# WEBCONFERENCE Ecosystème digital du sport - Episode 3







## L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL DE LA LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL

Christophe Charmoille - LFP Kimkhi Nguyen - LAFOURMI

#### AGENDA DE LA CONFÉRENCE

PART 1 ID de la LFP

PART 2 Transformation digitale

> PART 3 Concrètement

PART 4
Résultats & Perspectives

PART 5 Questions - Réponses

# CARTEID DE LA LFP.

### **LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL**

#### Son statut

La Ligue de Football Professionnel est une association déclarée, créée avec l'accord de la Fédération Française de Football. Elle est régie par la loi du 1er juillet 1901.



La LFP organise, gère, règlemente et développe les championnats de football de ligue 1 et de ligue 2

#### Chiffres-clés

6 compétitions

814 matchs

11,7M de spectateurs

83 salariés





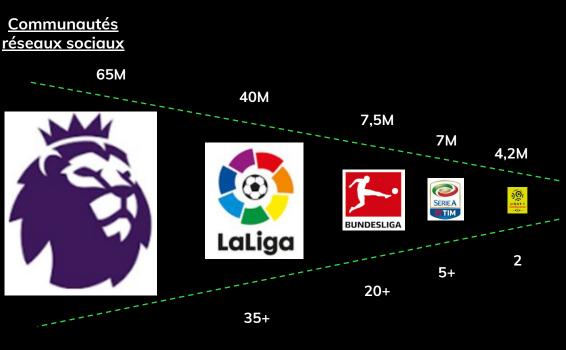








## **\_EN 2016 LA LIGUE 1 EST EN RETARD**



Faibles audiences réseaux sociaux

Pas de stratégie de contenus

Pas de CRM

Plateformes vieillissantes

Faible interactivité et gaming

Pas de services aux clubs

Staff digital 50+

## TRANSFORMATION **DIGITALE**

## \_CHALLENGES À RELEVER

#### Challenge 1

S'adapter aux nouveaux modes de consommation du football, toucher un public plus jeune et faire rayonner digitalement les compétitions

#### Challenge 2

Capitaliser sur la data et la connaissance fans afin de pouvoir personnaliser le contenu et valoriser le patrimoine digital de la LFP

#### Challenge 3

Mettre la transformation digitale au service des enjeux métiers de la LFP

#### Challenge 4

Être à la pointe de l'innovation digitale dans le sport et accompagner les clubs dans cette transformation

## STRATÉGIE DIGITALE

## **\_2017 LA STRATÉGIE DIGITALE**

Création d'une base de 5 millions de fans recrutés horizon 2022/23

Augmenter et diversifier le contenu digital afin de développer les audiences

Mieux connaître les fans de football pour promouvoir le patrimoine digital des compétitions

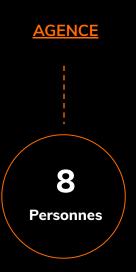
Investir les territoires connexes : l'esport et la gamification

Développement international de la marque Ligue 1 et augmentation de la visibilité dans les territoires-clés

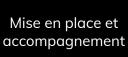
Créer un écosystème digital vertueux : LFP > Clubs > Sponsors

Développer un mode servicing à destination des clubs afin de faciliter et d'accompagner leur montée en compétences sur le digital et la data

## **\_2017 CRÉATION DE L'ÉQUIPE DÉDIÉE**

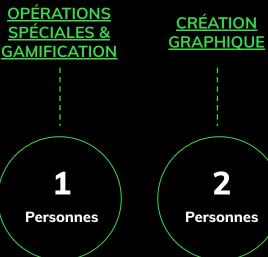


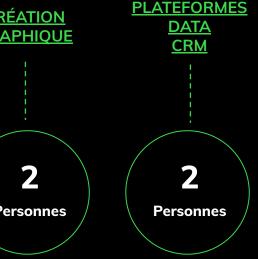














24 MOIS À SE **CONSTITUER** 

## CONCRÈTEMENT.

## LES ASSETS DIGITAUX

## **\_OBJECTIFS LIÉS AUX PLATEFORMES**

#### Objectif 1

Augmenter l'audience nationale et internationale

#### Objectif 2

Maximiser l'acquisition

#### Objectif 3

Fidéliser les fans

#### Objectif 4

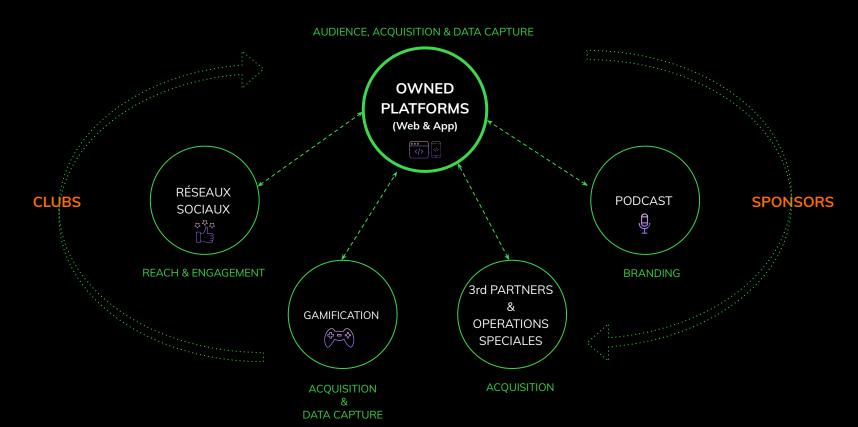
Valoriser et monétiser les audiences







## **\_L'APPROCHE PLATEFORMES**



### **\_FOCUS SUR LES SITES**

#### Segmenter les sites par marque compétition

Un site web responsive par marque compétition, une application mobile multi-compétitions et une intégration SSO des plateformes tierces

#### Un contenu davantage orienté fans et grand public

Des stories, du contenu live, du contenu froid, des statistiques et de la vidéo

#### Player vidéo internalisé

Un centre vidéo propriétaire permettant de l'acquisition freemium

#### BDD et data driven

Point de contact primaire du système d'acquisition et de data client permettant dans la durée la création du datalake de la LFP (via MyLique)







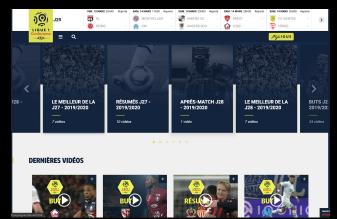
#### \_2020





MyLique

#### lomepage



Plaver vidéo

\_2016

### **\_FOCUS INSTAGRAM**

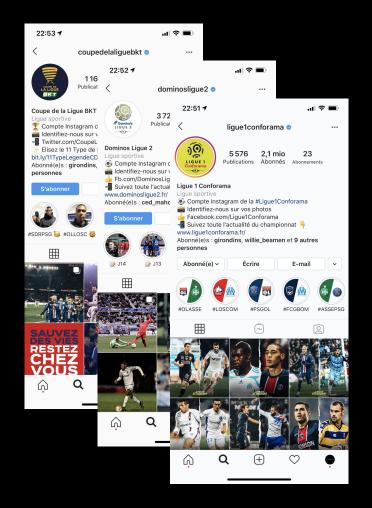
Segmenter les plateformes par championnat Pour être en parfaite affinité avec les audiences

Utilisation des stories et de la timeline Pour faire vivre le championnat sous un angle visuel renouvelé

Mécaniques conversationnelles Pour générer de l'engagement avec les followers

Interactions avec les clubs

Pour faire vivre la relation avec tous les clubs



### \_FOCUS TIK TOK

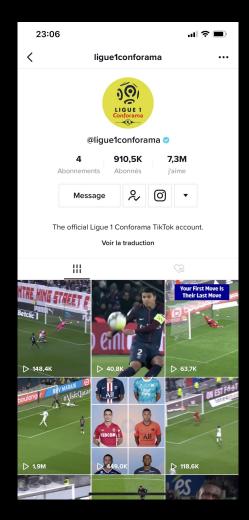
Une approche 100% Internationale

Tous les contenus sont en anglais, une large place faite aux stars internationales

Un contenu qui se concentre sur les "beaux" gestes en détail mais aussi le fun.

Une approche axée sur le divertissement, dans les codes de la plateforme

Une association à la musique préférée d'une audience plus jeune Tous les contenus sont accompagnés par les "hits" du moment pour être tout à fait en phase avec la cible



## **ZOOM SUR LE 11 TYPE DES FANS**

Un éditeur de jeu propriétaire développé pour les besoins de la LFP II offre une grande souplesse d'utilisation aux équipes internes

Une mécanique de jeu ancrée dans les codes des fans de football Les participants créent leur équipe à partir du liste de joueurs

Une opportunité de collecte de données démultipliée Chaque événement (Coupe de la Ligue, match affiche etc) est une nouvelle occasion de lancer un jeu

Une mécanique simple et virale qui engage un maximum Un contenu naturellement viral qui se trouve démultiplié par les fonctionnalités sociales, les fans partageant leur compositions sur leurs réseaux

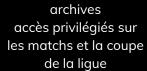


## STRATÉGIE CONTENT

## LAFOURM

## **\_STORYTELLER LE CONTENU**







pouvoir en "near real time' rebondir sur une annonce ou un fait marquant



un traitement de chaque match live sur le site et les réseaux sociaux notamment Twitter et Instagram



l'utilisation poussée des statistiques et des articles d'analyse



feuilletonner le championnat pour accompagner les fans de football : l'avant match les résumés les highlights

#### **MULTI CANAUX**

### **\_FOCUS "LIGUE 1 LEGENDS"**

Le programme exploitant les archives du championnat pour remémorer des souvenirs emblématiques à ses fans et faire connaître sa richesse aux jeunes générations.

#### Des contenus liés à l'actualité sur les réseaux sociaux

- Flashback : match, focus joueur... pour teaser un match de L1C lors de chaque journée
- Ce jour-là : mise en lumière d'un moment marquant à date d'anniversaire
- Tu t'souviens ? : moment iconique à revivre simplement

#### Des contenus freemium à forte valeur ajoutée destinés aux fans hardcores

- Tops Buts : compilations des plus beaux buts de l'histoire
- Entre les lignes : analyses tactiques effectuées par des influenceurs spécialisés foot
- Ma légende : témoignages de personnalités sur leurs souvenirs de football
- Story de Legends : documentaires sur les plus grandes équipes de l'histoire de la L1C

SPORSOR

## **AMPLIFICATION**

## \_APPROCHE AMPLIFICATION

#### Gaming

Pour développer l'interactivité et collecter massivement des datas sur un volume d'occurrences important

#### Influence

Pour faire développer l'image de marque sur des audiences non atteintes naturellement, avec un discours authentique et crédible.

#### Paid média social et display

Pour driver de façon ciblée et très efficace des prospects vers les assets digitaux

#### **Partenaires**

S'appuyer sur les partenaires de la ligue pour faire rayonner ses championnats sur des bases affinitaires

## **\_FOCUS SUR L'INFLUENCE**

S'appuyer sur les influenceurs référents dans la galaxie foot française Pour toucher de nouvelles audiences avec un discours différent qui résonne auprès de leurs communautés

Aller au delà des activations classiques d'influence pour produire des contenus premium

Construire une image de marque forte avec des productions léchées

Co-créer avec les influenceurs / créateurs

Offrir les conditions uniques de la co-création avec les influenceurs (ex: Sean Garnier pendant la finale de la Coupe de la Ligue 2018)



## RÉSULTATS & PERSPECTIVES.

## RÉSULTATS

## **\_BILAN SITE INTERNET DEPUIS 2016**



-20% visites

Trafic en baisse depuis 3 saisons



Reprise du trafic à la hausse

(+5% de visiteurs)



Visiteurs en hausse de 18% (+9M)

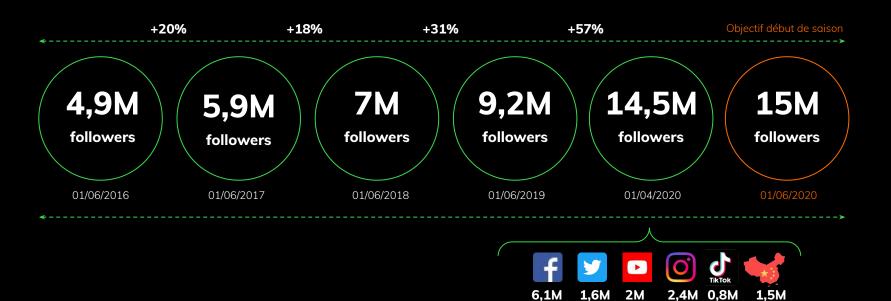


Visiteurs en hausse de 15% (à janvier 2020)

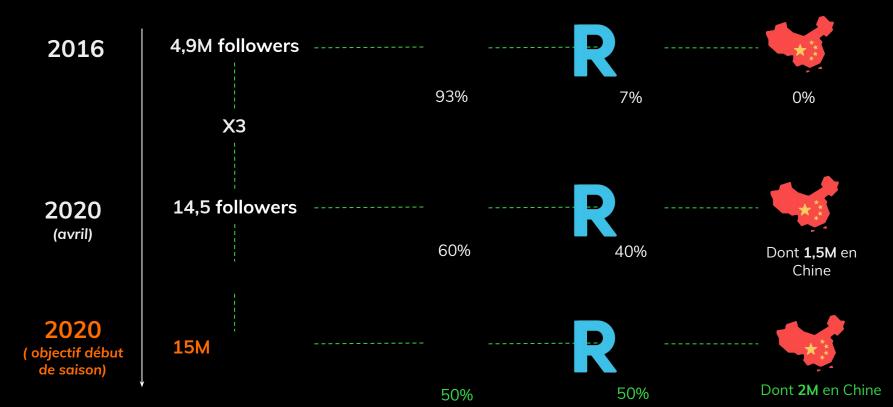
Mise en ligne des nouveaux sites le 31 janvier 2020

### а

## **BILAN RÉSEAUX SOCIAUX DEPUIS 2016**



## **\_CROISSANCE INTERNATIONALE FORTE**



## **PERSPECTIVES**

LA DATA ET LA SEGMENTATION DE LA BASE DE FANS

LA STRATÉGIE D'INFLUENCE

LE RENFORCEMENT DE LA GAMIFICATION

LA NOUVELLE APPLICATION MOBILE

