

## You Tube : Visit California a fait le buzz ! Campagne "The Dream365 Project"

La campagne digitale lancée par Visit California sur les marchés anglophones a généré une croissance à deux chiffres du volume des recherches de voyage en Californie.



**Parmi les 24 vidéos diffusées durant la première phase de la campagne, la plus populaire est celle de la Rampe de Skate Flottante de Bob Burnquist sur le Lac Tahoe.**

**V**isit California a lancé une campagne digitale baptisée "The Dream365 Project" sur YouTube le 28 février dernier

Cette opération comprend la diffusion de contenu en ligne en exclusivité sur le portail spécialisé dans la diffusion de vidéo pendant 24 heures aux USA, au Canada et en Australie et inclut la diffusion de publicités de vidéos pre-roll, une campagne SEM et une présence active sur les réseaux sociaux qui vise à atteindre une cible de **468 millions d'impressions**.

**Montant de l'investissement : 3,7 millions de dollars.**

Dans un communiqué, l'organisme en charge de la promotion de la Californie annonce des **taux de clic** qui ont dépassé la moyenne des campagnes mise en place par YouTube dans l'industrie du tourisme

La campagne a enregistré 22 270 heures de visionnage, l'équivalent de 2,5 années de contenu interactif. Au total, elle a déjà engendré une **croissance à deux chiffres du volume des recherches de voyage en Californie** +2% Royaume-Uni, +16% Australie, +18% aux USA et +26% Canada

[dream365.visitcalifornia.com](http://dream365.visitcalifornia.com)



Rédigé par La Rédaction le Mardi 3 Juin 2014

Source :  
<http://www.tourmag.com>