



trnd France
132 boulevard Pereire
75017 Paris
France

HTC s'appuie sur trnd pour accompagner le lancement de ses nouveaux smartphones HTC One™, dans le cadre de la nouvelle campagne « Recommandé par vous » qui place les expériences des utilisateurs au cœur de la communication de la marque.

Paris, le 12/04/2012.

Afin de renforcer le dispositif de sa campagne « Recommandé par vous », HTC a choisi de faire appel à trnd, la première communauté de marketing participatif d'Europe, pour recruter et encadrer 100 ambassadeurs de marque qui généreront des recommandations online et offline, s'appuyant sur une expérience réelle du produit. Cette campagne a été recommandée à HTC par les équipes de ZenithOptimedia.

Les smartphones HTC One™ X et HTC One™ S, derniers modèles de la marque, rivalisent avec les appareils photo compacts traditionnels. En effet, ils permettent de prendre des clichés de haute qualité même en condition de faible luminosité et disposent de la capture d'image instantanée, de l'autofocus, d'un mode rafale, de la technologie de rétro-éclairage HDR et peuvent même prendre des photos à partir de séquences vidéo HD déjà enregistrées. Ils raviront également les fans de musique, puisque HTC a intégré la technologie Beats Audio™ qui offre une qualité sonore digne d'un studio d'enregistrement.

Le HTC One™ X est le smartphone le plus puissant jamais construit par HTC : il est équipé d'un processeur Quad Core qui garantit une navigation rapide, une remarquable qualité d'image et des sensations authentiques pour tous les jeux et divertissements multimédias. Le HTC One™ S embarque un processeur Snapdragon S4, un « double cœur » (Dual Core) cadencé à 1,5 GHz qui permet une navigation rapide et de belles capacités multitâches. C'est également un téléphone particulièrement léger, élégant et extrêmement fin, avec une épaisseur de seulement 7,8 millimètres.

Dans le cadre de sa campagne « Recommandé par vous », HTC propose de laisser la parole aux utilisateurs et de mettre en avant l'utilisation des smartphones HTC en conditions réelles. Pour ce faire, la campagne trnd sera développée en deux temps :

- Une campagne de pré-buzz permettra de générer de la notoriété en ligne dès le début du projet et présentera les caractéristiques des nouveaux HTC One™. Cette première phase se terminera par la sélection de 100 participants.
- Une campagne de Word-of-Mouth sur les réseaux sociaux permettra aux participants de partager leurs expériences sur Internet.

Les 100 ambassadeurs de la campagne trnd, sélectionnés suivant des critères définis avec la marque, recevront un smartphone HTC One™ X ou HTC One™ S. Ils auront pour mission de soumettre les téléphones à l'épreuve d'une utilisation quotidienne. Rapidité, performance, fonctionnement multitâche, réalisation de vidéos, prise de photos en faible luminosité, etc. sont autant d'aspects qui seront soumis à leur attention. Le site de la campagne trnd relayera les expériences et impressions des ambassadeurs : www.trnd.fr/htc

Chaque membre sélectionné pourra ainsi se forger sa propre opinion sur les smartphones HTC One™, et partager ses impressions avec son entourage et sur Internet. Les 100 trnders (noms des membres de la communauté) feront part de leurs expériences en postant des articles sur leur blog, sur des sites marchands, des communautés de consommateurs et sur les réseaux sociaux. Ils réaliseront également des vidéos pour expliquer en images le fonctionnement et les possibilités offertes par les smartphones HTC One™ ou encore l'environnement HTC Sense 4.

Cette campagne se déroulera au même moment au sein de la communauté allemande de trnd (<http://www.trnd.com/htc-one-x>) et constituera une première pour le groupe HTC : grâce à l'utilisation de la même méthodologie en Europe, trnd pourra évaluer les consumer insights de la campagne et comprendre les différences interculturelles et de positionnement entre le marché français et le marché allemand.

Premier canal de Word-of-Mouth Marketing d'Europe, trnd a réalisé plus de 350 campagnes dans 9 pays pour des clients comme Procter & Gamble, L'Oréal, Colgate-Palmolive, Henkel, Nestlé, Bosch, GlaxoSmithKline, Unilever, Philips, Johnson & Johnson, Ferrero, Coca-Cola, Kraft, Schweppes et Beiersdorf.

ZenithOptimedia constitue le second plus vaste réseau d'agences médias dans le monde avec 250 bureaux dans 74 pays. ZenithOptimedia France est dirigé par Sébastien Danet et gère le conseil et l'achat d'espace pour des clients tels que : L'Oréal, Nestlé, Sanofi Aventis, Rlichemont, Toyota, PMU, Banque Populaire-Caisse d'Epargne, PPR, Puma, Gucci, Disney, Lactalis... ZenithOptimedia est l'agence du ROI et s'engage donc à générer le meilleur retour sur investissements publicitaires.

HTC Corporation (HTC) est l'un des acteurs les plus dynamiques sur le secteur mobile. En plaçant les utilisateurs au cœur de son approche, HTC crée des smartphones innovants qui améliorent la façon dont les gens vivent et communiquent. La société est cotée au Taiwan Stock Exchange sous la référence 2498 – www.htc.com/fr

Contact :

trnd
Stefania Cao
Tél. : +33 (0)6 25 67 65 33
e-mail : presse@trnd.fr
web : www.trnd.fr/company

ZenithOptimedia France
Charlotte Millet
tél. : +33 01 58 74 89 06
e-mail : charlotte.millet@vivaki.com