

## Visuels de campagne...

Tourism Queensland asked us to launch a new brand, the Islands of the Great Barrier Reef to Global Experience Seekers across eight key international markets. We drove people to an engaging website, initially through online recruitment listings and classified. We gathered user-generated content and supported the interactive campaign with a presence on social networking sites.



Multiples films + relais videos et matériels fournis aux média



Omniprésence sur tous les réseaux sociaux



**Forte présence sur les sites de diffusion de vidéos (film de lancement + films des candidats aux divers niveaux des sélections)**



**Présence massive sur Facebook par le buzz, la création de nombreuses pages destinées à soutenir les candidats et à faire connaître l'initiative.**



**Présence très forte sur You Tube et Dailymotion qui ne sont pas des relais classiques d'information mais des media stratégiques.**



**Campagne de presse finalement peu onéreuse mais qui justifie, qui cautionne, qui renforce le jeu réaliste.**



**Fourniture aux media d'une puissante information visuelle pour relayer l'information de "the best job in the world"**



**Utilisation des sites de recrutement pour amplifier le mouvement et donner le sérieux nécessaire au plan de communication.**



**Démultiplication des sites, des blogs, des pages sur facebook, des videos, des outils divers et variés de communication par les milliers de candidats pour évènementialiser les candidatures.**

**Sources :** <http://www.ourawardentry.com.au/bestjob/recruitment-ads.html>