

BRANDING MUSICAL : NOKIA/BB BRUNES

LE 29 DÉCEMBRE 2010 BENOIT DARCY

Focus sur la dernière opération marketing de Nokia, qui mêle astucieusement musique, réalité augmentée, viralité, et engagement, le tout en partenariat avec Warner et le groupe BB Brunès.

Benoit Darcy s'intéresse à la dernière opération de branding de Nokia, qui associe technologie web et musique pour promouvoir son nouveau téléphone, mais aussi sa plateforme Ovi music. Benoit (@zdar sur Twitter) est actuellement employé chez **CBS interactive France**. Il écrit sur son blog **zdar.net**, un vrai régal pour tous les amateurs de nouvelles technologies et de musique.

C'est un fait avéré, Nokia, leader mondial de la téléphonie mobile, se voit malmené sur le terrain des smartphones, un champ de bataille où l'iPhone et les Blackberry lui ont volé la vedette. Ainsi, lorsque le constructeur finlandais veut revenir dans la course, il ne plaisante pas avec le dispositif.

D'abord, Nokia s'est doté d'un mobile qui objectivement, tient la route. Si son interface n'est pas aussi fédératrice que celle d'un iPhone, le N8 se rattrape largement par un hardware dans l'ère du temps (HDMI, appareil photo de 12MP, écran AMOLED, baladeur musical, radio...) et une offre logicielle complète (retouche photo intégrée, messagerie instantanée et OVI, un catalogue d'applications à installer directement sur le téléphone : la réponse de Nokia à l'AppStore qui a fait le succès de l'iPhone et a consacré le mobile d'Apple sur le terrain des usages).

Ainsi une grosse partie du marketing du N8 est tournée vers les usages et les contenus (la musique notamment) plutôt que vers les spécifications techniques et le contenant, ce que résume la baseline « Et vous, qu'allez vous en faire ? ».

Miser sur la communication

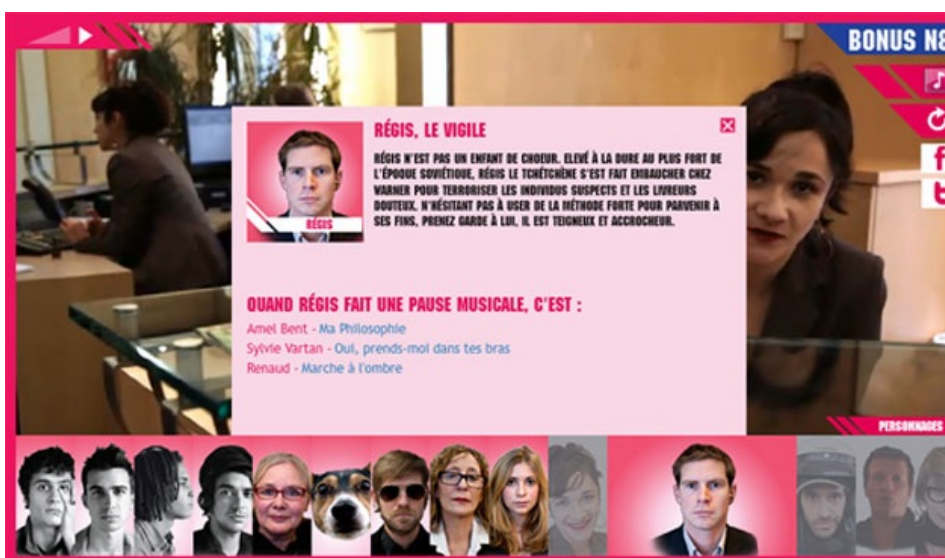
Ensuite, le finlandais investit massivement pour promouvoir son dernier né. Des événements d'image premièrement, associant à la marque des artistes « tendances » comme les **Naïve New Beaters** ou Uffie.

Des campagnes tout azimuts aussi. Impossible d'avoir raté le lancement du N8 en novembre tant l'investissement fût important, en particulier à Paris : dispositif de 680m² positionné sur le périphérique à la hauteur de la Porte d'Orléans durant tout le mois de novembre, bâche de 400m² disposée tout le mois de décembre sur l'Avenue Charles de Gaulle sur l'axe reliant la Porte Maillot à La Défense, affichage classique sur le mobilier urbain et les bus, publicité TV ...



Mission Backstage

Rien n'a été oublié, pas même le volet musical du N8 et son interaction avec OVI Musique, ce qui nous amène à Mission Backstage, une opération de marketing musical lancée aujourd'hui réunissant Nokia/OVI Musique, le groupe BB Brunes et leur maison de disque, Warner. Le tout a été réalisé par l'agence **AF83 Media** (environ 3 semaines de développement) et prend la forme d'un ARG (Alternate Reality Game) ou « jeu en réalité alternée ».



Il est possible d'en savoir plus sur chaque personnage rencontré au cours de l'aventure... Si vous vous souvenez du **clip interactif des Lost Fingers** réalisé sur YouTube, il s'agit ici d'une approche similaire dans le principe mais bien plus aboutie dans la réalisation. A la manière des « livres dont vous êtes le héros », cet ARG place le joueur au centre d'une aventure immersive qui le mène à visualiser des séquences vidéos au terme desquelles il a un choix à faire. En fonction de son choix, l'aventure se poursuit ou s'arrête. Dans ce dernier cas, il est invité à recommencer avec un autre choix pour continuer à progresser dans la trame scénaristique.

Le scénario vous implique dès les premières secondes de jeu : vous trouvez à terre un Nokia N8 qui se trouve être celui d'Adrien des BB Brunes. Votre mission va consister à partir à la recherche d'Adrien et de lui rendre le téléphone. La viralité est assurée à chaque séquence du jeu. En effet vous pouvez poster votre progression à la fin de chaque étape sur Facebook ou Twitter. Un bon moyen d'attirer l'attention sur l'opération et de driver du trafic en provenance des réseaux sociaux...



Viralité optimisée

La phase de recrutement de profils n'arrive qu'après le premier chapitre, ce qui est à mon sens pertinent dans la mesure où le joueur a suffisamment été accroché par les premières phases de jeu et se montre plus facilement disposé à donner son email et son numéro de mobile nécessaires à la création d'un compte OVI Musique, sésame indispensable qui lui

permettra de continuer son cheminement dans l'aventure...

Mission Backstage : bravo, tu es arrivé à la fin du chapitre 1

Si vous avez déjà un compte Nokia veuillez vous identifier Connexion

De nombreuses péripéties t'attendent dans les chapitres 2 et 3 du jeu Mission Backstage... Pour continuer l'expérience et valider ton succès au chapitre 1 de Mission Backstage, inscris-toi ou identifie-toi vite sur Ovi Musique !
En menant à bien la mission et en retrouvant les BB Brunes pour leur rendre le portable Nokia N8 d'Adrien, tu gagneras peut-être une rencontre exceptionnelle avec le groupe, un Nokia N8, des enceintes Nokia et des bons de téléchargement sur Ovi Musique!

Créez votre compte Nokia
Merci de remplir tous les champs avec une étoile *

Informations d'identification

Nom d'utilisateur*

Mot de passe*

Confirmer le mot de passe*

Adresse e-mail*

Numéro de mobile*
+33

Par exemple: +337500123456

Envoyez-moi la newsletter Nokia Music, les exclusivités et concours réservés aux abonnés (dont un mobile à gagner chaque mois !).

Envoyez-moi les actualités et les nouveautés musicales par SMS

Sécurité et politique de confidentialité
Cela nous permet d'éviter les courriers indésirables et les inscriptions factices

 Vous n'arrivez pas à le lire?
[Affichez une autre image](#)

Veillez saisir les caractères de la zone ci-dessous.*

Les caractères ne sont pas sensibles à la casse

Je réside en France

J'ai lu et j'accepte les [Règlement jeu Concours, Conditions Musique](#) [Conditions du service Ovi](#) et la [Politique de confidentialité](#).

La phase de recrutement n'arrive qu'après le premier chapitre mais est nécessaire pour continuer plus loin

Histoire de préserver un minimum le suspense, je ne vous dévoilerai pas la suite, vous pouvez vous rendre dès à présent sur le site Mission Backstage. Sachez tout de même que trois jours de tournage avec des comédiens (plutôt crédibles au demeurant) et bien sûr le groupe ont été nécessaires pour mettre en boîte toutes les séquences nécessaires à la réalisation du jeu, le tout avec la complicité de Warner (un chapitre de l'aventure se déroule d'ailleurs dans les locaux de la major).



Si on peut regretter la linéarité du parcours proposé au joueur, saluons la réalisation qui met en œuvre des éléments clés de promo (interactivité, contenus, goodies à télécharger) dans une opération globale qui au final profite à la fois à OVI Musique, au N8 et aux BB Brunes...

Cet article a été initialement publié sur [zdar.com](#), sous le titre de **Marketing musical : un ARG pour OVI Musique et le Nokia N8 en partenariat avec Warner et les BB Brunes**

Crédit photo clé CC flickr : **Stéfan**

Autres photos : screenshots de l'auteur

BENGALOLO

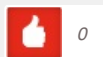
le 29 décembre 2010 - 15:55 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

Je dois avoir vécu dans une dimension parallèle car j'ai complètement loupé ce lancement du N8. Il en faudra bien plus à Nokia pour gommer son interface clairement



dépassée et obstinément has been. 2011 année du déclin?

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

1 ping

Tweets that mention Branding musical : Nokia/BB Brunes sur -- Topsy.com le 29 décembre 2010 - 15:27

[...] This post was mentioned on Twitter by Olivier Missir and others. Olivier Missir said:
RT @squirelo: Branding musical : Nokia/BB Brunes <http://bit.ly/hyV0S8> sur
@ownimusic [...]