

Étude de Cas Client

Paris, le 24 mars 2016

LeTROT accélère sur le digital !

La fin d'année 2015 a marqué un tournant majeur pour LeTROT. Déterminée à opérer le tournant du numérique, la société spécialisée en organisation de courses hippiques a décidé de revoir en profondeur sa stratégie digitale et a fait confiance à Eficiens pour la réalisation de très beaux projets.

Un site Internet dans l'air du temps

La première mission d'envergure confiée à l'agence a été la refonte totale du site web. De la conception en passant par la direction artistique, ergonomie et suivi de la mise en ligne, Eficiens a pris en charge le remaniement de près de 300 pages pour offrir à la Société LeTROT une vitrine contemporaine, au design moderne, faisant la part belle à l'image et la vidéo.

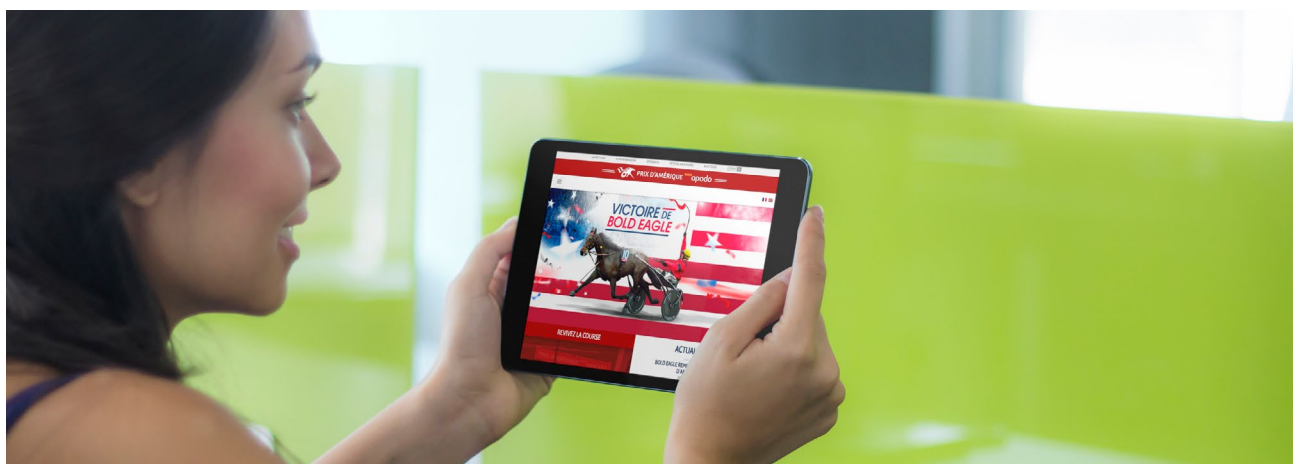


La nouvelle plate-forme www.letrot.com offre aux parieurs et aux passionnés de sport hippique une multitude d'informations sur les différents hippodromes, les résultats et une base de données avec des statistiques mises à jour en temps réel. Un streaming gratuit est également disponible alors qu'un mode replay video permet de reVISIONNER les 11 000 courses disputées à l'année.

Eficiens a ainsi contribué au plus gros projet de site pour un client dans son histoire mais ne s'est pas arrêté en si bon chemin.

Offrir une couverture digitale complète et impactante

Eficiens a également accompagné la Société LeTROT dans sa communication sur l'événementiel. À commencer par la plus grande course de l'année, le Prix d'Amérique Opodo, qui a bénéficié d'une couverture exceptionnelle avec un site dédié (<http://www.prix-amerique.com/>). L'expertise technique d'Eficiens et son expérience dans la gestion des événements importants, générant des millions de visiteurs uniques, ont été des atouts maîtres dans la réussite de ce projet.



D'autres temps forts comme les « Nocturnes de Vincennes » ou les « Estivales de Cabourg » ont également fait l'objet d'un éclairage innovant. Eficiens a conçu ces sites ponctuels, responsive et compatibles mobile, de A à Z, de l'intégration à la cohérence de la charte en passant par l'indispensable volet réseaux sociaux.

La Société LeTROT, qui souhaite mettre en avant un côté fédérateur dépassant le cadre même de la course hippique, a vu en Eficiens un partenaire capable de faire basculer sa stratégie digitale dans une nouvelle dimension. « *Nous sommes heureux d'avoir trouvé une structure qui correspond à nos valeurs : réactive, dynamique avec un vrai esprit de guérilla marketing* », appuie Isabelle Coltier-Spira, Directrice Marketing et Communication chez LeTROT.

Au final, le digital est plus que jamais au cœur de la stratégie du TROT. Et ce n'est pas fini ! 2016 s'annonce riche en annonces et nouveautés.