

Insolite : Des QR-Code dans le Plan de Paris

Insolite

Posté par : JerryG

Publié le : 15/4/2010 0:00:00

La nouvelle édition du Plan de Paris « Galeries Lafayette » se veut plus interactive **grâce au QR Code**

Lors du lancement mondial du plan de Paris édité par les Galeries Lafayette et diffusé à 11 500 000 exemplaires, Atout Neuf, agence publicitaire du plan et les annonceurs Château de Versailles, la Pinacothèque et le Centre des Monuments Nationaux ont renouvelé leur confiance à Nexence, éditeur de solutions de marketing mobile en déployant un dispositif de communication mobile interactif.



En effet, ces trois annonceurs ont intégré au Plan de Paris, un QR Code (code 2D), permettant une connexion instantanée vers leurs sites web mobiles.

Visible lien interactif, le QR Code est un moyen technologique qui permet de rendre on-line tout support de communication et proposer en temps réel une information actualisée aux mobinautes en un clic depuis leur mobile. Pour cette campagne mondiale, la technologie retenue a été le QR Code pour sa lecture aisée et sa diffusion internationale. Le plan sera distribué en France et à l'étranger et sera présent dans les aéroports, hôtels et office de tourisme.



Nexence : Editeur et architecte de solutions de mobile tourisme

Nexence a piloté et réalisé l'ensemble de l'opération : création du code barres, développement du site web mobile, gestion des contenus des sites, analyse on line de la campagne. Au sein du Plan des Galeries Lafayette, les QR Codes ont été intégrés aux annonces du Centre des Monuments Nationaux, du Château de Versailles et de la Pinacothèque.

Trois sites web mobiles spécifiques ont été développés lors de cette opération. Leur mise à jour sera réalisée par [Nexence](#) en fonction de l'actualité des annonceurs. Afin de mettre en place une gestion proactive de la campagne, TagManager plateforme de gestion de campagne, a été déployée par l'éditeur afin d'apporter une analyse en temps réel de l'opération. TagManager Analytics mesure en effet le trafic, l'audience et le suivi des campagnes m-mobiles.