

Livrable 2

Sommaire

Présentation des profils

Benchmark

Analyse réseaux

Choix des réseaux

Choix de la stratégie

Calendrier éditorial

La date et l'heure de chaque publications

Le format de la publication (image, visuel, vidéo...)

La thématique de la publication (à détailler au maximum)

L'objectif de la publication

Présentation des profils

Charles



Le monde n'a aucune beauté intérieure sans l'art

Age: 18 ans
Profession: Etudiant en art
Lieu de résidence: Marseille

Curieux

Sociable

Artistique

Créatif

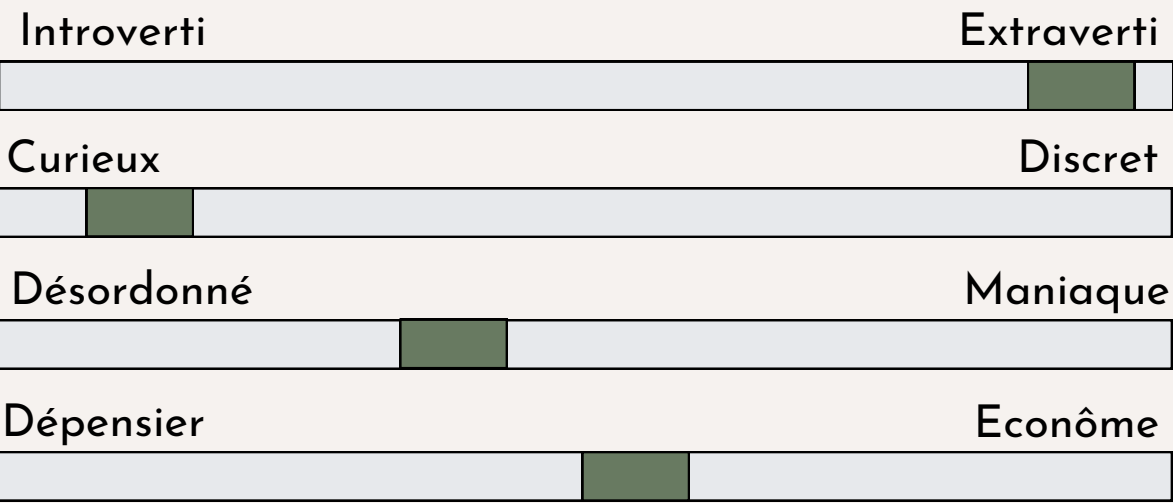
Bio

Charles est un homme qui aime découvrir tout ce qui l'entoure, il n'aime pas les pertes de temps et consacre sa vie à l'art et à l'exploration afin de s'inspirer. Son but est d'étendre son style mais avant il cherche celui-ci. Il aime la fantaisie.

Objectifs

- Je voudrais pouvoir être immergé et apprendre de nouveaux styles graphiques .
- Avoir une avant première des idées qu'ont eu les développeurs.
- Avoir des avis qui puissent me donner envie
- Savoir le cursus qu'a suivi l'illustrateur.

Personnalité



Frustrations

- Ne pas avoir de design singulier.
- Ne pas avoir accès au croquis, plan, image de l'illustrateur afin de s'inspirer.
- Aucune immersion
- Un design copié et non imaginé

Intérêt
Création, Design, Animation, Art
Musique favorite
OneRepublic - I Ain't Worried
Film favoris
Le hobbit, un voyage inattendu

Alberto



La nature a tant à donner

Age: 29 ans

Profession: Vétérinaire

Lieu de résidence: Pyrénées Occidentales

Curieux

Exemplaire

Ingénieux

Sociable

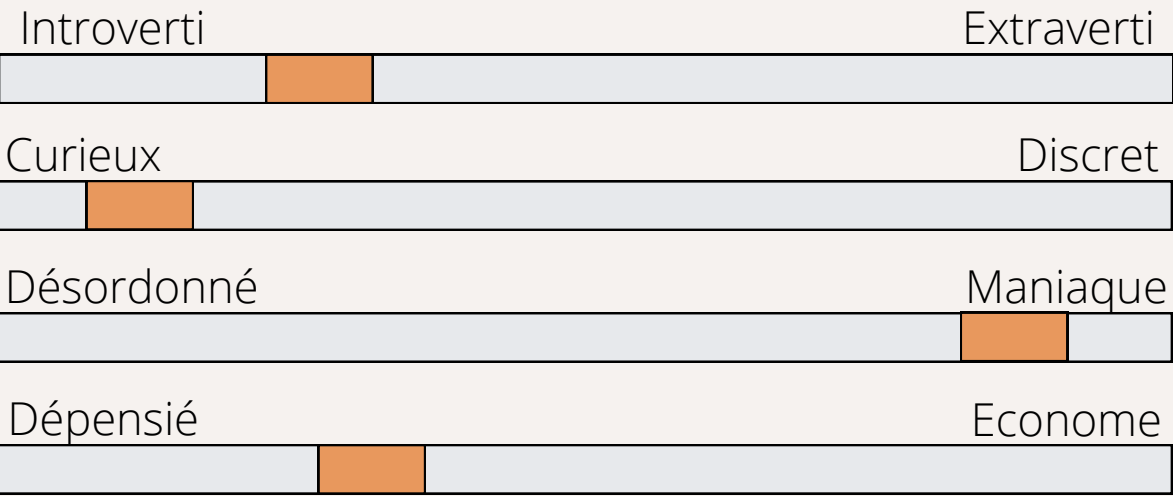
Bio

Alberto est un vétérinaire de renommé, qui aime les animaux et son travail. Il a besoin de se perdre dans un univers fantastique, tout en restant connecté avec son univers à lui. Passionné de nature il aime apprendre de nouvelles espèces, réelles ou fictives.

Objectifs

- Je voudrais pouvoir être immergé et apprendre de nouvelles espèces
- Avoir quelques exemples sur des espèces quelconques
- Simple, pas trop encombré.
- Informations détaillées sur des espèces.
- Coursus sur les idées des développeurs.

Personnalité



Frustations

- Pas de description, d'exemple.
- Ne pas pouvoir avoir d'image.
- Aucune immersion
- Pas en harmonie avec le livre

Intérêt

Nature, Animaux, Plantes

Musique favorite

Bakermat - Baiana

Film favoris

Pirates des caraïbes

Benchmark

Nothin'Goes Right Before Christmas

<https://nothingoesright.com/>

Réseau social utilisé :



Illustrateur: Charlie Layton

Comptes Instagram : CharlieLaytonDraws

Pour ce qui est des fréquences, dans ses début il publiait du contenu chaque jour d'un dessin, une illustration jusqu'aux novembre 2019. Depuis il publie environ 1 publication tout les 2 mois puis 1 ou 2 par mois avec des intervalles de 3-4 mois.

Ensuite pour le format ces publications sont essentiellement des images, avec quelques vidéos, et des stories.

Enfin pour le type de publication, ce sont des représentation de ces dessins, illustrations, designs, représentations graphiques.

Le parfum des mots

<https://leparfumdesmots.blog/>

Réseau social utilisé :



@LeParfumdesMots

Au niveau des fréquences les publications sont effectuées chaque jour.

Puis pour le format, ce ne sont que des images, pas de vidéos, ni de stories et de liens externes

Pour finir, au niveau du type de publication, ce sont des publicités de mangas présentées sur le site, c'est donc une zone d'actualité.



Pour ce qui est des fréquences, les publications se font au moins 1 fois par mois, pas de manière régulière. Ensuite, pour le format ce sont des publications de type images et quelques vidéos. Enfin, pour le type de publication, se sont des publicités et des affiches qui promeuvent les livres, et donc qui indiquent des actualités.



Pour les fréquences, les publications se font au moins 1 fois par mois, pas de manière régulière. Puis pour le format, ce sont des publications de type image, pas de vidéos, ni de stories pour promouvoir les publications. Pour finir, au niveau du type de publication, se sont des publicités, des affiches pour aussi promouvoir les livres inscrits qui donnent des actualités.



Pour ce qui est des fréquences, les publications se font toujours au moins 1 fois par mois, et pas de manière régulière. Ensuite pour le format ce sont des publications de type images, pas de vidéo, des story pour promouvoir les publications. Pour terminer pour le type de publication, se sont toujours des publicités, des affiches qui promeuvent les livres, et donc donnent des actualités.

Les publications sont les mêmes sur les trois réseaux sociaux ainsi que les fréquences et types de publications.

Choix des réseaux

Choix des réseaux :



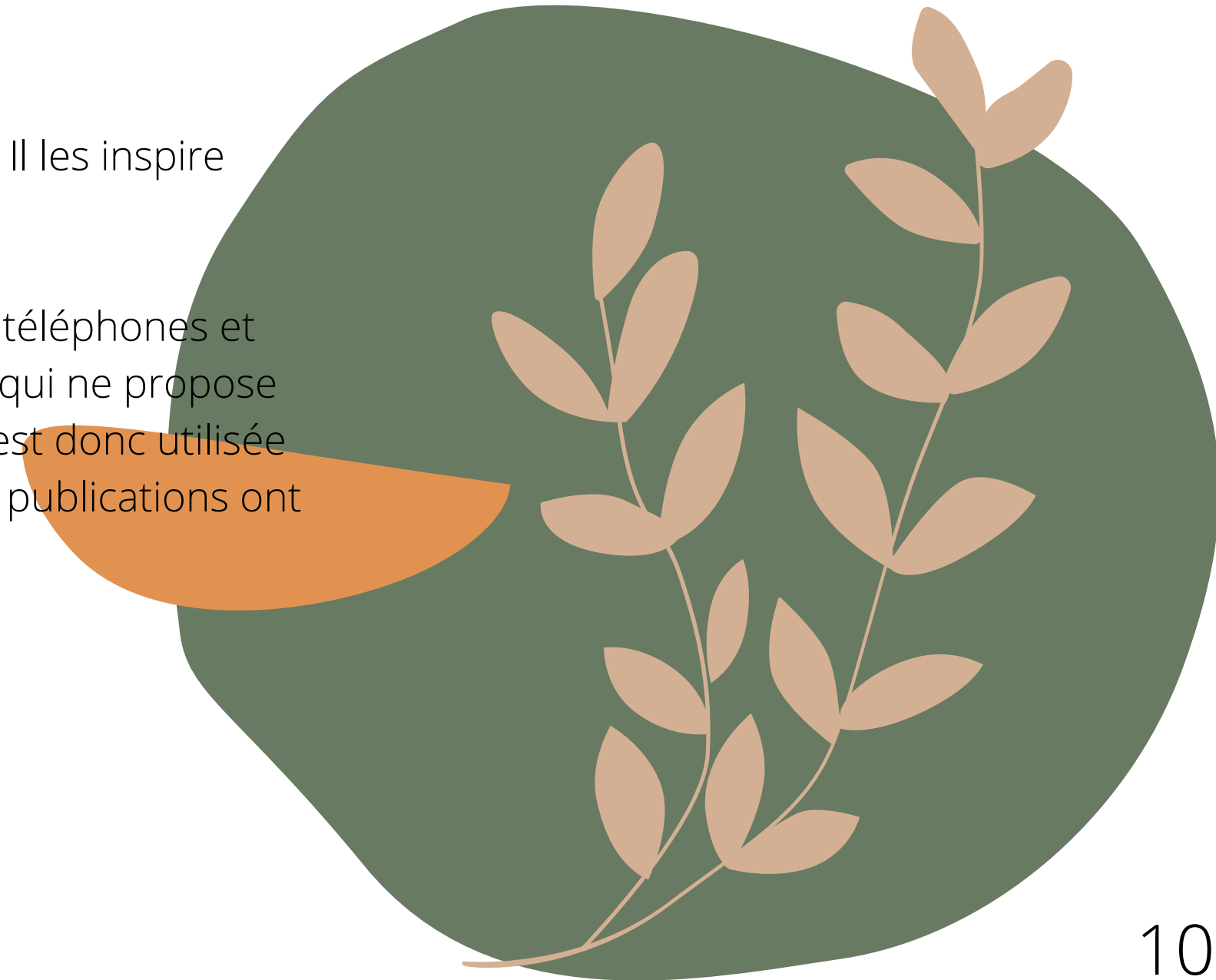
1. Nous avons choisi Instagram car les 15-24 ans représentent 63% des lecteurs. Les plus jeunes ou plus âgés sont plus adeptes des livres. Aussi, les formats proposés sont des photos, avec des descriptions. Pour des informations, ce sont des contenus avec images ou vidéos de manière simple et structurées.
2. Post de stories, actualités, cela prouve que ce réseau est actif.
3. Les vidéos sont plus attractives pour les jeunes.
4. Les publications durent plus longtemps.
5. Utilisation possible de hashtags.
6. Possède également un onglet vente/boutique, bien plus simple pour vendre et afin d'éviter d'aller sur un site internet.
7. Le but d'utiliser cette application serait de représenter les images, auteurs, dessinateurs, histoires pour les jeunes, de manière simple. C'est aussi une application qui est beaucoup utilisée et donc qui connaît une forte affluence.
8. Ce site sert en quelque sorte à s'établir un profil et montrer qui nous sommes et ce que nous faisons. Excellent pour vendre.



1. Nous avons choisi de prendre Pinterest en 2ème réseau social car ce réseau sait présenter tout type de publication d'un point de vue illustratif et créatif grâce à des photos, visuels et vidéos.
2. Concernant la fréquentation du réseau, c'est essentiellement un public jeune, entre 15 et 35 ans.
3. Ce site propose aussi un onglet boutique, ce qui est avantageux pour vendre.
4. Une publication sur Pinterest dure 6 mois, ce qui est un réel avantage pour les achats.
5. Utilisation possible de hashtags.
6. Les raisons pour lesquelles nous avons choisi ce réseau social sont qu'il présente de manière simple et efficace des publications de type images et vidéos particulièrement développées.



1. Enfin, nous avons choisi YouTube, car c'est un réseau qui possède uniquement des vidéos, toujours plus susceptibles de plaire à un jeune public. C'est un mode de présentation plus créatif et plus travaillé qu'une image avec des systèmes d'animation.
2. Post de stories/actualités, cela prouve donc que le réseau est actif.
3. Les publications restent plus longtemps, un mois en moyenne.
4. Utilisation possible de hashtags.
5. Au niveau de la moyenne d'âge, les 25-50 ans sont les plus adeptes de ce réseau. Il les inspire pour leurs enfants et leurs ados.
6. Possibilité de mettre des liens afin d'aller directement sur un site pour les achats.
7. L'avantage d'utiliser cette application est que YouTube est déjà implanté dans les téléphones et autres outils multimédia. Tout le monde regarde. C'est aussi le seul réseau social qui ne propose que des vidéos qui est un outil particulièrement instructif. Ainsi cette application est donc utilisée par un grand nombre de personnes, ce qui est avantageux pour promouvoir. Les publications ont une grande durée de vie, et il n'est donc pas nécessaire de poster chaque jour.



Choix de la stratégie

Choix de la stratégie:

La stratégie que nous utiliserons sera le teasing.

Nous avons donc choisi cette stratégie car c'est l'une des seules qui permet de solliciter et de promouvoir un produit en y apportant un intérêt. Tout cela grâce à la curiosité qui est un excellent avantage pour les enfants et leurs parents qui veulent ce qu'il y a de mieux. Donc d'après nous, c'est une bonne stratégie.

Le teasing permet de créer une grande variation de contenus.

Cette stratégie utilise aussi le "Storytelling" dans sa démarche pour raconter une histoire d'une courte durée faisant susciter l'envie.

De plus le teasing utilise l'humour qui est un excellent concept pour tous les âges.

Contrairement aux autres stratégies, celle-ci a moins d'impact financier aux yeux du lecteur car le but premier de promouvoir quelque chose n'est pas pour son prix ni sa fonctionnalité mais plutôt pour sa curiosité.

C'est un bon moyen de faire le buzz et donc de se faire connaître afin de vendre de manière peu coûteuse et sans se tromper. C'est une stratégie qui peut faire remonter la visibilité de façon rapide et inversement.

Pour ce livre en particulier c'est une bonne méthode car si le teasing est réussi il va créer le mystère du livre avec un univers bien à lui, incluant des animaux fantastiques.

C'est donc une stratégie qui va utiliser les côtés positifs, avec plus d'avantages que de défauts.

Si le teasing est réussi, il n'y a que des points positifs, comme le fait que ce soit peu onéreux, possible à diffuser partout, qui augmente la visibilité et rend curieux. Très attrayant, court, sans informations inutiles et plus agréable à regarder qu'une campagne d'influence, il n'y a pas besoin d'en faire chaque jour puisque un livre reste un livre et donc n'évolue pas, alors une distribution régulière est presque impossible et ne serait pas intéressante.

Seul point négatif, si le teasing n'est pas réussi cela peut être quitte ou double, c'est à dire que c'est soit très positif soit très négatif, ou même aucun résultat. Il ne faut donc pas se loupier.

Calendrier éditorial

Calendrier éditorial :

Choix du réseau : Instagram

Date et horaire	Format	Thématique	Objectifs
Mardi 1 nov. 18h	Courte vidéo	Description globale afin de promouvoir la globalité	Curiosité
Mercredi 2 nov. 12h	Images avec description	Petite représentation du contenu	Documenté
Dimanche 6 nov. 12h	Vidéo explicative	L'histoire du livre	AttisER la curiosité
Mercredi 9 nov.12h	Images	Explication brève de qui a écrit, dessiné et comment	S'instruire
Dimanche 13 nov. 12h	Vidéo	Proposer différentes fonctionnalités du livre	Se documenter sur qui, comment
Mercredi16 nov. 12h	Images	Première page du livre avec élément flouté	Donner du mystère, curiosité
Dimanche 20 nov. 12h	Images, mini court métrage	Présenter différentes représentations des illustrateurs	S'intéresser aux illustrateurs
Mercredi 23 nov. 12h	Images	Seconde page du livre avec élément flouté	Donner du mystère, curiosité
Dimanche 27 nov. 12h	Images	Illustrations du livre avec une phrase du type " Bientôt les fêtes de Noël "	S'intéresser aux illustrateurs
Mercredi 30 nov. 12h	Images	Troisième page du livre avec élément flouté	Donner du mystère, curiosité
Jeudi 1 dec.12h	Court métrage, publicité	Annonce de Décembre avec représentation du livre comme idée cadeau	Donner des idées de cadeaux
Dimanche 4 dec.12h	Images de publicité	Représenter le livre avec des réductions pour Noël	Inciter à l'achat
Mercredi 7 dec. 12h	Images	Quatrième page du livre avec élément flouté	Donner du mystère, curiosité
Dimanche 11 dec.12h	Vidéo, court métrage	Promouvoir le livre avec un esprit de Noël	Inciter à l'achat
Mercredi 14 dec. 12h	Images	Faire une dernière apparition avec un début de page et citer une phrase comme " pour savoir tout précommander sur... "	Inciter à l'achat et rendre curieux

Nous avons choisi de prendre Instagram puisque pour les publications 1 à 3 fois par semaine suffisent pour rester actif.

Contrairement à YouTube où le minimum est de 1 fois et le maximum de 3 fois par semaine, cela est donc très vaste et ne donne pas vraiment la possibilité de faire les 1 publications. De plus ce réseau n'est pas vraiment le meilleur pour faire autant de publications sur le même livre.

Enfin, à l'inverse, Pinterest quant à lui, tourne entre 1 et 15 pins par jour, donc assez conséquent, ce qui ne laisse pas de temps de publications.

Pour le calendrier présent sur la page précédente, les différentes couleurs servent à imaginer et mettre les différents jours en rapport les uns avec les autres.

1. Pour le premier jour, c'est un **mardi** puisque c'est un jour de forte affluence. De plus, il permettra d'enchaîner directement avec **mercredi**. D'abord avec une courte vidéo pour être curieux, puis des informations.
2. Ensuite les **deux premiers mercredis** servent à faire des **explications** brèves des illustrateurs, créateurs et de son contenu.
3. Les **quatre premiers dimanches** sont purement **explicatifs**, servent à se documenter et connaître le plus important du livre.
4. Ensuite les **quatre prochains mercredis** servent à **illustrer** les quatre premières pages du livre avec des éléments floutés tels que les images et certaines descriptions afin de donner de la curiosité et du mystère.
5. Le premier décembre tombe un **jeudi**, toujours un jour de forte affluence qui servira à annoncer les **fêtes de Noël**.
6. Et enfin, le **dernier mercredi** sert à donner une dernière présence afin d'**attirer** et **susciter** la **curiosité**.
7. Les jours qui servent à illustrer sont tous les **mercredis** et les informatifs sont les **dimanches**.

Le mercredi est un jour favorable pour les plus jeunes, et l'intérieur du livre contient des images et des illustrations pour les divertir. Puis vient le dimanche, jour plus serein pour les parents qui prennent le temps de lire avec intérêt les informations dans leurs globalités.