilleurs billets – Interface simple et rapide – Une plateforme constamment alimenté qui permet à l'utilisateur d'être informé de toutes les actualités relatives au domaine du spectacle vivant – Système de « tracking » de ses artistes, événements favoris – Disponibilités et détails des prix en temps-réel par catégorie – Placement sur un plan interactif des offres – Partenariat avec les billetteries – Nombre de visiteurs évoluant de jour en jour – Constante amélioration de la performance du site – Bon référencement du site sur les moteurs de recherche avec des requêtes comme « billet pas cher » 	<ul style="list-style-type: none"> – Jeune start-up : sources de financements réduits – Manque de notoriété, de visibilité – Difficulté d'acquisition d'internautes – Difficulté de se faire connaître à l'international – Le comparateur ne regroupe pas toujours toutes les offres – L'efficacité du comparateur dépend des flux générés par les partenaires (erreurs régulières) – Intégration des offres Groupon manuellement – Besoin d'une veille constante sur les offres pour être efficace
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> – Plus de 60.000 évènements disponibles en ligne, chaque année – Augmentation du nombre de vendeurs de billetterie en ligne et développement de la vente d'occasion – Disparité croissante dans les offres proposées (exclusivité, discount, packages, ventes privées...) – Le marché de la billetterie est de 4 milliards d'euros – 230 millions de billets vendus par an – 30 millions de billets vendus en ligne chaque année – Marché en évolution : 20% 	<ul style="list-style-type: none"> – Activités réglementées – Un concurrent direct – A partir du 1er juillet, les comparateurs sur Internet devront respecter plusieurs règles afin d'apporter une information claire et transparente aux consommateurs – La population Française, pense pour la plupart, qu'il n'y a rien à comparer au niveau de la billetterie du spectacle vivant

- Le marché intermédiaire croît plus vite que le marché de la vente direct
- Plus de 90% des internautes utilisent un comparateur de prix avant d'acheter
- 80% des français recourent aux comparateurs de prix pour des achats non-alimentaires
- La majorité des Français ont une opinion favorable des comparateurs de prix et les jugent « fiables ».

g. Axe d'amélioration de l'entreprise :

BestofTicket a un besoin croissant de notoriété. Cette jeune start-up doit faire en sorte d'acquérir de plus en plus de trafic sur son site internet. Pour cela, l'entreprise doit faire parler d'elle, et se faire connaître. La start-up dispose de moyens qui se trouvent être assez vastes pour toucher une cible large et variée.

Elle doit faire en sorte d'établir des relations presse, pour obtenir des articles sur son outil révolutionnaire dans le monde de la billetterie. Par ailleurs, BestofTicket doit améliorer son référencement naturel, afin d'obtenir une meilleure position sur les moteurs de recherche, et acquérir une certaine visibilité auprès des internautes. Ce référencement passe par la réalisation d'articles avec des mots clés comme « billets pas cher », mais aussi grâce aux descriptions des événements, et parcs d'attractions.

BestofTicket doit pour l'instant, se concentrer sur son développement en France en élaborant des partenariats. Par la suite, elle devra développer son système à l'étranger afin de pouvoir faire bénéficier de cet outil au monde entier.

De plus, comme toutes jeune start-ups, BestofTicket, a un besoin de financement. Elle doit trouver des moyens de lever des fonds afin de pouvoir faire évoluer la performance et la fiabilité du comparateur de prix au fil des années.

h. Mise en place d'une problématique

Pour me guider dans mon stage, et m'aider à réfléchir sur mes tâches dans la start-up, il est intéressant de formuler une problématique.

Suite à l'analyse de BestofTicket et de son marché, nous avons pu constater que son problème majeur était l'absence de notoriété.

Comment améliorer la notoriété de BestofTicket ?

L'ensemble de mes missions réalisées ont donc, eu pour but, de résoudre cette problématique et d'y apporter des solutions.

III. Le cadre du stage

Au cours de ce stage, j'ai eu l'opportunité de découvrir l'univers du digital sous toutes ses formes et de comprendre de manière globale les difficultés que les jeunes start-ups comme BestofTicket pouvaient rencontrer dans l'exercice de cette activité. Pour une meilleure compréhension des missions que j'ai effectuées, il apparaît approprié de traiter en premier lieu, certains outils qui étaient mis à ma disposition, puis de traiter de manière détaillée les missions réalisées.

a. Les outils mis à ma disposition

Pendant le stage, j'ai passé le plus clair de mon temps à développer la notoriété de BestofTicket grâce à la communication sur les réseaux sociaux et aux actions de référencement. Une grande partie de mon stage était aussi de développer des partenariats avec les parcs mais aussi les festivals.

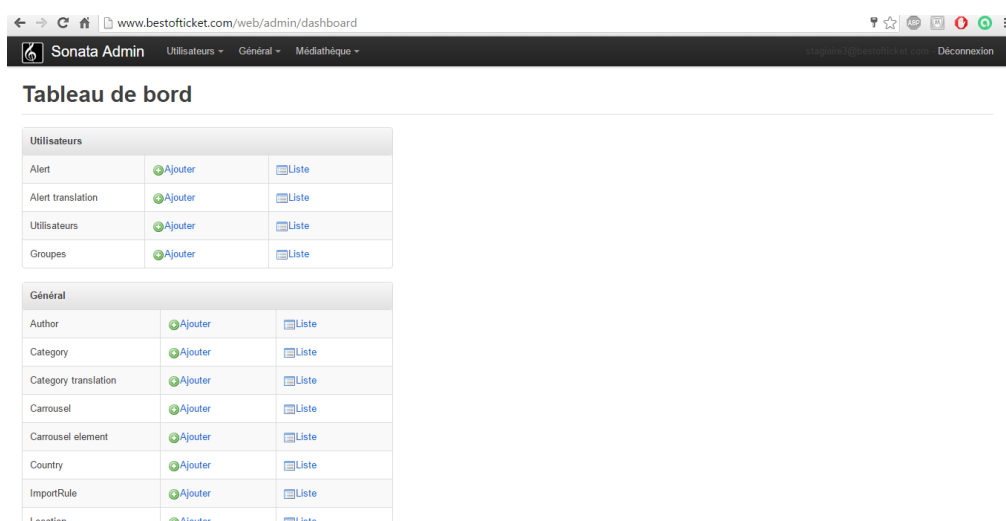
La réalisation de ces tâches nécessitait parfois l'utilisation **d'outils spécifiques** :

- **BackOffice du site BestofTicket**

Le BO d'un site internet est la partie qui n'est pas visible par l'utilisateur. Elle permet à l'administrateur de gérer le contenu, les fonctionnalités... Ce webmastering recouvre également l'aspect référencement naturel d'un site (SEO), vital pour exister sur le web.

Pour un site internet comme BestofTicket, cette partie est la plus utilisée afin de pouvoir mettre le comparateur à jour, intégrer les offres, gérer les erreurs...

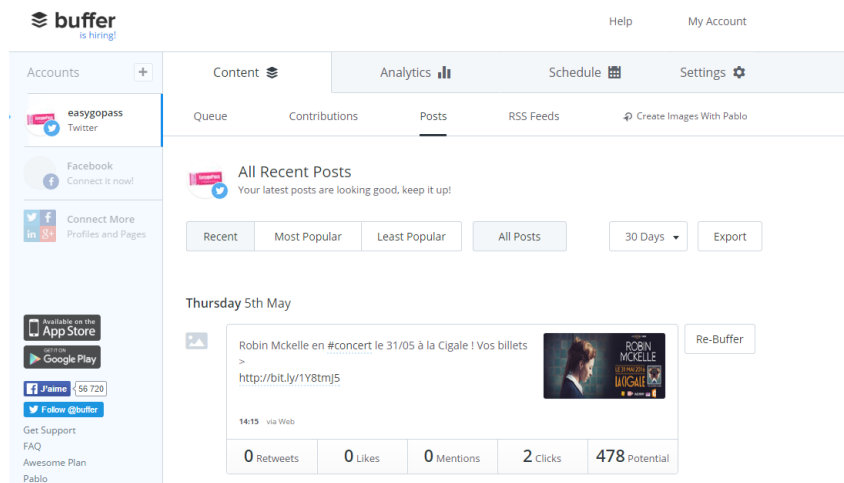
Pendant mon stage, ces missions de webmastering consistaient à gérer le contenu des pages en y ajoutant des descriptions des événements, artistes, parcs. Cela me permettait aussi d'ajouter des vidéos aux pages des « owners » mais aussi à gérer les erreurs.



- **Buffer**

Afin d'assurer sa présence sur les réseaux sociaux, le buffer est un outil qui permet de planifier l'envoi des posts sur Twitter, Facebook, et Google Plus. L'onglet « Analytics » permet d'offrir une analyse des posts, avec notamment le nombre de retweets, likes et commentaires. En ce qui concerne l'onglet « Schedule » il permet de planifier les publications.

Pour ma part, c'était un outil que j'utilisais quotidiennement afin de publier des posts sur le compte twitter « easygopass ».



- **Tableaux « Google Sheets »**

Lors des recherches sur les festivals, les parcs ou encore les relations presse, nous travaillons sur des fichiers nous permettant de travailler à plusieurs. Ils regroupent toutes les informations relevées sur chaque sujet, ce qui nous permet de les mettre à jour au fur et à mesure. Il nous offre aussi la possibilité, de faire le suivi des prises de contacts avec les professionnels. (Mise à jour des adresses mails, relance etc.)

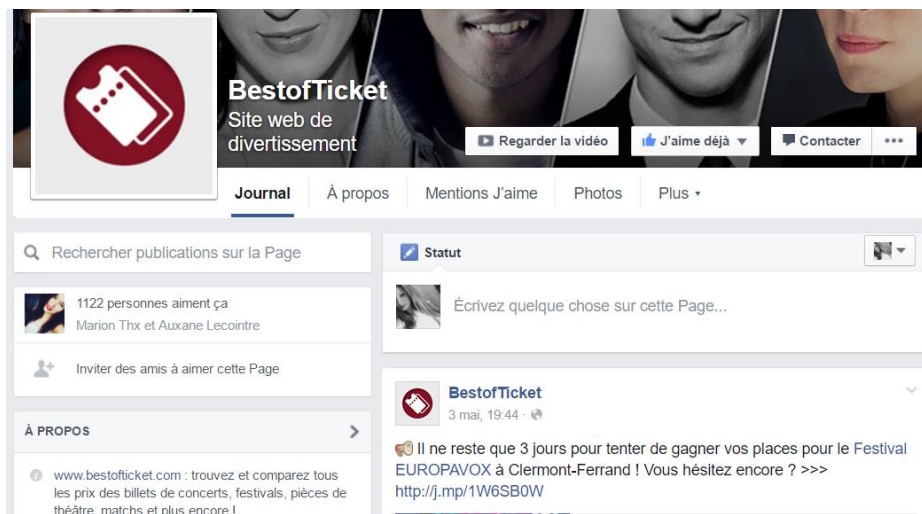
1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
2	Nom	Dép.	Région	Période	Url	Mail	Mail Communicator	Phone	Phone	Commentaires	Contact Con	Placement Lien	Suivi opé places
3	Cabaret Vert	80	Nord / Est	Août	http://cal.prog/cabare	lisavannreth@gmail.com	03 24 36 12 68		06 61 81 62 82		OK	ENVOYE 1	
4	Couvre Feu	44	Nord / Ouest	Août	www.couprog.com	programmatio				Boite de dialogue	ENVOYE 1		
5	Fête du Brui dans Lander	29	Nord / Ouest	Août	http://les.carol.regie-sc.carol.regie-scene@w	02 98 30 30 15					ENVOYE 1		ENVOYE 2
6	Hard Rock Session	68	Nord Est	Août	http://www					Boite de dialogue	ENVOYE 1		
7	Motocultur festival	56	Nord / Ouest	Août	http://www	contact@motc karine.sancho@gmail.com		06 19 82 12 80			OK	ENVOYE 1	
8	Rock en Seine	92	Ile de France	Août	http://www	julien@rockenseine.com					OK	ENVOYE 1	FINI
9	Summer Sound	17	Sud / Ouest	Août	http://www	communication@are					OK	ENVOYE 1	
10	Festival Aux Champs De	19	Sud / Ouest	Août	http://www						FORMULAIR		
11	HERMAE FESTIVAL	83	SUD / EST	Août	http://www						ENVOYE 1		
12	Noblog Festival	39	SUD / EST	Août	http://www	communication@nobi					ENVOYE 1	ENVOYE 1	
13	Festival Intercellique de L	56	NORD / OUEST	Août	http://www	festival@festi					ENVOYE 1		
14	Jazz au Phare	17	Sud / Ouest	Août	http://www	jean-michel.p					ENVOYE 1		
15	Parc Ducontania	64	Sud / Ouest	Août	http://www					Pas de site interne			
16	Spirit Open Air	1	Sud / Est	Août	http://www	laure@theroc laure@therockrunne					OK	FINI	
17	Festival Summerlied	67	NORD / EST	Août	http://www	info@summer					ENVOYE 1		
18	Festival Cosmopolite	37	Nord / Ouest	Août	http://www	festivalcosmo	06 37 70 67 41				ENVOYE 1		
19	Big Foot Festival	40	Sud / Ouest	Août	http://www	syvain@med	assoc@med	06 01 73 28 40		MORT			ENVOYE 2
20	Chien à Plumes	52	Nord / Est	Août	http://www	chienaplumes@vran	03 25 68 78 82				OK	ENVOYE 1	ENVOYE 2
21	Festival Cella en Cavaude	43	Sud / Est	Août	http://www	severine.mon.severine.montell@la					OK	ENVOYE 1	
22	Festival des Deux Clocher	22	Nord / Ouest	Août	http://www	tcprod@gma tcprod@gmail.com					OK	ENVOYE 1	FINI
23	Festival Du Bout Du Mond	29	Nord / Ouest	Août	http://www	guillaume@qui-oue	02 98 44 93 15				OK	ENVOYE 1	ENVOYE 2
24	Festival Point Laine	08	Sud / Est	Août	http://www	bruno@point	audrey/brdelli@			Pas encore de pas			
25	Le Printemps du Chien	52	Nord / Est	Août	http://www	chienaplumes	03 25 68 78 82			Pas encore de diti			
26	Musicalaue	40	Sud / Ouest	Août	http://www	eugenevvd@	05 58 08 05 14	06 84 21 38 54			OK	ENVOYE 1	ENVOYE 2
27	Nomade Reggae Festival	74	Sud / Est	Août	http://www	partenariat@partenariat@nomade					OK	ENVOYE 1	ENVOYE 1
28	Planes Electroniques	6	Sud / Est	Août	http://www	patydevillout	04 93 97 03 49	06 18 07 06 90			OK	ENVOYE 1	ENVOYE 1
29	Reggae Sun Sha	33	Sud / Ouest	Août	http://www	fred@musicar	05 56 69 10 30	06 08 78 58 47		Boite de dialogue	ENVOYE 1		ENVOYE 1
30	Sziget		HONGRIE	Août	http://www	info@sziget.h				Festival Etranger			
31	Un Piano Sous les Arbres	34	Sud / Ouest	Août	http://www	contact@unpi		04 67 83 46 83	04 67 83 46 80				ENVOYE 1
32	West Country	44	Nord / Ouest	Août	http://www					MORT en 2014			
33	Woodstower	69	sud / Est	Août	http://www	camille@woo camille@woodstowe	09 51 57 58 96			Contact Com Cam	OK	ENVOYE 1	appeler avril
34	Yzeures n rock	37	Nord / Ouest	Août	http://www	yzesnesrock yzesnesrock@free.fr		06 23 35 74 39		Boite de dialogue	OK	ENVOYE 1	ENVOYE 1

- **MailJet**

MailJet est une plateforme d'e-mailing européenne. Son atout est la gestion optimisée et la délivrabilité qui permettent d'éviter que notre newsletter soit considérée comme un spam. Cet outil complet, m'a permis de créer, envoyer et de suivre les statistiques des éléments envoyés. (Annexe 3: Exemple de Newsletter réalisée + statistiques)

- **Les réseaux sociaux**

L'utilisation des réseaux sociaux est nécessaire pour faire connaître BestofTicket. Les réseaux sociaux nous donnent accès à plus de deux milliards d'utilisateurs actifs. Pendant la totalité de mon stage, la rédaction de contenus spécifiques à chaque outil était une partie très importante.



b. Mes missions

Au cours de ce stage, différentes sortes d'activités m'ont été confiées :

Missions	Objectifs	Actions	Résultats
<i>Pratique du SEO</i>	- Référencement du site	- Création de contenus sur les réseaux sociaux (Twitter, Facebook) - Création de « news » et de descriptions sur le site (description des évènements, parcs de loisirs...)	- Amélioration de la position du site dans les résultats des requêtes sur des moteurs de recherche comme Google
<i>Création jeu concours</i>	- Acquisition de trafic	- Contacter les festivals - Recherche d'influenceurs - Création / animation du jeu	- Acquisition de nouveaux utilisateurs - Amélioration notoriété
<i>Recherche, sélection, veille des offres des partenaires billettistes</i>	- Veiller à la bonne intégration des offres et à leurs validités - Intégrer des offres avantageuses pour l'internaute	- Création de tableurs avec les liens et la date de validité des offres promotionnelles qui sont intégrés sur le site permettant de veiller à leurs validités. - Proposer un contenu toujours fiable aux utilisateurs	- Amélioration de l'efficacité du comparateur de prix
<i>Création de contenus sur les réseaux sociaux</i>	- Acquisition de trafic	- Création de contenus via un compte twitter en publiant des informations sur les dernières promotions où actualités du spectacle vivant en intégrant le lien du site dans les tweets.	- Acquisition de nouveaux utilisateurs sur BestofTicket - Amélioration de la notoriété
<i>Mailing</i>	- Développer des partenariats avec les parcs en faisant connaître BestofTicket et ses avantages	- Création de bases de données avec toutes les informations de chaque parc. (Téléphone, mail, nom du directeur commercial ou marketing)	- Acquisition de nouveaux partenaires
<i>Contacter les festivals</i>	- Proposer aux chargées de communication d'améliorer leurs pages sur le site en nous donnant une vidéo ou une description type. - Demander une intégration du lien de BestofTicket sur leurs sites (netlinking)	- Création d'un mail type - Intégration des éléments envoyés par les chargées de communication sur BestofTicket - Proposition de monétisation - Gérer la base de données en répertoriant les différentes étapes de ces contacts	- Intégration du lien sur le site des festivals - Acquisition de trafic - Développement de partenariats avec les festivals - Monétisation du site
<i>Etablir des relations presse</i>	- Faire connaître BestofTicket grâce à la presse en ligne (webzine, blogs...)	- Répertorier tous les blogs et magazines qui seraient susceptibles de parler de BestofTicket - Rédaction et envoi d'un mail type pour contacter la rédaction - Attirer l'attention des rédacteurs en chef	- Création d'articles parlant de BestofTicket - Amélioration de la notoriété du site internet

Réalisation d'une newsletter	<ul style="list-style-type: none"> - Augmenter le trafic vers le site internet - Fidéliser les visiteurs 	<ul style="list-style-type: none"> - Répertoire les offres du moment - Créer la Newsletter sur MailJet 	<ul style="list-style-type: none"> - Nouveaux visiteurs - Fidélisation
------------------------------	--	--	--

c. Les démarches majeures de mon stage

Afin de répondre à la problématique majeure de BestofTicket, de nombreuses actions sont nécessaires à réaliser pour améliorer la notoriété du site internet. Certaines doivent être faites quotidiennement afin de favoriser l'acquisition de nouveaux utilisateurs.

1. Pratique du SEO

L'objectif principal pour un site internet comme BestofTicket est d'améliorer son référencement. Le référencement naturel (SEO) regroupe l'ensemble des nombreuses actions permettant d'améliorer la visibilité de son site sur les moteurs de recherche, ce qui va générer du trafic naturel vers le site. Plus le site est visible sur les moteurs de recherche, plus BestofTicket obtiendra une audience ciblée et des prospects. Cette audience aura un impact sur BestofTicket, car il lui permettra de devenir un site d'intérêt, reconnu par Google, qui favorisera son positionnement. Le référencement naturel est un outil à ne pas négliger pour augmenter le trafic sur le site internet.

Afin d'optimiser ce référencement, il faut penser à la conception du site web, à la structuration des pages, mais surtout aux contenus.

En effet, lors de mon stage, il était nécessaire d'apprendre quelques techniques de conception pour donner plus d'efficacité au référencement des pages de BestofTicket. Tous les éléments étaient importants à prendre en compte lors de la rédaction d'articles, ou de descriptions, notamment :

- Le titre qui doit être bien choisi, clair et concis (7 mots maximum)
- Une URL adaptée
- Un contenu original et attractif ; il doit contenir un maximum de texte, doit être de qualité tout en contenant les différents mots clés que l'utilisateur serait susceptible de taper dans les moteurs de recherches
- Un corps de texte lisible par les moteurs de recherche

Dans le cadre de mon stage, les mots clés importants qu'il fallait intégrer dans les contenus étaient : Billets pas cher, promotions, réductions, moins cher, tarifs

Exemple : Une des actions de référencement que j'ai réalisé et qui fût particulièrement importante pour BestofTicket, était de réaliser des descriptions courtes et longues pour chaque parc de loisirs. Il fallait y intégrer la ville, le département et le type de parc tout en y ajoutant des mots clés afin de pouvoir obtenir un meilleur positionnement dans les moteurs de recherche.

Cette action a véritablement été un succès. En effet, pour donner un exemple, lorsque l'on tape la requête « billet pas cher parc Marineland », BestofTicket est troisième sur Google ce qui améliore sa visibilité sur le web !

Annexe 3 : exemples de descriptions & articles réalisés

2. L'acquisition de trafic

Une de mes missions principales était de développer le trafic sur le site internet. En effet, attirer des visiteurs sur BestofTicket, est nécessaire pour faire connaître aux internautes, qu'il existe un outil gratuit et à leurs dispositions, qui pourrait véritablement les aider dans leurs recherches de billets.

Lors de mon stage, j'ai appris à utiliser différentes techniques pour attirer les internautes sur BestofTicket notamment, grâce aux réseaux sociaux.

Tous les matins, je réalisais une veille et une recherche d'informations sur les dernières promotions, actualités, spectacles, mise en vente, afin de pouvoir informer les utilisateurs tout en les amenant sur BestofTicket.

Pour cette mission, j'utilisais un compte twitter « EasyGoPass » spécialement créé pour générer du trafic. Les tweets devaient donner une information brève et attractive afin que le lecteur ait envie d'en savoir plus. Cette mission a permis d'augmenter massivement les visites sur BestofTicket grâce aux nombres de vues importantes, et aux retweets. (Annexe 4 : Exemple de tweets + résultats)

Par ailleurs, je faisais en sorte que le tweet soit retweeter, afin qu'il ait un impact beaucoup plus important, et qu'il touche des milliers d'utilisateurs. Pour cela, il était judicieux de mentionner dans les tweets, les comptes twitter des personnes, célébrités, ou événements concernés.

L'acquisition de trafic se fait aussi grâce à un aspect viral. C'est-à-dire la manière dont notre contenu sera partagé par un ensemble d'acteurs, augmentant sa portée de façon exponentielle. Cette viralité s'obtient grâce à la qualité des contenus du site et des réseaux sociaux (textuel ou vidéo), mais encore par le biais de la réalisation de jeux concours.

3. Développement des relations presse

L'établissement de relations presse fait partie intégrante de l'acquisition de trafic sur le site internet. En effet, si les médias relayent nos informations à travers leurs différents supports, cela nous permettra d'acquérir un trafic qualifié mais surtout cela boostera notre référencement naturel dans les moteurs de recherches grâce à des liens de qualités.

Pendant quelques semaines, j'ai été chargée de développer les relations presse. J'avais pour objectif de recenser tous les blogs, webzines, ou journaux susceptibles d'être intéressés par BestofTicket afin de pouvoir ensuite, les contacter.

Cette recherche, était tout d'abord axée sur les blogs spécialisés dans les nouvelles technologies, start-ups, bons plans, puis s'est élargie à tout type de journaux en ligne comme les échos, commentcamarche etc.

Au fur et à mesure des recherches, je remplissais un tableur recensant tous les sites intéressants avec l'adresse mail du rédacteur en chef pour avoir plus de chance d'avoir une réponse.

Quand cette mission de recherche fût terminée, j'ai dû rédiger un mail type (Annexe 5 : Mail contact RP), concis et précis, expliquant brièvement le concept sans donner trop d'informations sur BestofTicket. Cela avait pour objectif de susciter l'intérêt des rédacteurs sans leur demander de rédiger un article pour nous.

Une fois les mails envoyés, on a pu avoir deux types de réponses :

- Des réponses avec des propositions d'articles sponsorisés (payant) ou quelques réponses positives de journalistes qui souhaitaient en savoir plus sur le sujet.

Cette mission était très difficile, car elle repose sur une réelle stratégie de conviction. En effet, les journalistes sont constamment sollicités pour rédiger des articles. Il a donc fallu faire en sorte de comprendre le fonctionnement de chaque médias, tout en customisant les mails afin que le journaliste sente que c'est un sujet qu'il pourrait traiter et qui serait susceptible d'intéresser ses lecteurs. Pour cela, j'ai dû répertorier dans chaque blog ou webzine, des articles traitant de la billetterie ou encore du spectacle vivant afin de pouvoir les mentionner dans le mail et, montrer au journaliste que notre sujet pourrait intéresser leurs lecteurs.

4. Création de partenariats

Pour une jeune start-up comme BestofTicket, il est nécessaire d'établir des partenariats pour toucher rapidement une audience conséquente et acquérir plus d'utilisateurs.

BestofTicket a déjà créé de nombreuses affiliations avec des acteurs comme la Fnac ou encore Carrefour Spectacles. Ces entreprises lui envoient régulièrement ces offres qui sont intégrées au comparateur. C'est aussi pour BestofTicket un moyen de financement, car ces affiliations lui permettent de recevoir une commission sur chaque vente effectuée à partir de BestofTicket.

Cependant, ces partenariats ne résultent pas seulement de l'intégration d'offres de billettistes. En effet, pendant mon stage nous avons essayé de créer des liens avec les parcs de loisirs ainsi que les festivals.

Pour cette mission avec les festivals, il a tout d'abord été nécessaire de relever chaque festival, et ses dates. Par ailleurs, il était important de relever si le festival vendait ses billets en ligne ou non. Suite à ça, nous avons contacté chaque festival afin d'obtenir les coordonnées de la personne responsable de la communication de l'évènement.

Ensuite, nous leurs avons communiqué par mail leur page dédiée sur BestofTicket en leurs proposant d'y ajouter une nouvelle affiche, vidéo ou encore une description afin d'alimenter celle-ci.

Cette action avait pour objectif de créer des liens avec les festivals, en leurs proposant une intégration de notre lien sur leurs site officiel, en échange d'une page attractive sur BestofTicket.

Cette stratégie de NetLinking, consistait à maximiser le nombre de liens entrants pointant vers BestofTicket afin d'augmenter l'audience et améliorer le référencement. Cette mission a été un succès, le lien vers BestofTicket a été intégré à de nombreux sites internet de festival. (Annexe 6 : Exemple : Net Linking)

De plus, cela nous a permis, de mettre en place des actions de communication payantes avec certains festivals, comme des articles sponsorisés, un visuel en page d'accueil, une place dans les newsletters hebdomadaires...

5. Mise en place d'un jeu concours

Afin de favoriser l'acquisition de trafic sur le site et sur les réseaux sociaux, j'ai réalisé un jeu concours afin de faire gagner des places pour l'East Summer Fest.

L'objectif commercial de la réalisation de jeux concours est de contacter des labels, clubs, festivals, ... afin qu'ils nous fournissent des lots en échange de visibilité sur nos réseaux sociaux ainsi que sur BestofTicket.

Les objectifs marketings de ce jeu concours :

- Contribuer au développement du trafic sur le site
- Augmenter notre nombre de fans / followers sur nos réseaux sociaux
- Gagner des utilisateurs (création de compte)
- Développer notre notoriété (BtoB + BtoC)

La réalisation du jeu concours s'est faite en différentes étapes :

- Création d'une « news » en expliquant le festival et le jeu concours avec le règlement
- Rechercher des influenceurs sur les réseaux sociaux, s'abonner à eux et les contacter afin qu'ils relayent le jeu concours.
- Lancement du jeu :
 - Publication de la news
 - Prévenir les organisateurs par mail du lancement et leur indiquer les liens vers le jeu pour qu'ils diffusent
 - Partage sur les réseaux en identifiant les comptes rattachés (organisateur, artistes, ...)
- Animation du jeu
- Clôture et annonce des résultats

Différents types de supports pour organiser les jeux concours :



- *Jeu via un post sur Facebook* (+ relais sur les autres réseaux) demander aux internautes d'aimer le post, de le commenter en répondant à une question précise, de partager la publication, d'identifier quelqu'un en commentaire, ...



- *Utilisation des news* : Un news posté sur le site et les internautes doivent commenter en bas de la page de la news (via le module Facebook)



-*Jeu Twitter* : via un post > demander aux internautes de suivre le compte @BestofTicket, re-tweeter le post du concours, mettre un commentaire,

Pour la réalisation du concours pour l'East Summer Fest nous avons organisé le jeu sur Facebook.

(Annexe 7 : Jeu concours)

IV. Résultats et réponse à la problématique

L'ensemble des actions réalisées a véritablement augmenté le nombre de visites sur BestofTicket. Par ailleurs, les actions de référencement ont permis de placer BestofTicket, dans les premières pages du moteur de recherche Google, pour certaines requêtes. Cela va donc pouvoir, améliorer sa visibilité au fil du temps auprès des internautes.

Ensuite, grâce aux différentes prises de contact avec les professionnels, BestofTicket a pu développer ses partenariats. Il dispose désormais, d'une place sur des sites internet particulièrement reconnus et appréciés des internautes.

Ainsi, la notoriété de BestofTicket, s'améliore au fil du temps, cependant, il faut quotidiennement réaliser des actions, pour que l'internaute prenne conscience de l'utilité de comparateur de prix.

Cette problématique, n'est donc pas totalement résolue. BestofTicket doit pouvoir trouver d'autres moyens de se faire connaître, mais pour cela, il lui faut avant tout récolter des fonds. D'ailleurs, BestofTicket est actuellement, en pleine procédure afin de relever des fonds auprès des Business Angels. Si cette action se réalise, cela pourra véritablement propulser la réussite de cette start-up.

V. Les apports du stage

a. Acquis professionnels et techniques

Ce stage au sein de BestofTicket fût à la hauteur de mes objectifs fixés et surtout de mes attentes. D'un point de vue humain, j'ai été très satisfaite par l'accueil à BestofTicket. En effet, Ludovic et Emilie m'ont témoigné une disponibilité et une prise en charge qui m'ont ainsi, permis de me mettre dans un bon environnement de travail.

Grâce à une forte motivation et implication à travailler sur les différentes missions, j'ai appris énormément par rapport au digital. J'ai pu développer des compétences techniques et pratiques en WebMarketing, WebMastering, e-commerce et community management.

Ce stage a aussi été bénéfique au niveau de mes compétences commerciales et rédactionnelles, grâce aux différents contacts par mail que j'ai pu avoir avec des professionnels (Relations presse, partenariats...).

Enfin, grâce à la réalisation de ce stage, j'ai acquis de nombreuses connaissances sur le monde de la billetterie et du spectacle vivant, ce qui a favorisé mon ouverture culturelle.

b. Perspectives d'avenir

Les deux mois de stage au sein de BestofTicket m'ont apporté de nombreux enseignements. Le travail qui m'a été confié tout au long de ce stage fût une expérience enrichissante puisque j'ai pu mettre à profit mes compétences sur ces projets et me perfectionner dans de nombreux domaines.

Ce stage aura été très important dans la construction de mon projet professionnel. En effet, étant très intéressée par l'univers du digital et de l'entrepreneuriat, j'avais envie, de voir si c'était un domaine dans lequel je pourrais envisager de travailler.

J'en conclus aujourd'hui que l'univers de la communication digitale est un domaine très intéressant, qui offre beaucoup de perspectives d'évolution. Par ailleurs, l'esprit « start up » m'a beaucoup plu. En effet, l'ambiance de travail, la diversité des projets et les échanges constants, sont des éléments qui ont favorisé ma motivation, et mon envie d'évoluer dans ce domaine.

Je pense alors me diriger, dans des formations spécialisées en école de commerce, afin de pouvoir en apprendre encore plus, et enrichir mes compétences dans le marketing et la communication digitale.

Conclusion

Le choix d'un stage au sein d'une Start-up s'est avéré très positif. J'ai pu au cours de ces 2 mois, développer mes connaissances acquises tout au long de ma formation, tout en développant de nouvelles compétences en communication digitale et en e-commerce.

J'ai eu à gérer des missions vraiment diversifiées, tout en étant encadrée par une équipe qui m'a beaucoup soutenu. Ces missions m'ont permis de travailler en autonomie et d'apprendre à prendre certaines initiatives.

Ces deux mois m'ont permis de m'intégrer dans le monde professionnel et d'acquérir de nouvelles connaissances qui seront déterminantes pour la suite de mon parcours.

SITOGRAPHIE

- www.bestofticket.com
- <https://twitter.com/bestofticket>
- www.usine-digitale.fr/annuaire-start-up/bestofticket,261961
- www.magestionbilletterie.com
- <http://www.francemarches.com/appels-offre/billetterie/>
- www.presse-citron.net/
- www.besoinded.com
- www.irma.asso.fr › Documentation › Focus
- www.xerfi.com/presentationetude/Le-marche-de-la-billetterie_5SME52
- www.proscenium.fr/spectacle-vivant-les-principaux-enjeux-de-la-billette...
- blog.placespourtous.com/.../ROLAND_BERGER_Marche_de_la_billetterie
- www.planete-commerce.fr/
- <http://www.lamelee.com/article/midenews/E-commerce/festik-renouvelle-le-marche-de-la-billetterie-en-ligne>
- www.ladocumentationfrancaise.fr
- www.businesscoot.com/le-marche-de-la-billetterie-de-spectacles-650/
- <http://www.digitick.net/christian-sere-annichini-fait-le-point-sur-le-marche-de-la-billetterie-en-ligne-en-forte-croissance/>
- <http://www.digitick.net/>
- <http://fr.slideshare.net/conseilsmarketing/le-marchedelabilletterieenlignepanorama>
- <http://www.lopinion.fr/16-mars-2015/ticketmaster-deteste-leader-billetterie-en-ligne-22337>
- <http://blog.weezevent.com/opinion-le-marche-de-la-billetterie-prend-le-virage-du-digital/>
- <https://www.tickasso.com>
- www.myopentickets.com
- www.gazelle-du-web.com/strategies/billetterie-en-ligne/
- www.lesechos.fr/0204043739438.htm

ANNEXES

Annexe 1 : Site internet	24
Annexe 2 : Exemple de newsletter réalisée.....	25
Annexe 3 : Exemples de descriptions et d'articles réalisés	26
Annexe 4 : Exemples de tweets + résultats	28
Annexe 5 : Contact Relations Presse.....	30
Annexe 6 : Exemple NetLinking	30
Annexe 7 : Jeu concours.....	31

Annexe 1 : Site internet

[f](#) [t](#) [g+](#) [p](#) [yt](#)

[Accéder à mon espace](#) | [Créer un compte](#) | France ▼

CONCERTS SPECTACLES THÉÂTRE SPORT FESTIVALS PARCS

et/ou

Par genre

Par ville

Par date

GO !

Trouvez le meilleur billet, au meilleur prix !
Tous les shows. Tous les matchs. Tous les billets.

Jain

Billets dès 26€

JAIN
EN TOURNEE

le 4 novembre à **La Rochelle** (17)
le 6 novembre à **Lyon** (69)
le 7 novembre à **Lille** (59)
le 8 novembre à **Saint-Lô** (50)

[Voir toutes les dates](#)

[Réserver](#)

RECHERCHER

🔍

un billet de concert, spectacle, match, festival, ... parmi des milliers d'évènements en un clic !

COMPARER

👤

les offres des billetteries en ligne (disponibilités, placements et prix).

RESERVER

📄

en toute transparence, le meilleur billet au meilleur prix pour tous vos évènements favoris.

Les dernières recherches de billets

Asaf Avidan
Dès 39€

Futuroscope
Dès 16€

Cirque Arlette Gr...
Dès 13€

Touroparc Zoo
Dès 11.9€

Red Hot Chili Pep...
Dès 49.5€

Top Concerts

Tal
Concerts
R'n'B / Soul / Funk

Asaf Avidan
Concerts
Pop-Rock / Folk

Red Hot Chili Pepp...
Concerts
Pop-Rock / Folk

Top Spectacles

Cirque Arlette Grus...
Spectacles
Cirque / Nouveau cirque

Cats
Spectacles
Comédie musicale / Spectacle

Crazy Horse
Spectacles
Cabaret / Revue

Top Sport

XV de France
Sport
Rugby

24 Heures Du Mans
Sport
Sports mécaniques

Equipe de France de...
Sport
Football

DERNIERES NEWS

01/06/16 - **Bernard Lavilliers son spectacle inédit...**
Dans l'intimité d'un théâtre, Bernard Lavilliers présentera "Pouvoirs". Un...

01/06/16 - **Cirque du Soleil, nouveau spectacle...**
Après une tournée triomphante avec le spectacle Amaluna, le Cirque Du Soleil est de retour...

31/05/16 - **Drake poursuivra sa tournée en France...**
Le rappeur qui a récemment dévoilé son dernier album Views From The 6 (ou Views)...

31/05/16 - **Axe Boat Festival 2016 programmation...**
Le Axe Boat Festival largue les amarres les 4, 5 et 6 août 2016 à Nice (06) pour trois jours...

30/05/16 - **Katy Perry nouvel album et nouvelle...**
Durant 16 mois Katy Perry a donné pas moins de 151 concerts autour du monde lors de son Prismatic...


27/05/16 - **[CONCOURS] Dub Camp Festival 2016 programmation...**
Le Dub Camp festival est né d'une passion pour le mouvement sound system et de la volonté...

25/05/16 - **Snoop Dogg annonce la sortie d'un nouvel...**
Le rappeur américain le plus high de la côte ouest, Snoop Dogg, est prêt à...

Annexe 2 : Exemple de newsletter réalisée

Ventes Flash sur vos parcs favoris ! Disneyland, Futuroscope, Aquesplash, Marineland, Océanopolis, ...


Voir la version en ligne



1er Comparateur de billetteries

Pensez à comparer avant d'économiser sur vos sorties loisirs ! Nous avons sélectionné pour vous, les meilleures offres web du moment pour vos parcs préférés !

PARCS D'ATTRACTIONS






Jaunay-Clan (86)


Pas moins de 6 nouveautés vous attendent en 2016 au Futuroscope !

VENTE FLASH Adulte -40%



DISNEYLAND PARIS
Marne-La-Vallée (77)

PROMO
1 Billet
2 Parcs




PARC ASTERIX
Plailly (60)

PROMO BILLET
-30%



LE PARC DU PETIT PRINCE
Ungersheim (68)

VENTE FLASH
-30%





LE FLEURY
Wavrechain /5 Faux (59)

PROMO BILLET
Dès 7€

+ DE PARCS D'ATTRACTIONS

PARCS AQUATIQUES






Antibes (06)


Envie de fraîcheur et de sensations fortes ? Vous allez adorer l'AquaSplash et ses toboggans géants !

VENTE FLASH -30%



OCEANILE
Noirmoutier (85)

PROMO
-30%
pour 2





SPLASHWORLD
Monteux (84)

ENTREE+SESSION SURF

+ DE PARCS AQUATIQUES

AQUARIUMS






Antibes (06)


Assistez au ballet aquatique de plus de 40 espèces fascinantes et ne manquez pas les 3 autres parcs Marineland !

PROMOS ENTREE OU SEJOUR



OCEANOPOLIS
Brest (29)

VENTE FLASH
-35%




SEALAND
Noirmoutier (85)

VENTE FLASH
-31%

+ D'AQUARIUMS

VOIR TOUTES LES OFFRES PARCS

BestofTicket référence et compare les offres de près de 20 billetteries officielles partenaires pour vous aider à trouver le meilleur billet au meilleur prix !





CONCERTS SPECTACLES THÉÂTRE SPORT FESTIVALS PARCS

Cet email a été envoyé à anastasichauviere@hotmail.fr, cliquez ici pour vous désabonner.

Agence 49000 Angers FR

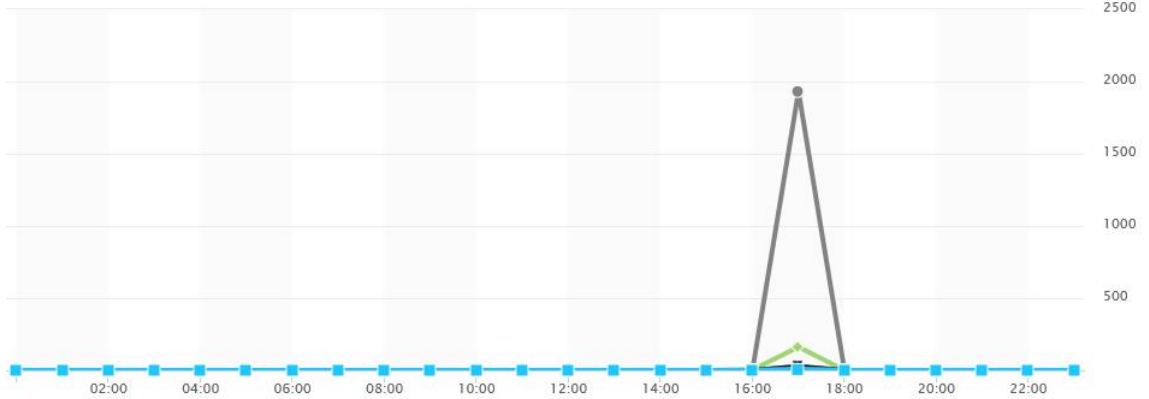
{ 25 }

 BestofTicket.com

Tous les domaines & adresses ▼ Tous les types ▼ Hier ▼

16/05/2016 16/05/2016 ▼

ENVOYÉS
 DÉLIVRÉS
 OUVERTS
 CLIQUÉS
 DÉSABO.
 BLOQUÉS
 SPAM
 ERREURS
 Heures ▼



Pendant cette période, vous avez envoyé **1 982** emails, incluant **3** campagnes.
8,48% d'entre eux ont été ouverts en **2 heures 56 minutes** en moyenne, malgré un taux d'échec de **2,07%**

1 982 E-mails TOTAL	1 933 97,53% DÉLIVRÉS	8,48% 164 OUVERTS	14,63% 24 CLIQUÉS	BLOQUÉS 1,36% ERREURS 0,71% DÉSABO. 0,25% SPAM 0%
---	---	---------------------------------------	---------------------------------------	--

Annexe 3 : Exemples de descriptions et d'articles réalisés

BestofTicket.com Accéd

CONCERTS SPECTACLES THÉÂTRE SPORT FESTIVALS PARCS

Accueil > Parcs > Parc animalier > Espace Rambouillet

Rechercher par artiste, groupe, équipe, événement ou salle et/ou Par genre

Billets Espace Rambouillet

Style : [Parcs / Parc Animalier](#)

Créée par l'Office National des Forêts (ONF), l'**Espace Rambouillet** est un parc forestier et animalier près de Paris (78). Profitez d'un moment apaisant au sein d'un lieu naturel, entouré d'animaux sauvages en semi-liberté. L'Espace Rambouillet est aussi composé de l'Odysée verte qui vous propose une balade à hauteur des branches entre deux et huit mètres au-dessus du sol.

Comparez les tarifs des entrées pour l'**Espace Rambouillet** sur BestofTicket, et réservez en toute transparence votre pass, pour cette expérience hors du commun

Parc aux Rapaces : parc, attractions, animations...

ASTUCE : COMMENT TROUVER UN BILLET MOINS CHER ?

Le **parc aux Rapaces**, situé à 2 km de Madiran, est un tout nouveau parc animalier dédié aux rapaces. Depuis son ouverture, nos partenaires billetteries vous permettent de bénéficier de nombreuses réductions sur vos entrées.

Alors partez à la découverte de ces rapaces à travers un parcours de visite de 600 mètres. Des fauconniers vont vous faire réaliser un véritable tour du monde de la Fauconnerie en retraçant son histoire depuis le Moyen-Age.

Dans un espace arboré de 3 hectares, vous allez pouvoir y découvrir des chouettes effraies comme des faucons crécerelle mais aussi, des chevaux tout en profitant de ces tarifs réduits ! Vous aurez aussi l'occasion d'observer cette belle complicité hommes/oiseaux, à travers de nombreux ateliers et spectacles.

Nous vous conseillons, d'activer le tracker, afin de recevoir les dernières promotions et trouver des billets pas chers pour visiter **Le Parc aux Rapaces** !

LES INSUS -



Les Insus

71 concerts à venir
Billets à partir de 38,9€

Les Insus 8 dates supplémentaires pour leur tournée 2016

Publié le 11/04/16 à 17:51 par [Mil Waukee](#)



Après l'annonce de leur tournée du 27 avril 2016 au 6 août 2016, les ex-Téléphones annoncent la mise en vente de **8 nouvelles dates de concert** à travers toute la France.

Ces dernières semaines, le groupe phare des années 80 promet un retour fracassant. Désormais baptisé **Les Insus**, ils rencontrent un succès fulgurant auprès du public. Les concerts affichent complet en quelques heures, et les dates ne cessent de s'accumuler pour un public toujours au rendez-vous. Gérard Drouot, coproducteur de la tournée des Insus, est lui même impressionné par cette réussite "Je n'ai jamais connu cela de toute ma carrière, ni pour AC/DC, ni pour Bruce Springsteen, ni pour U2".

En France, plus de 450.000 places ont déjà été vendues pour les 45 premiers concerts des trois ex-membres de Téléphone (festivals compris). **Les Insus** seront aussi à l'affiche des plus grands festivals estivaux : [Main Square Festival](#), à [Musilac](#), ou encore aux [Francofolies de La Rochelle](#), ...

N'hésitez pas à activer le tracker afin d'être au rendez-vous, le **Mercredi 13 avril à 10 heures** pour la mise en vente des places pour ces 8 nouvelles dates :

- 28 septembre 2016 à **Nice** / Palais Nikaia
- 30 septembre 2016 à **Grenoble** / Palais des Sports
- 6 octobre 2016 à **Strasbourg** / Zénith Europe
- 17 octobre 2016 à **Lille** / Zénith Arena
- 19 octobre 2016 à **Caen** / Zénith
- 7 novembre 2016 à **Brest** / Brest Arena
- 8 novembre 2016 à **Rennes** / Le MusikHALL
- 12 novembre 2016 à **Paris** / Zénith Paris - La Villette



Tous les concerts déjà disponibles des **Insus** sont à retrouver sur **BestofTicket**. Trouvez simplement la ville qui vous intéresse et comparez les places disponibles. [Billets Les Insus](#).

DERNIERES NEWS

13/05/16 - [CONCOURS] Le East Summer Fest paré...

Après un réel succès en 2015, l'East Summer Fest revient cette année...

10/05/16 - Muse en concert à la Tour Eiffel

Le 28 juin 2016 rendez-vous pour un concert exceptionnel du groupe Muse à la Tour Eiffel à...

06/05/16 - Les Red Hot Chili Peppers annoncent...

Après plus de 10 ans d'absence, le groupe mythique des Red Hot Chili Peppers sera de retour en...

06/05/16 - Alicia Keys dévoile un nouveau proj...

La diva du RnB, Alicia Keys, vient d'annoncer son retour sur le devant de la scène en dévoilant...

29/04/16 - Center Parcs n'a pas fini de vous surprendre...

Une envie d'évasion ? Prenez un bol d'oxygène en rejoignant l'un des cinq domaines Center...

29/04/16 - Le festival Couvre Feu prend la route...

Le grand festival de l'Ouest Couvre Feu revient en 2016 pour une 15ème édition avec une...

28/04/16 - Fary, l'humoriste stylé en spectacl...

Jeune humoriste de 23 ans, Fary est "stylé" tant par son look que par son aisance au stand up....

28/04/16 - La WWE Live revient une nouvelle fois...

Le phénomène de catch, la WWE Live, revient une nouvelle fois en France au mois de novembre....

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES



Annexe 4 : Exemples de tweets + résultats

Easygopass @easygopass · 12 mai

De nombreuses promos sont en ligne pour **#Marineland** ! On en profite ici > bit.ly/1TQunUR




← ↻ ❤️ ⋮


🔒 **Activité des Tweets** ✕

 **Easygopass** @easygopass
Fan de @kalash972 ? Retrouvez le en #concert dans votre ville !
> Réserver vos billets : <http://bit.ly/1TtAtO7> pic.twitter.com/eg6Yp0YC1N

Impressions	1 807
nombre de vues de ce Tweet sur Twitter	
Engagements totaux	36
nombre d'interactions avec ce Tweet	
Ouvertures des détails	11
nombre de vues des détails relatifs à ce Tweet	
Clics du lien	8
clics sur une URL ou une carte de ce Tweet	
J'aime	7
nombre de personnes qui ont aimé ce Tweet	
Engagements avec le média	6
nombre de clics sur votre média comptés parmi les vidéos, Vines, fichiers GIF et images	
Retweets	4
nombre de Retweets de ce Tweet	



Touchez une audience plus large
Obtenez plus d'engagements en sponsorisant ce Tweet !



Tweets

Média

J'aime

🔒 Activité des Tweets



Easygopass @easygopass

.@julianperretta en #tournée dans toute la France !
> Toutes ses dates et vos billets : <http://bit.ly/1XQ0bFV>
pic.twitter.com/DiXDBoVhet

Impressions nombre de vues de ce Tweet sur Twitter	812
Engagements totaux nombre d'interactions avec ce Tweet	83
Ouvertures des détails nombre de vues des détails relatifs à ce Tweet	39
Clics du lien clics sur une URL ou une carte de ce Tweet	36
Engagements avec le média nombre de clics sur votre média comptés parmi les vidéos, Vines, fichiers GIF et images	5
Clics sur le profil nombre de clics sur votre nom, votre @nomutilisateur ou votre photo de profil	2
Retweets nombre de Retweets de ce Tweet	1



Touchez une audience plus large

Obtenez plus d'engagements en sponsorisant ce Tweet !

Annexe 5 : Contact Relations Presse

← [] [] [] Placer dans la boîte de réception [] [] Plus ▾ 14 sur 80

Petite révolution dans le monde de la billetterie

BestofTicket Presse <presse@bestofticket.com> 29 avr. ☆ [] []
A celine ▾

Bonjour Céline,

Comme vous le savez peut-être, le marché de la billetterie est en pleine mutation :

- Plus de 60.000 événements disponibles en ligne, chaque année
- Augmentation du nombre de vendeurs de billetterie en ligne et développement de la vente d'occasion
- Disparité croissante dans les offres proposées (exclusivité, discount, packages, ventes privées...)

BestOfTicket, 1er comparateur de billetteries en France, référence tous les événements du spectacle vivant (concerts, festivals, théâtre,...), ainsi que le sport et les parcs.

Nous proposons aux Internautes, un service gratuit et innovant pour les aider à trouver les meilleurs billets, au meilleur prix, tout en prenant en compte leurs critères de choix comme le placement.

Nous avons remarqué que vous traiter régulièrement de la billetterie dans certains de vos articles. Seriez-vous intéressé pour échanger sur ce sujet, qui selon nous, pourrait être utile à vos lecteurs ?

...

—
Anastasia CHAUVIERE
Chargée des Relations Presse
presse@bestofticket.com
Tel : 09 82 31 21 03

Annexe 6 : Exemple NetLinking

www.eastsummerfest.fr/partenaires/

Annexe 7 : Jeu concours



[JEU-CONCOURS] Gagnez 2 pass 2 jours pour le East Summer Fest

BestofTicket, en partenariat avec l'association Trash Xylo, organisatrice du East Summer Fest, vous offre une chance de gagner vos pass pour le festival et met en jeu 2 Pass 2 jours valables pour les 15 et 16 juillet 2016.

Pour jouer et tenter de gagner vos pass, c'est très simple ! Il suffit de :

1. Liker les pages Facebook de [BestofTicket](#) et du festival [East Summer Fest](#)
2. Commenter [le post du concours sur Facebook](#) en indiquant l'artiste ou le groupe qui vous fait le plus kiffer dans la programmation du East Summer Fest 2016.

Good Luck !

Le gagnant sera désigné par tirage au sort le vendredi 20 mai 2016 à midi par notre équipe parmi tous ceux qui auront "liké" les pages Facebook [BestofTicket](#) et du [festival](#) et qui auront commenté le post du concours. (*Règlement du concours sur demande à contact@bestofticket.com*). Le gagnant sera annoncé juste après, restez connectés !



BestofTicket

22 h · 🌐

[CONCOURS] Tentez de gagner vos pass 2 jours pour le East Summer Festival les 15 et 16 juillet 2016 à Dieulouard (54) en Lorraine.

Au programme : Los Tres Puntos / Black Bomb A / Panda Dub / Elisa Do Brasil / le Gore'n'Roll de Banane Metalik / Sidilarsen / Andréas & Nicolas ...

Pour jouer c'est très simple! On vous dit tout ici >

<http://www.bestofticket.com/.../concours-le-east-summer-fest-...>

Tirage au sort le 20.05.2016. Bonne chance !

#jeu #festival #métal #dub #ska #chanson #electro



[CONCOURS] Le East Summer Fest paré pour une 6ème édition - BestofTicket

Après un réel succès en 2015, l'East Summer Fest revient cette année au Stade Marcel Crusem pour une 6ème édition à Dieulouard (54) en Lorraine du...

