

Sony Computer Entertainment Europe passe à la vitesse supérieure en matière d'engagement et de ventes grâce à sa communauté en ligne

Plus de 80 % des principaux contributeurs de la communauté en ligne font leurs achats sur le PlayStation®Store

Paris, le 26 mai 2015 – [Lithium Technologies](#) fait le point sur les résultats de la plateforme européenne de communauté en ligne créée pour Sony au sein de [PlayStation® Forum](#) et démontre la capacité d'une communauté de marque à intensifier l'engagement de ses utilisateurs et à accroître les ventes en ligne. Une analyse révèle en effet que plus de 80 % des principaux membres du PlayStation Forum font des achats sur le PlayStation Store, site proposant jeux vidéo, musique et vidéos.

Le PlayStation Forum constitue un point de rencontre en ligne qui permet aux fans d'échanger sur leurs PS4 et les derniers jeux sortis, tels que The Last of Us Remastered ou Grand Theft Auto V. La communauté compte plus de 3 millions de visites uniques par mois, soit 8,5 millions de pages vues en moyenne sur la même période. Elle représente l'une des principales destinations en ligne des gamers souhaitant échanger et partager leurs expériences. Cette communauté florissante et dynamique a enregistré plus de 610 000 messages au cours des six derniers mois.

L'étude portait sur les membres les plus impliqués, en se basant sur le nombre de messages et de pages vues, afin de mieux comprendre la valeur de ces utilisateurs et de mieux déterminer comment répondre à leurs besoins. Il s'avère que ces membres sont les plus grands acheteurs sur le PlayStation Store. D'après les statistiques, huit sur dix d'entre eux (soit plus de 80 %) font partie des plus gros clients de l'entreprise. L'étude confirme également les résultats d'un récent rapport de Millward Brown, qui démontre que les communautés client Lithium génèrent près de douze fois plus de chiffre d'affaires que les autres réseaux sociaux combinés, tels que Facebook, Twitter, Pinterest, YouTube et Google+.*

« Notre communauté permet aux fans d'échanger des informations, d'obtenir des réponses à leurs questions et de partager des avis sur les jeux et services. Ils bénéficient également d'un support de leurs pairs et de notre équipe de service client dédiée. Le fait de découvrir qu'un pourcentage élevé de nos principaux contributeurs sont également de grands acheteurs de nos produits nous incite à continuer à tout mettre en œuvre pour proposer la meilleure expérience en ligne possible », explique Javier Tenes, Community Manager chez Sony Computer Entertainment Europe.

« Sony Computer Entertainment Europe a mis en place une stratégie digitale révolutionnaire », s'enthousiasme Rob Tarkoff, Président et CEO de Lithium. « En s'appuyant sur la passion du jeu vidéo que partagent les membres de la communauté, l'entreprise exploite pleinement son

* [Étude Millward Brown Digital](#) : Avec votre propre communauté de marque en ligne, attirez plus d'acheteurs et augmentez vos ventes

potentiel. Elle propose une expérience digitale personnalisée et cohérente tout au long du parcours client, qui se traduit par une augmentation significative du chiffre d'affaires. »

À propos de Lithium :

Lithium accompagne de grandes marques dans le monde qui souhaitent instaurer une relation de confiance avec leurs clients. Nous aidons les utilisateurs à obtenir des réponses à leurs questions et à partager leurs expériences. Ainsi, des clients situés dans plus de 34 pays comptent sur Lithium pour se connecter à l'ensemble de leur communauté, interagir avec elle et la comprendre parfaitement. Avec plus de 100 millions de visites uniques chaque mois sur l'ensemble des communautés Lithium et 600 millions de profils en ligne enregistrés par Klout, Lithium dispose d'une présence sur le Web parmi les plus importantes au monde. Grâce à ces données et au logiciel de l'entreprise, les clients de Lithium sont en mesure de dynamiser leurs ventes, de diminuer les coûts de support, de stimuler l'innovation et de susciter, sur le long terme, fidélité et engouement de la clientèle pour leur marque. Pour découvrir de quelle manière Lithium peut transformer votre entreprise et vivre l'expérience dont bénéficient déjà 300 autres grandes marques dans le monde, rendez-vous sur fr.lithium.com, rejoignez notre communauté sur community.lithium.com ou suivez-nous sur Twitter @LithiumTech. Lithium est une entreprise privée dont le siège social est basé à San Francisco.

Le logo Lithium® est une marque de service déposée de Lithium Technologies. Les autres marques et noms de produits cités appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

« PlayStation » est une marque déposée de Sony Computer Entertainment Inc.

###

Contacts presse

LEWIS PR

Quentin Filou / Lucie Robet

Senior Account Executive / Account Manager

01 83 94 04 98 / 06 10 44 34 72

lithiumfrance@lewispr.com