

Marketing et publicité en ligne

Kevin Mellet
2017 / 2018

À VOUS DE JOUER !

Objectif

A partir d'un brief annonceur succinct, proposer une recommandation stratégique mettant l'accent sur la stratégie des moyens

Vous avez la position de l'agence média

Un exercice collectif

Groupes de 3

Deux rendus

- Un exposé, pour convaincre l'annonceur :
 - présentation orale + slides
 - 10 minutes (+ 10 minutes de questions/réponses)
 - Exposés répartis sur les séances 3-4-5
 - poids dans la note finale : 1/3
- Un rapport écrit :
 - taille = 10 pages d'analyse
 - Reprenant les principaux éléments de l'exposé en mettant l'accent sur la justification des choix opérés et rentrant davantage dans le détail
 - date limite de remise (par mail @KM, pdf) : 20 décembre
 - Poids dans la note finale : 2/3

La trame générale

1. Le contexte (reprise et interprétation du brief):
 1. L'environnement :
 - sectoriel: déterminants et évolution de la demande
 - concurrentiel : l'entreprise, son activité, son positionnement concurrentiel
 2. Objectif(s) et contrainte(s)
 3. L'identification des cibles (principale / secondaire)
2. La stratégie des moyens : média + hors-média
3. Le choix des supports et la mise en œuvre
4. Évaluation et mesure de l'efficacité

enjeux

- Être cohérent
- Être réaliste
- Documenter ses choix
- Être précis, argumenter

enjeux

- Une campagne ayant une composante online importante (mais pas exclusivement) – éventuellement nécessité d'argumenter en faveur du online face à un annonceur qui a une inclination vers des supports « traditionnels »
- Les enjeux de stratégie globale de com et en particulier les aspects créa (message, visuels, etc) seront mis au second plan

enjeux

- Les briefs sont succincts et incomplets
=> Exemple : les cibles ne sont pas définies, c'est à vous de le faire
- Parfois, les annonceurs sont naïfs (objectifs irréalistes, budget inadaptés aux objectifs) : il faut savoir les conseiller et les recadrer

Méthodologie

Prévoir un aller-retour sur les références et sources d'information dans la semaine du 6 novembre (par e-mail).

- Recherche documentaire :
 - spécificités économiques du secteur
 - pratiques publicitaires traditionnelles et digitales dans le secteur
 - recherche approfondie sur le canal on line que vous décrierez en détail
 - sources : presse professionnelle (imprimé et on line), blogs spécialisés, références académiques
- Entretien avec un professionnel :
 - Entretien avec 1 professionnel (format : 30 à 60 minutes, enregistré et retranscrit, mis en annexe du rapport)
 - Profils recherchés : professionnels du secteur étudié ou experts du marketing et de la publicité en ligne
 - Si prise de contact difficile (par ex : via LinkedIn ou mail), appuyez vous sur votre entreprise

LES BRIEFS

THÈME 2017-18 :



1/ Un album de rock

Produit = Un groupe mythique des 80s, reformé récemment pour une tournée, sort un nouvel album

Demandeur = une major (ex: Universal Music)

Objectif = Communiquer autour de la sortie, maximiser les ventes d'albums, créer une attente autour de la prochaine tournée

Contexte = une sortie à fort enjeu dans un contexte de crise économique du secteur et de transformation des modes de consommation

Budget = environ 1 million d'euros

2/ Une console rétro en format mini

Produit = une version mini d'une console mythique des 90s, contenant plusieurs dizaines de jeux

Demandeur = la marque de la console

Objectif = 300.000 ventes pendant la période des fêtes

Contexte = sortie internationale, avant les fêtes

Budget = environ 3 millions d'euros

3/ Une association de solidarité

Demande = une ensemble d'événements de vente d'objets et habits rétro ou vintage

Demandeur = une association de solidarité, type Emmaüs

Objectifs = faire connaître l'association auprès d'un nouveau public, attirer des gens dans les boutiques

Budget = environ 50.000 euros

4/ Un hôtel-restaurant branché

Produit = Un hôtel-restaurant au design rétro-cool pour clientèle aisée est inauguré dans un quartier dépourvu d'hôtels de luxe (ex : Le Mama Shelter à Paris 20^e)

Demandeur : direction de l'hôtel avec le soutien de la maison mère (un grand groupe hôtelier)

Objectif = faire connaître l'hôtel et le restaurant, attirer des clients

Budget = Fixe (50.000€) et variable (fonction du nombre de clients attirés)

5/ un musée

Demande = Un musée vieillot sur une thématique vieillote (ex : musée de la chasse et de la nature) est restauré et crée des expositions temporaires ouvertes à l'art contemporain

Demandeur = la direction de la com du musée, avec le soutien de la RMN (réunion des musées nationaux)

Objectif = étendre et rajeunir son public, modifier l'image, de vieillot à rétro

Budget = 60.000 euros (+ possibilité de demander une subvention à la RMN pour abonder)

6/ Un grand magasin

Demandeur = un grand magasin parisien

Objectif : communiquer autour d'un rebranding positionnant l'enseigne comme navire amiral de la tendance « rétro années folles »

contexte : faire connaître le nouveau positionnement de l'enseigne, mobiliser les marques partenaires sur l'événement

Budget : 800.000€ (+moyens mis par marques présente en magasins si associées à l'événement et intéressées de participer)

7/ Un site de e-commerce mode

Demandeur : une site de e-commerce dédié à la mode féminine rétro (rockabilly, victorien, etc)

Objectif : site lancé récemment, objectif de notoriété et de ventes

Contexte : site récent, mode rétro (enjeu : surfer sur la vague sans perdre son identité)

Budget (France) : 60,000€

8/ Une marque de conserves de produits de la mer

Demandeur = une coopérative qui produit des conserve de produit de la mer avec une esthétique et des recettes « à l'ancienne »

Objectif = notoriété et ventes

Contexte : repositionnement stratégique de la marque qui se retire de la grande distribution pour se consacrer à la vente directe dans son réseau de boutiques en région et via son site internet

Budget (France) = 1 million d'€

9/ Un vendeur de cycles vintage /rétro

Demandeur : une boutique parisienne spécialisée dans la vente et la réparation de vélos vintage d'occasion

Objectif : créer une boutique miroir pour commercialiser des vélos et accessoires cycle neufs dans le style rétro

Contexte : développement important des usages et événements autour du vélo en ville, mode rétro, etc

Budget : 50.000€

Bon courage !