







Etude de cas : Bomel

Comment sold out son événement en 4 heures grâce à des campagnes de collecte d'emails ?



COMMENT CONVERTIR VOTRE AUDIENCE EN VENTES GRÂCE À L'EMAIL MARKETING ?

PARAMÈTRES DE CAMPAGNE

-  Collection d'emails
-  150€
-  3 semaines
-  France
-  Dance, Electronic, Nu-Disco
-  Instagram

Bomel est un artiste en développement influencé par la musique électronique et la pop. En octobre, il imagine un concept inédit : "Groove Kitchen", un événement proposant un dîner avec accords mets-vins-musique, le tout dans un cadre chaleureux. La particularité ? Des places limitées, accessibles uniquement par inscription via email, offrant une opportunité parfaite pour collecter les contacts des fans les plus engagés. On vous explique dans cette étude de cas comment Bomel a réussi à sold out son événement grâce à nos campagnes de collecte d'email.

La stratégie s'est déployée en deux phases clés : une campagne d'engagement initial et une campagne de collecte d'emails ciblée, avec un budget total de 150€.

RÉSULTATS DE CAMPAGNE



275

Emails collectés



70

Tickets vendus



2.14€

Coût par ticket
vendu



25%

Taux de
conversion

PHASE 1 : CAMPAGNE D'ENGAGEMENT SUR INSTAGRAM

Un contenu engageant a été conçu sous la forme d'un Reel Instagram présentant le concept de l'événement et invitant la communauté de Bomel à donner leur email pour recevoir le lien de la pré-vente (lien partagé dans sa bio Instagram). Ce Reel a permis de captiver l'attention de la communauté existante de Bomel tout en touchant de nouveaux publics. Le post a été boosté avec un budget de 50€ sur 4 jours pour générer des interactions et qualifier une première audience intéressée.







Trois segments d'audiences distincts ont été définis :

- **Audience Artiste** : Les personnes ayant déjà interagi avec les contenus de Bomel.
- **Audience Genre Musical** : Les amateurs d'Electro, Dance et Nu-Disco ont été ciblés pour s'assurer que la campagne touche une audience déjà réceptive à ces styles musicaux.
- **Audience Personnalisée** : Les fans d'artistes similaires à Bomel, tels que les autres artistes de son label AOC Records, ou des artistes avec qui il a collaboré (Møme, 2TH..).

Cette première phase a ainsi permis d'obtenir :

- Près de 900 likes sur le Reel
- 55 visites de profil
- Un coût par action de 0.04€

Cette phase a permis d'identifier une audience réceptive, fondamentale pour maximiser les performances de la suite de la campagne.

Likes: 899		Profile Visits: 55		Cost Per Action: 0.04 €	
 Total budget	 Impressions	 Total actions	 Engagement Rate	 Video views +75%	 Link Clicks
50€	11331	955	8.43%	284	21

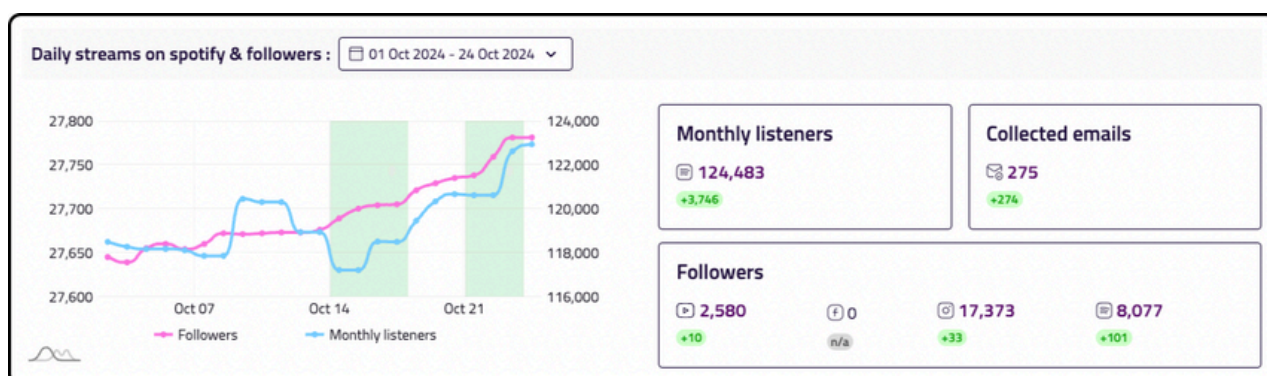
PHASE 2 : CAMPAGNE DE COLLECTE D'EMAILS

La deuxième phase visait à convertir cette audience engagée en leads qualifiés via une campagne de collecte d'emails, avec un budget de 100€ sur 10 jours. La campagne a réutilisé le contenu et le ciblage de la phase 1, avec également un retargeting pour s'adresser directement aux personnes ayant interagi avec le Reel.

Les personnes touchées par la publicité étaient redirigées vers une landing page sponsorisée où elles étaient invitées à s'inscrire pour accéder à la pré-vente de l'événement en fournissant leur email. Une fois les emails collectés, une newsletter a été envoyée pour donner accès à la billetterie : en seulement 4 heures, l'événement était sold-out !

La campagne a été un véritable succès, avec notamment :

- 275 emails collectés en trois semaines (de la publication du Reel à la fin de la phase 2)
- 70 billets vendus, atteignant le sold-out
- Un coût par billet vendu de seulement 2,14€
- Un taux de conversion via la newsletter de 25%



Ainsi, en s'appuyant sur une stratégie de ciblage précis, un contenu engageant et une activation efficace des leads via l'email marketing, Bomel a réussi à remplir son événement tout en collectant des contacts stratégiques pour ses futurs projets. Avec un budget minimal de 150€, cette campagne montre l'efficacité des campagnes de collecte d'email dans le secteur musical.



 **Your Music
Marketing**

yourmusic.marketing