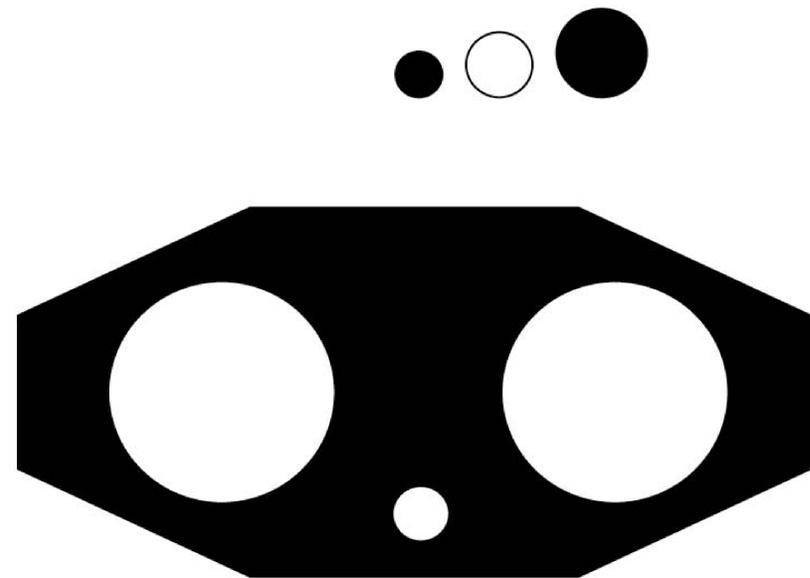


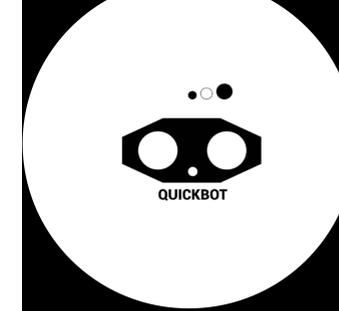
QUICKBOT

CAMPAGNE DE CROWDFUNDING



QUICKBOT

PRÉ CAMPAGNE	09/03/2020 au 30/04/2020	MÉDIA	MARS				AVRIL				MAI (la campagne)						
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
REF	TITRE DE LA TÂCHE	MÉDIA															
Site	Site internet	Wix															
	Landing page	Wix															
RS/Mail	Mise en ligne des réseaux sociaux	Réseaux sociaux															
	Facebook																
	Présentation du projet	Actualité		1x					1x								
	Création de la communauté																
	Annnonce de la création du site internet	Actualité		1x		1x		1x									
	Annnonce de l'arrivée de la campagne de crowdfunding	Actualité			1x	1x	1x										
	Annnonce du lancement de la campagne sur KissKissBankBank	Actualité							2x	2x							
	Twitter																
	Présentation du projet	Actualité	1x				1x										
	Création de la communauté																
	Annnonce de la création du site internet	Actualité	1x		1x			1x									
	Annnonce de l'arrivée de la campagne de crowdfunding	Actualité				1x	2x										
	Annnonce du lancement de la campagne sur KissKissBankBank	Actualité							2x	2x							
	LinkedIn																
	Présentation du projet	Actualité			1x	1x		1x	1x								
	Création de la communauté																
	Annnonce de la création du site internet	Actualité	1x			1x		1x									
	Annnonce de l'arrivée de la campagne de crowdfunding	Actualité			1x	2x	2x										
	Annnonce du lancement de la campagne sur KissKissBankBank	Actualité							2x	2x							
MAIL	Newsletter	Gmail															
	Préparation des textes mail																
	Annnonce de l'arrivée de la campagne de crowdfunding				1x	1x											
	Annnonce du lancement de la campagne crowdfunding sur KissKissBankBank							1x	1x	2x							
	Mail à J-5 du lancement									1x							
ADS	Facebook ads	Facebook															
ADS	Twitter ads	Twitter															
ADS	LinkedIn ads	LinkedIn															
	Crowdfunding	KissKissBankBank															
	Création de la page projet																
RP	Évènement presse	Presse															
	Envoi du communiqué de presse																
	Envoi du dossier de presse																
UPDATE	Médias																
	Spot pub radio (20s)	Radio France															
	Spot TV								10j								
CAMPAGNE	01/05/2020 au 31/05/2020																
	Site internet	Wix															
	Landing page	Wix															
	Newsletter	Gmail															
	Mail de lancement																
	Envoi de mail à 1 semaine de fin de campagne													1x			
	Médias																
	Spot Radio (20s)										1x	1x	1x	1x			
	Spot TV													10j			
RS/Mail	Mise en ligne des réseaux sociaux	Réseaux sociaux															
	Facebook																
	Relance pour la campagne de financement	Actualité									1x	1x	1x				
	Relance vers KissKissBankBank	Actualité									1x	1x	1x				
	Relance vers site internet	Actualité									1x	1x	1x				
	Informations sur l'évolution de la campagne	Actualité									1x	1x	1x				
	Twitter																
	Relance pour la campagne de financement	Actualité									1x	1x	1x				
	Relance vers KissKissBankBank	Actualité									1x	1x	1x				
	Relance vers site internet	Actualité									1x	1x	1x				
	Informations sur l'évolution de la campagne	Actualité									1x	1x	1x				
	LinkedIn																
	Relance pour la campagne de financement	Actualité									1x	2x	1x				
	Relance vers KissKissBankBank	Actualité									1x	2x	1x				
	Relance vers site internet	Actualité									1x	2x	1x				
	Informations sur l'évolution de la campagne	Actualité									1x	1x	1x				
	Crowdfunding																
	Veille sur KissKissBankBank																



SUPPORTS DE COMMUNICATION

Personnas



Stéphanie Dupont
30 ans
Seine et Marne
Community Manager

Contraintes

- Difficultés à gérer les outils numériques
- Manque de temps dans la gestion de ses mails
- Mauvaise gestion de l'actualité
- Se perd dans ses tâches quotidiennes
- Difficultés dans la gestion de la surabondance des informations liées à son domaine

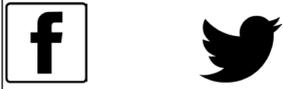
Attentes

- Meilleure gestion dans son emploi du temps
- Consacrer plus de temps à des contenus pour augmenter la valeur ajoutée comme des storytelling
- Gain de temps

Loisirs

- Natation
- Futsal

Réseaux sociaux utilisés



Patrick
27 ans
Nouméa
Abonné à NClà1ère

Contraintes

- Pas le temps de regarder ces émissions et programmes favoris
- Des réponses peu précises et trop lentes de la part des chaînes télévisées

Attentes

- Souhaite avoir l'information à n'importe quel moment de la journée
- Des réponses rapides et claires
- Pouvoir regarder ces émissions favoris
- Communiquer avec la chaîne télévisée à n'importe quel moment

Réseaux sociaux utilisés



ELEVATOR PITCH

À quelle heure passe l'émission ? Oh non, je ne pourrai pas suivre «Échappées Belles» . Sur quelle chaîne je peux suivre le match de ce soir ?

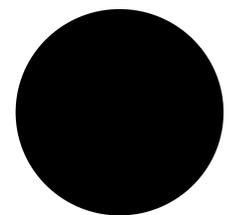
Voici toutes les questions que se posent un téléspectateur sur deux. De plus, en général, lorsqu'ils posent leur question à la chaîne télévisée, ils obtiennent une réponse des heures plus tard ou le lendemain ou voir même jamais. C'est pourquoi, nous, l'Agence Avenir, avons développé, un chatbot capable de répondre à tous ces besoins. Je vous explique : le chatbot répondant au nom de QuickBot est directement intégré à la plateforme Messenger de la chaîne télévisée donc facile d'utilisation.

Il répond aux questions des téléspectateurs et auditeurs concernant principalement les horaires et les programmes TV. Ils ne rateront plus leurs émissions favorites car QuickBot les enregistrent pour eux. Et, les internautes pourront recevoir de manière automatique des informations liées à leur zone géographique, à condition qu'ils activent leur géolocalisation, bien évidemment. C'est pratique, simple et pas méchant.

QuickBot, l'information en tout temps et en tous lieux

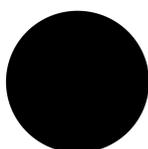


Message marketing



QuickBot vous informe en tout temps et en tous lieux

QuickBot détient deux cibles principales. D'un côté, il y a les professionnels de la communication et particulièrement les community manager et de l'autre, nous avons les téléspectateurs et auditeurs. Afin de communiquer à un plus grand nombre de personne j'ai ciblé le grand public, les téléspectateurs et les auditeurs. De cette manière mes réseaux sociaux ainsi que mon site internet pourront rassembler de nombreuses personnes pour la campagne de crowdfunding. De plus, ce message est révélateur de mon projet car il informe à n'importe quel moment et n'importe où.



FACEBOOK

OBJECTIFS DE LA FACEBOOK Ads

Retards à prévoir en raison du coronavirus
En raison du coronavirus (COVID-19), l'examen des publicités pourrait nous prendre plus de temps. La diffusion des publicités est également susceptible d'être retardée.
[En savoir plus](#)

Nous avons lancé aujourd'hui notre campagne de financement sur Kisskissbankbank & Co
Venez le découvrir si vous ne l'avez pas encore fait ! Nous comptons beaucoup sur votre aide pour une petite contribution... [Afficher la suite](#)

OBJECTIF

Quels résultats attendez-vous de cette publication ?

- Générez plus de réactions, de commentaires et de partages**
Interactions avec les publications · À partir de 1 € par jour
- Toucher des clients potentiels et discuter avec eux**
Messages · À partir de 1 € par jour

BOUTON PUBLIER (Facultatif)

Ajoutez un bouton à votre publication

[En savoir plus](#)

Choisissez un lien pour ce bouton

<https://wahnyamallamerylin.wixsite.com/quickbot>

Captures d'écran de Facebook Ads

Quels résultats attendez-vous de cette publication ?

- Générez plus de réactions, de commentaires et de partages**
Interactions avec les publications · À partir de 1 € par jour
- Toucher des clients potentiels et discuter avec eux**
Messages · À partir de 1 € par jour

BOUTON PUBLIER (Facultatif)

Cliquez [ici](#) pour voir la page Facebook

CIBLAGE - AUDIENCE

Assurez-vous d'enregistrer vos modifications une fois que vous avez terminé.

Genre

Tous Hommes Femmes

Âge

15 - 65+

Lieux

France
Rhône-Alpes
Ajoutez des lieux

Ciblage avancé

Inclure les personnes qui correspondent à

Intérêts > Centres d'intérêt supplémentaires
Nouvelle-Calédonie

Ajoutez des données démographiques, centres d'intérêt ou comport | Suggestions | Parcourir

La taille de votre audience est **définie**. Beau travail !
Taille d'audience potentielle: 41 000 personnes

Restreindre... Trop large...

Annuler Enregistrer

CIBLAGE - AUDIENCE (suite)

Personnes choisies par l'intermédiaire du ciblage [Modifier](#)

Lieu - Résidence France : Rhône-Alpes
Âge 15 - 65+

[Créer une audience](#)

Placements automatiques (Recommandé) ACTIVÉ
Utilisez le placement automatique pour optimiser votre budget et montrer vos publicités à plus de personnes. Le système de diffusion de Facebook répartira le budget de vos ensembles de publicités sur différents placements, là où ils sont susceptibles d'obtenir les meilleures performances. [En savoir plus.](#)

DURÉE ET BUDGET

Durée ⓘ

Jours Date de fin

BUDGET

Personnes touchées estimées ⓘ
1 700 - 4 800 personnes par jour sur 2 400 0

Affinez votre audience ou augmentez votre budget pour atteindre les bonnes personnes.

Vous dépenserez 3,33 € par jour. Cette pub sera diffusée pendant 30 jours et se terminera le 6 mai 2020.

PAIEMENT

Devise

Configuration de la campagne

Configuration de la campagne

Nom de la campagne

Source de financement

Budget restant : Non disponible | Période de diffusion : 6 avr. 2020 - Aujourd'hui

Budget quotidien ⓘ **Budget total (facultatif)** ⓘ

Début 9:00am CEST **Fin (facultatif)** 11:59pm CEST

[▶ Avancé](#)

Configuration du groupe de publicités

Configuration du groupe de publicités

Nom du groupe de publicités

Début (facultatif) ⓘ

2020-05-01

12:00am

CEST

🗑️

Fin (facultatif) ⓘ

2020-05-08

11:59pm

CEST

🗑️

Budget total du groupe de publicités (facultatif) ⓘ

EUR

Type d'enchère

Enchère automatique (recommandée)
▼

Votre enchère sera optimisée pour maximiser les résultats au prix le plus bas dans la limite de votre budget.

[▶ Options de mesure](#)

Type d'enchère

Dynamiqu

AUTOMATIQUE

Copier le groupe de publicités

Ciblage par des données démographiques

Données démographiques

Sexe

Tout sexe
Hommes
Femmes

Âge

Tous les âges

Tranche d'âge

13 ans et plus
▼

Lieux, langues et technologie ⓘ

Tous > Lieux

🔍

Chargement groupé

Lieux ⓘ ✕

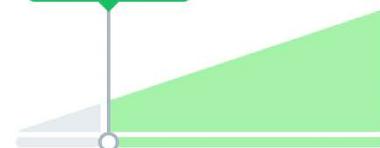
France ✕

Nouvelle-Calédonie ✕

Cibler les personnes qui ont utilisé Twitter pour la première fois sur un nouvel appareil ou avec un nouvel opérateur

au cours du dernier
▼

1 mois
▼

1,8 M-2,2 M


RECOMMANDÉ

La définition de votre propre audience est optionnelle. Twitter optimise votre campagne en continu pour que ses performances soient élevées. La réduction du nombre de paramètres de ciblage peut donc améliorer vos résultats.

Copier le groupe de publicités

Pas de visuels pour LinkedIn Ads

Cliquez [ici](#) pour voir la page LinkedIn

Reciblez les personnes qui ont vu vos Tweets passés ou ont interagi avec ceux-ci



Type de reciblage

Personnes qui ont vu vos Tweets



Type de Tweet

Tweets organiques



Élargissez votre audience **NOUVEAU** ⓘ



▼ **Options supplémentaires**

Cibler aussi les abonnés de @merylinewhml

☰ **QuickBot lance sa campagne de crowdfunding**

Objectif Clics ou conversions sur le site Web

Début 01 mai 2020 à 9:00 AM CEST

Fin 31 mai 2020 à 11:59 PM CEST

Budget quotidien 66,00 €

Budget total 2 000,00 €

Source de financement Carte de crédit/paiement

Utilisation du budget Standard

☰ **Groupe de pub 1**

Détails

Début 01 mai 2020 à 12:00 AM CEST

ⓘ Un groupe de publicités doit commencer et se terminer pendant la durée de sa campagne.

Fin 08 mai 2020 à 11:59 PM CEST

Budget total du groupe de publicités 462,00 €

Montant de l'enchère 2,08 €

Type d'enchère Enchère automatique (recommandée)

Préférence en matière d'optimisation Clics sur le lien

Taille de l'audience 1,8 M–2,2 M

Résumé Sexe (Tout sexe), Âge (13 ans et plus), Lieux (2), Mots-clés (5)

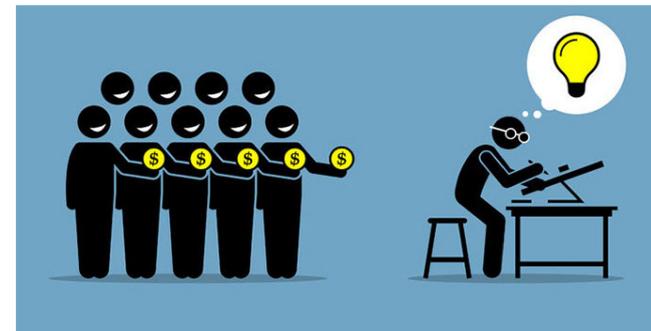
▶ [Détails de ciblage](#)



27 Avril 2020

QuickBot annonce le lancement de sa campagne de crowdfunding

QuickBot annonce le lancement de sa campagne de financement participatif sur la plateforme KissKissBankBank à partir du mois de mai et cherche à obtenir la somme de 20000€. Cette initiative a été prise dans le but de développer au mieux QuickBot.



La campagne se fera du 1^{er} au 31 mai sur la plateforme KissKissBankBank où nous y proposons de formidables contreparties. Elle va durer 1 mois et vise à atteindre la somme de 20000€. Cette initiative a été prise dans le but de développer le design du chatbot et les nombreuses options qu'il propose.

Voici le lien vers la campagne : kisskissbankbank.com.

QuickBot répond aux questions des téléspectateurs et auditeurs liées aux horaires et programmes TV de la chaîne télévisée via la plateforme Messenger. Le chatbot permet également l'enregistrement d'émissions et fournit des informations en fonction de la zone géographique de l'utilisateur. Ce sont ces éléments que nous souhaitons développer et cela grâce à la campagne.

Contacts Presse

Mail : agence.avenir@gmail.com

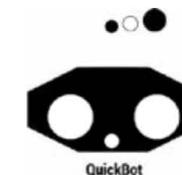
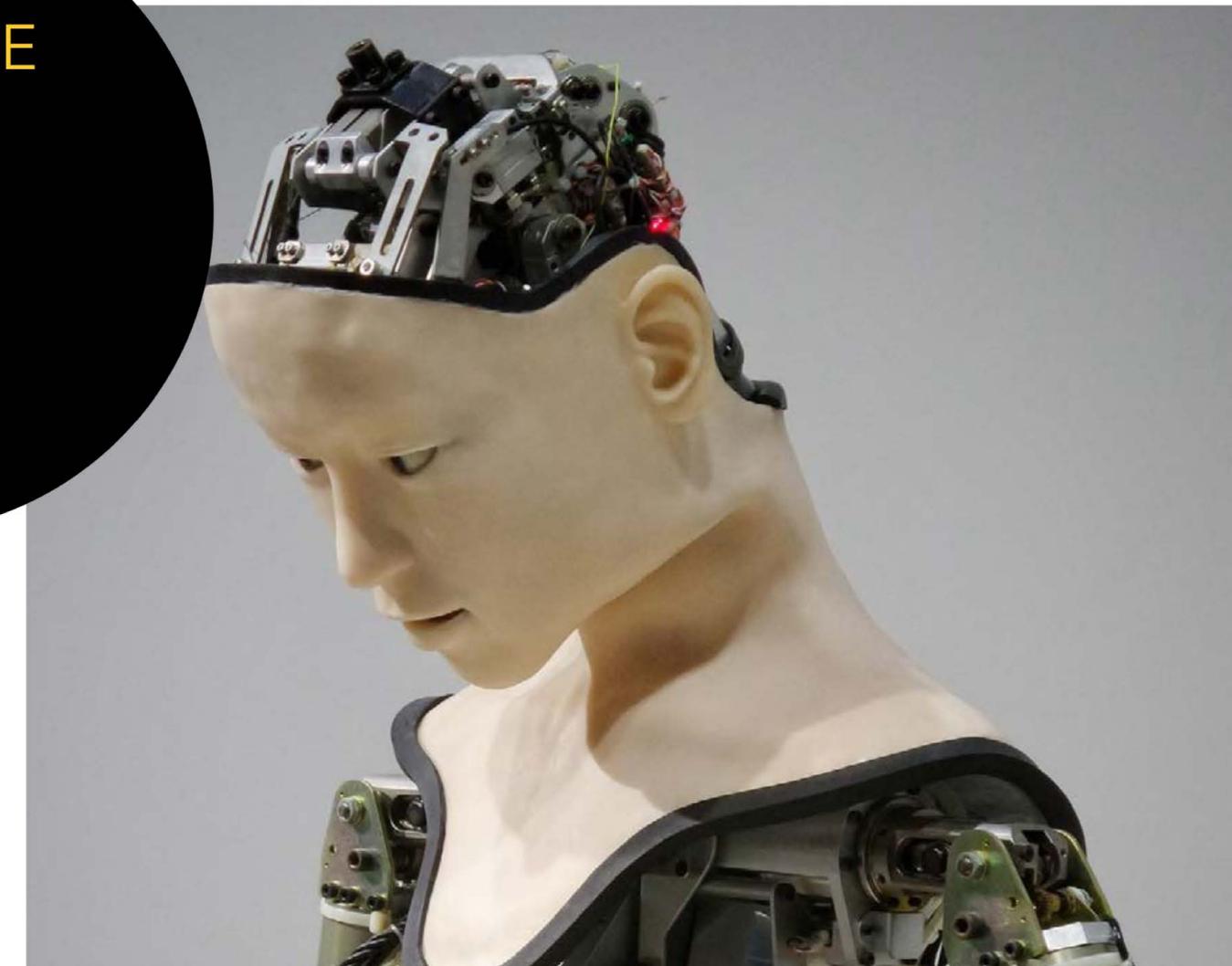
Tel : 06.87.98.76.54

Site : quickbot-com.webnode.fr



DOSSIER DE PRESSE

Avril 2020

Rédigé par l'agence *Avenir*

« L'art de la conversation : même pour un bot, ça s'apprend ! »

LE MOT DE LA DIRECTICE

Après une étude approfondie du numérique au sein du secteur de l'audiovisuel, nous nous sommes rendus compte du réel besoin des community managers. Il s'agit d'un métier extrêmement lié au numérique et notre agence est là pour pousser plus loin les limites de l'innovation.

Les community managers d'une chaîne télévisée sont submergés par leur travail de veille continue sur les réseaux sociaux, de publication permanente et de gérer l'image de l'entreprise et en plus de cela, ils doivent répondre aux questions des téléspectateurs.

C'est pourquoi nous avons repensé les moyens de communication et leurs méthodes de travail, ce qui nous a amené à développer un chatbot capable de répondre aux questions des téléspectateurs et des auditeurs sur des questions concernant les programmes télévisés et autres options comme l'enregistrement d'émission et la mise en place d'alertes.

Méryline Wahnyamalla - Directrice

SOMMAIRE

I - PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

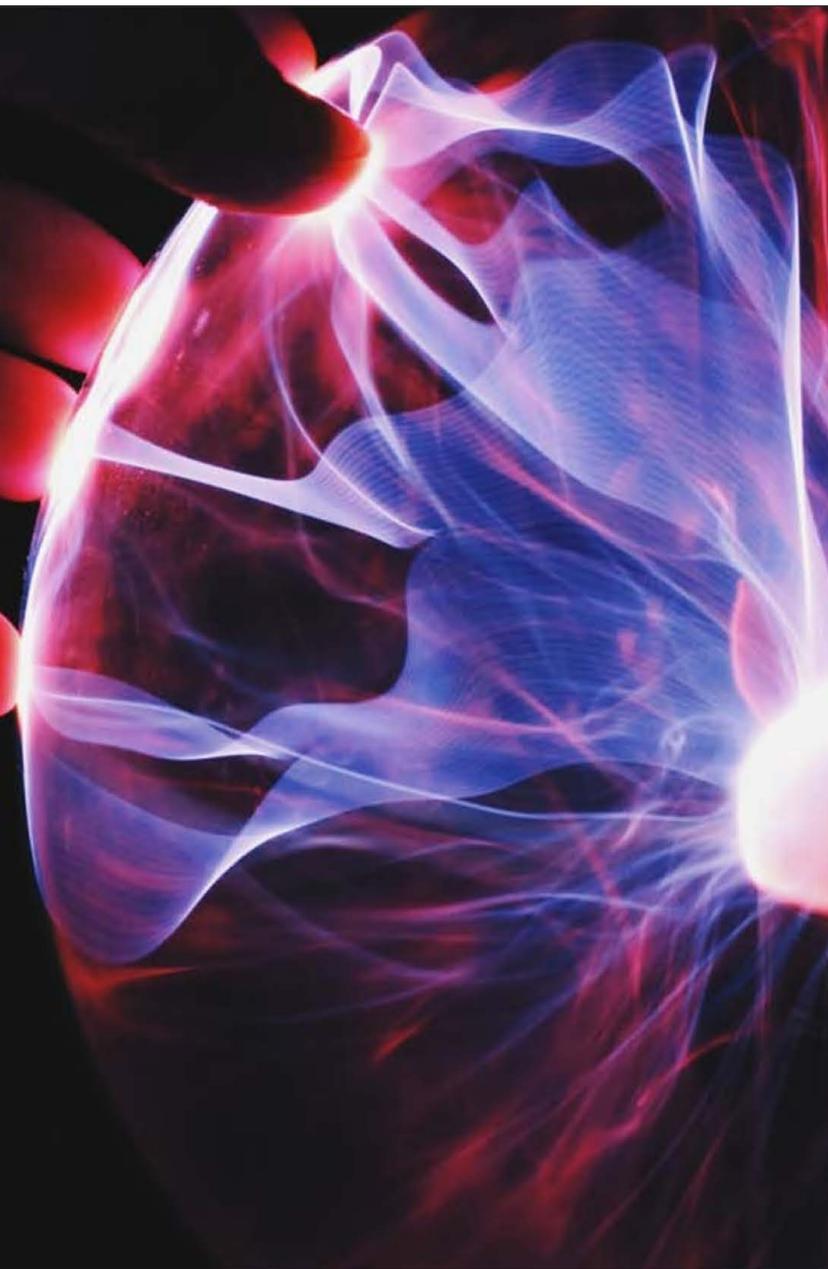
Activités
Valeurs

II - PROJET

Produit
Les services

III - REVUE DE PRESSE

I - PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE



QUI SOMMES-NOUS ?

Crée en 2015, Avenir est une agence de communication devenue en un très peu de temps, une référence en matière d'innovation numérique et de service. Vue sa récente création, notre agence répond parfaitement aux exigences des clients et aux lois du marché.

Spécialisée dans l'innovation numérique et des services, Avenir repousse sans cesse ses limites et développe continuellement ses processus d'élaboration afin de répondre aux mieux aux exigences de la clientèle garantissant ainsi la satisfaction de ses clients et une excellente qualité de ses services, ce qui permet de maintenir et alimenter une réputation fiable auprès des différents marchés conquis. Nous comptons aujourd'hui 4 salariés. Nous avons 1 designer de service, 1 spécialiste marketing mobile et 1 développeur web.



Stéphanie
*spécialiste marketing
mobile*



Patrick et Alain
Développeur web



Enorah
Designer de service

NOTRE
VISION

QUI SOMMES-NOUS ?

AVENIR se positionne comme une agence qui apporte conseils et accompagne les entreprises dans leur transition numérique. L'ensemble de nos collaborateurs, quelles que soient leurs compétences, partage une réelle culture de l'innovation et prône le changement.

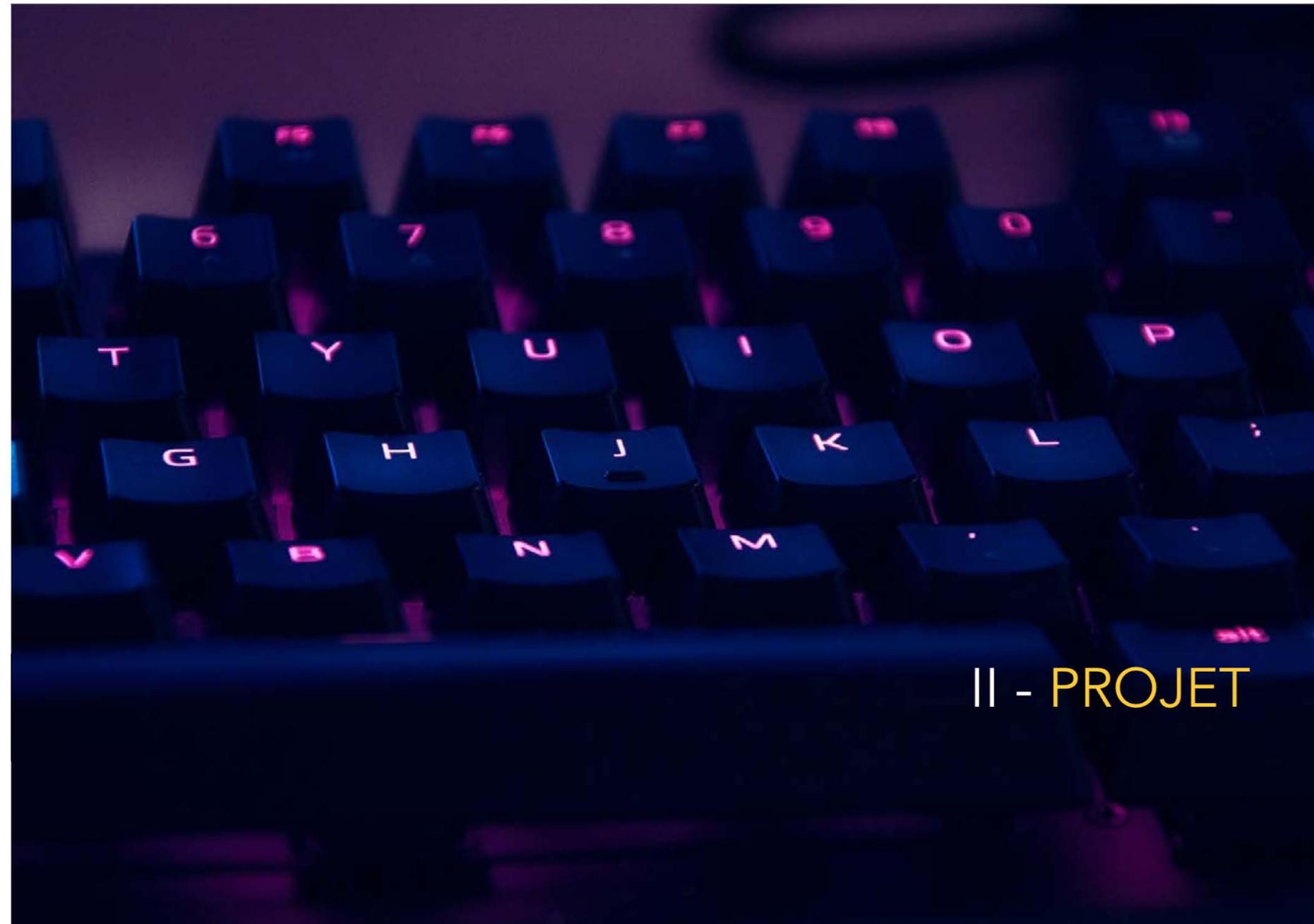
Nous adaptons nos produits, nos services en fonction des besoins et des attentes de nos clients, afin de les encourager et les pousser dans cette nouvelle ère qu'est le numérique. Tout au long, Avenir reste à l'écoute et est proche de ses clients par un service de qualité et de proximité par :

- => Notre engagement sans faille
- => La garantie des compétences
- => Notre esprit d'équipe

Nombre de clients en 2019 : 5 entreprises

5 personnes effectif moyen en 2019

10 000 euros de chiffres d'affaire prévisionnel en 2019



|| - PROJET

UN PRODUIT

DES SERVICES

UN PROJET

LOCALISATION

Où que l'on se trouve, QuickBot fournit l'information en fonction de votre zone géographique à condition d'action la géolocalisation. Ce serait dommage de pas le faire.

MÉSSAGERIE INSTANTANÉE

Discutez avec QuickBot via la plateforme Messenger. Vous pouvez même lui parler de votre journée.

ENREGISTRMENT

Il vous enregistre des émissions ou les JT du soir. Y'a juste à demander.

QUICKBOT => Chatbot

ACTIF H24 ET 7J/7

QuickBot vous répond à n'importe quel moment de la journée. N'ayez pas peur de le réveiller. Il est toujours debout.

ALERTE

Mise en place d'une alerte pour vous informer de chaque émission télé et radio de votre choix. Plutôt pratique, n'est-ce pas ?



nouvelle calédonie



ILS NOUS FONT
CONFIANCE

iram



CONTACTEZ-NOUS

Bureau de l'Anse-Vata
15 rue Georges Kabar de la Guillotière
98800 NOUVELLE-CALÉDONIE

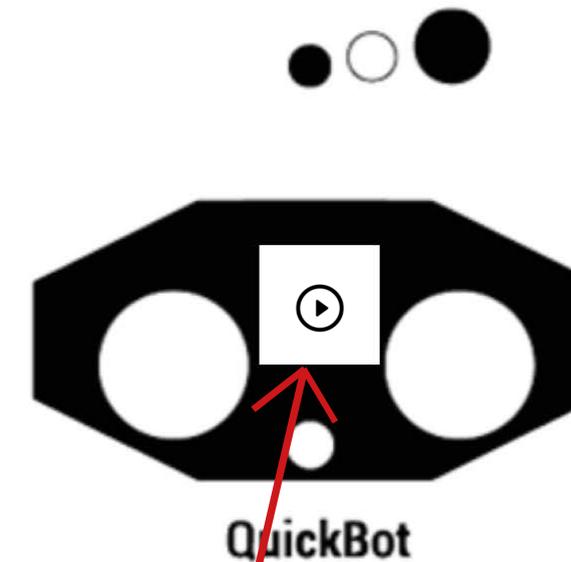
Tel : 01 23 45 67 89
Mail : agence.quickbot@gmail.com
Site : <https://wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot>



Cliquez pour voir le site

QuickBot, le chatbot pour téléspectateurs et auditeurs !

Soutenez le projet sur KissKissBankBank !



Méryline-WAHNYAMALLA
Saint-Étienne

0

Contributeur

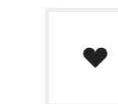
30 jours

Restants

0€

Sur 20 000 €

0 %



Cliquez sur le bouton play pour voir la vidéo

QuickBot, le chatbot pour téléspectateurs et auditeurs !

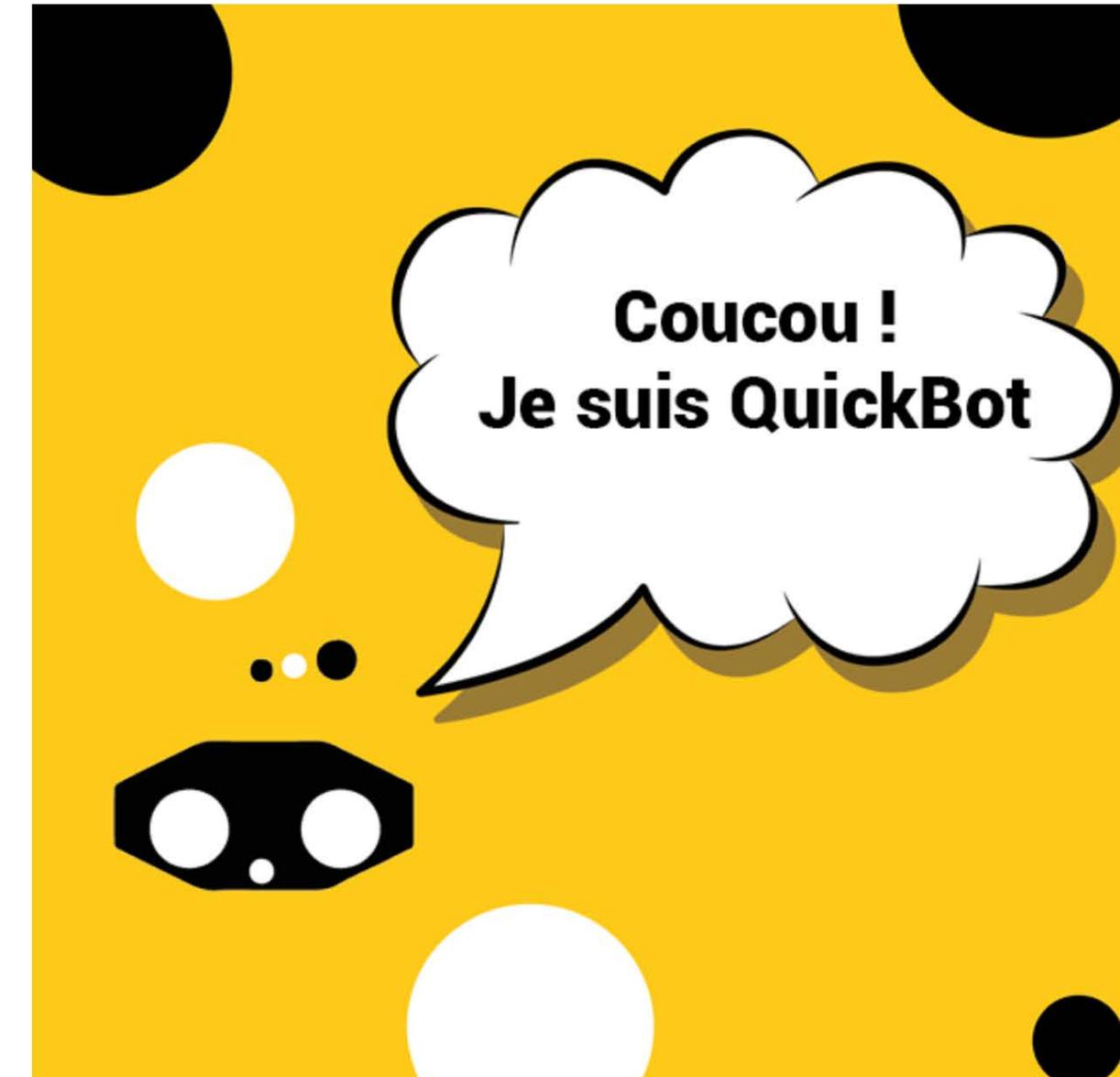
QuickBot - L'information en tout temps et en tous lieux

Après un examen méticuleux du secteur de l'audiovisuel, nous, l'Agence Avenir avons développé un chatbot nommé QuickBot. Nous sommes avant tout une équipe qui oeuvrons pour votre bien-être quotidien et qui cherchons des solutions pour le faciliter c'est pourquoi nous avons pensé et conçu ce chatbot pour vous chers téléspectateurs et auditeurs.

Nous nous sommes rendu compte après une étude de 5 mois menée au sein des chaînes télévisées que les community managers étaient énormément submergés pas la tonne de tâches quotidiennes qu'ils effectuaient et en plus de cela ils doivent répondre à chaque téléspectateur et auditeur.

Et vous, de votre côté, vous attendiez 1h ou 2h ou voir même plus avant de recevoir l'information que vous souhaitiez. Nous nous sommes penchés sur cette problématique et avons imaginé plusieurs scénarios possibles et inimaginables pour vous satisfaire.

Puis, un beau jour d'hiver, nous avons eu l'idée de concevoir un chatbot. Un chatbot répondant au nom de QuickBot.



Mais encore ... Comment est née cette idée ?

Après des entretiens avec des professionnels de la communication, nous avons constaté que les community manager des chaînes télévisées sont submergés par les questions des téléspectateurs et auditeurs concernant principalement les programmes télévisés et leurs horaires. De plus, ayant moi-même effectué un stage de 2 mois au sein d'une chaîne télévisée en tant que community manager, j'ai constaté que les téléspectateurs se rendaient régulièrement sur Facebook pour demander des renseignements sur des émissions, des documentaires et leurs horaires alors que ces informations se trouvent sur le site internet de la chaîne. À la longue c'est assez agaçant car à côté de cela, je devais entretenir régulièrement une veille sur les réseaux, alimenter leurs contenus et assurer l'image de l'entreprise auprès du public.

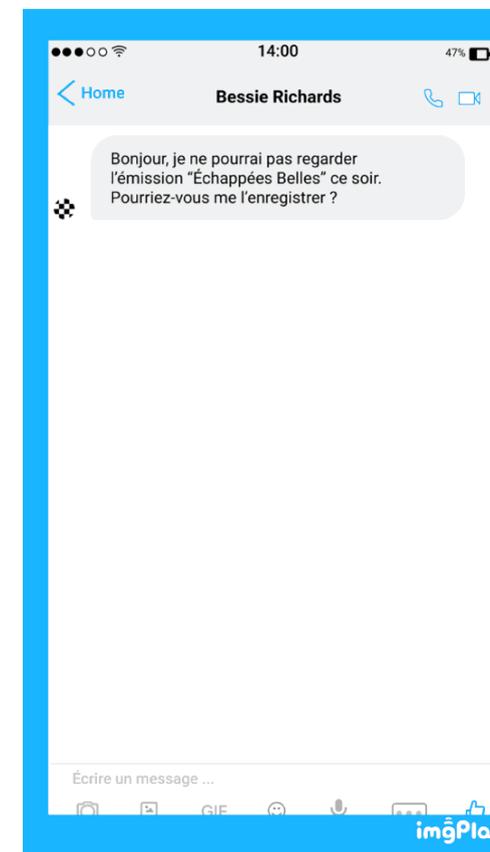
Parlons maintenant de l'application

Notre projet consiste à développer un chatbot qui sera un compagnon quotidien pour les téléspectateurs et auditeurs. QuickBot propose de nombreuses options qui vont certainement changer votre vision de la télévision ou plutôt l'embellir. Ce chatbot répond aux questions des internautes concernant principalement les programmes télévisés et leurs horaires. Il peut également enregistrer des émissions que les internautes auront choisi et il fournit des informations en fonction de la zone géographique où se situe l'utilisateur à condition qu'il ait activé sa géolocalisation.

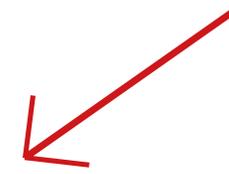
C'est très simple, pour bénéficier de QuickBot, il suffit juste d'avoir un compte Facebook et vous pourrez dialoguer avec lui via la plateforme Messenger.

Un chatbot est par essence doté d'une intelligence artificielle et nous y avons intégré tous ces éléments qui pourront vous satisfaire à savoir l'enregistrement de programme. Il vous suffit juste de poser la question et il y répond dans la seconde même. Même scénario pour les questions liées aux horaires et aux programmes TV. Nous l'avons conçu en fonction de vos attentes et vos besoins.

Rien de mieux qu'un bon GIF, pour visualiser tout ça !



Cliquez pour voir le prototype



Et si vous voulez, voici le lien vers le prototype :

<https://www.figma.com/file/vE9rUkp1QRAq7nvTN3vMjf/Untitled?node-id=0%3A1>

Les contreparties et le rôle des contributeurs

Nous avons réfléchi à des contreparties qui, nous pensons, vous raviront.

Prenez le temps de lire chaque contrepartie pour chaque don. Nous avons fait en sorte que vos dons soient à la hauteur de chacune des contreparties. Nous souhaitons que vous nous accompagniez dans ce projet sur tous les fronts. Que ce soit sur le plan financiers, que vous nous donniez des idées, que vous testiez le prototype, nous prenons tout ce qui peut enrichir ce projet.

Nous ne le créons pas seulement pour vous mais avec vous !

À quoi servira la collecte

Quelques chiffres, mais pas trop...

Les fonds que nous réunissons sont exclusivement réservés au développement de la plateforme. Nous souhaitons développer le design de QuickBot ainsi que ses nombreuses options.

Nous sommes une équipe de 5 personnes toutes compétentes les unes que les autres mais nous manquons de matériels, de mains d'oeuvre, d'autre compétences notamment en matière informatique. C'est pour cela que nous aurons besoin de financer des designers mobile, webdesigners, des marketeurs afin de promouvoir au mieux notre service au grand public.

Suivez également le projet sur



Les contreparties



Contrepartie exclusive

Pour 5€

Remerciements

Merci énormément !

Nous citerons votre nom dans les remerciements à la soirée d'ouverture du chatbot si vous le souhaitez.

Livraison Mai 2020

Pour 10€

Un grand MERCI !

Vous êtes géniaux !

Merci pour votre soutien. Pour cela vous aurez :

- Un grand merci sur notre page Facebook
- Votre nom apparaîtra dans la liste de nos soutiens sur notre site internet

Livraison Mai 2020



Contrepartie exclusive

Pour 25€

Visite guidée

- Lots précédents
- Accès à notre groupe privé pour développer vos idées
- Visite de nos locaux

Livraison Mai 2020

La contrepartie star



Contrepartie star

Pour 50€

Un grand MERCI

C'est génial merci beaucoup !

Et pour ce don généreux que vous venez de nous faire nous offrons l'exclusivité :

- lots précédents
- vous êtes prévenus avant tout le monde de nos actus et de l'avancée du projet
- Intégrez notre équipe de bêta testeurs et faites vos retours directement à l'équipe
- vous aurez votre nom qui apparaîtra sur le logo animé pendant une durée de 24h

Livraison Mai 2020





Contrepartie exclusive

Pour 150€

Go pour une soirée

Pour vous remercier de ce don très très généreux, vous aurez droit aux :

- lots précédents
- mises à jours exclusives de QuickBot avant tous les autres utilisateurs
- une invitation à la soirée d'ouverture du chatbot organisée par toute l'équipe de l'Agence Avenir.



Contrepartie exclusive

Pour 250€

Tote bag + mug

C'est vraiment super ce qui se passe ! MERCI
Nous faisons aussi des tote bag et des mugs rien que pour vous :

- lots précédents
- tote bag et mug personnalisés

Nous vous les enverrons bien emballés, ne vous inquiétez pas !

Livraison Juin 2020



Contrepartie exclusive

Pour 500€

C'EST SUPER SUPER SUPER GÉNIAL

Nous sommes tellement honorés d'un tel soutien dans notre équipe et ça c'est grâce à vous. Pour vous remercier :

- Lots précédents
- offre de deux publicités gratuites sur nos réseaux sociaux pour votre entreprise (si vous êtes professionnels)

Livraison Mai 2020



Contrepartie exclusive

Pour 1 000€

Nous n'avons plus les mots !

Au point d'en arriver là, c'est que vous croyez en nous. Nous ne vous remercierons jamais assez ! Pour votre don généreux nous vous offrons :

- lots précédents
- publicité gratuite illimitée de votre entreprise sur nos réseaux sociaux et notre site internet pendant 6 mois

Livraison : Mai 2020

Les newsletters



LANCE SA CAMPAGNE DE CROWDFUNDING

Objet : On y est presque !

Avril 2020

Salut Suzanne,

Ça fait plusieurs semaines que je te parle de mon projet de créer un chatbot pour les téléspectateurs et auditeurs et le lancement est prévu pour mi-juin et ça commence sérieusement à prendre forme.

Aujourd'hui on vient de lancer notre campagne de financement participatif sur la plateforme KissKissBankBank. Nous cherchons à obtenir des fonds pour développer davantage le design du chatbot et ses nombreuses options. On cherche à obtenir un 8000€ en 45 jours donc nous avons besoin d'un maximum de soutiens et de partages pour atteindre cet objectif. Si nous n'arrivons pas à cette somme nous ne gagnerons rien.

Pour avoir plus d'informations, je t'invite à te rendre sur la page de crowdfunding : kisskiss-bankbank.com

Serais-tu prête à contribuer à mon projet ? Nous développerions ce chatbot pour vous et grâce à vous et surtout, vous laisserez votre empreinte dans l'histoire de QuickBot.

N'hésite pas à soutenir notre initiative (on propose plein de chouettes contreparties en échange des contributions !) et à partager le lien de notre collecte autour de toi, par mail et/ou via les réseaux sociaux.

On s'est fixé d'atteindre les 30% de notre objectif d'ici 5 jours et on compte sur tous nos proches pour relever ce défi !

Mille mercis pour ton soutien. Je reviens vers toi sous peu pour te partager les avancées cette nouvelle aventure !

Bien à toi

Méryline

Mail : agence.avenir@gmail.com

Tel: 07.89.65.45.67

Site : <https://wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot>



ANNONCE L'ARRIVÉE DE SA CAMPAGNE

Objet : Petit à petit l'oiseau fait son nid

Mars 2020

Salut Patrick ,

Tu entends parler de mon projet de créer un chatbot pour téléspectateurs et auditeurs depuis deux semaines maintenant sur les réseaux sociaux.

J'ai besoin de soutiens, j'ai besoin d'être vu et d'être entendu et c'est pourquoi je sollicite ton soutien tant sur le plan moral que physique. Dans 2 semaines, je vais lancer ma campagne de financement participatif sur la plateforme KissKissBankBank mais avant ça, il faut que je réunisse assez de personnes et de contacts pour lancer les premiers jours de ma campagne. Si je n'atteins pas la somme 8000€, autant te dire que ce sera un échec.

Pourrais-tu parler de mon projet autour de toi ? Je fais appel à la solidarité, c'est un défi pour moi ce projet et j'ai absolument besoin de soutien.

Je te laisse le lien du site internet pour plus de détails et te conforter dans ton choix :

Je te tiens informé de l'évolution du projet.

Bien à toi.

Méryline.

Mail : agence.avenir@gmail.com

Tel: 07.89.65.45.67

Site : <https://wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot>



EST À J-5 DU LANCEMENT

Objet : C'est dans 5 jours

Avril 2020

Salut Jean,

On y est presque ! Tu entends énormément parlé de mon projet ces derniers jours, un peu plus que d'habitude. C'est normal car on est à 5 jours du lancement de la campagne de crowdfunding.

Je souhaite mener à terme QuickBot et pour cela j'ai plus que jamais besoin de votre soutien. À la fin de cette campagne, vous pourrez y gagner beaucoup car je propose de superbes contreparties. Je vise la somme de 8000€ et c'est grâce à vous, avant tout que je vais les obtenir. Le but de cette démarche est de financer le design du chatbot et développer les nombreuses options que proposent QuickBot.

Si tu n'a pas encore visité mon site, ce serait l'occasion idéale : <https://wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot>.

Ce projet est un aboutissement, une fierté pour une jeune entrepreneuse comme moi mais avant d'aller plus loin, je sollicite mes proches.

Je te remercie pour ton soutien et n'hésite à en parler autour de toi.

A' bientôt.

Méryline

Mail : agence.avenir@gmail.com

Tel: 07.89.65.45.67

Site : <https://wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot>



EST À 1 SEMAINE DE LA FIN DE SA CAMPAGNE

Objet : On a encore besoin de vous

Avril 2020

Bonjour Mr Dupont,

Nous touchons presque à la fin de notre campagne de crowdfunding mais nous n'avons pas encore atteint notre objectif. C'est pourquoi nous vous sollicitons pour concrétiser ce projet.

Il y a 3 semaines, nous avons lancé la campagne de financement participatif sur la plateforme KissKissBankBank où vous y trouverez de formidables contreparties. Nous sommes à deux doigts d'y arriver car nous nous trouvons à 80% de la somme finale. Cette campagne a pour but de réunir la somme de 8000€ afin de développer le design de QuickBot et les nombreuses options qu'il propose.

Nous pouvons le faire, nous y croyons fortement, nous voulons atteindre cet objectif et pour se faire nous avons besoin de vous.

Je vous laisse ici le lien vers notre campagne de crowdfunding : kisskissbankbank.com

Nous vous remercions et n'hésitez pas à en parler à votre entourage.

À bientôt.

Toute l'équipe de l'Agence Avenir.

Mail : agence.avenir@gmail.com

Tel: 07.89.65.45.67

Site : <https://wahnyamallameryline.wixsite.com/quickbot>



Les justifications

Afin de communiquer au mieux sur la campagne de crowdfunding, j'ai décidé de mener une campagne de communication sur plusieurs points, en plusieurs étapes et en visant différents objectifs et cibles

Landing Page

La landing page est la page sur laquelle les personnes intéressées par mon projet se rendront et susceptible de devenir des leads. C'est pourquoi je l'ai rendu le plus attractif possible en y mettant une couleur très «tape à l'oeil». L'ambre, la couleur dominante de mon site internet est l'une des couleurs qui constitue ma charte graphique ainsi que le noir et le blanc.

Lorsqu'on accède au site internet le gros titre est très révélateur, clair et précis, il va droit à l'essentiel et résume en quelques phrases mon projet. Puis, je présente mon projet à tous les utilisateurs en exposant les services de QuickBot, je poursuis avec la genèse afin de les imprégner de mon projet. Ensuite, je présente l'équipe. Puis, nous trouvons la page «contact». À la suite de cela, nous avons «l'appel à l'aide», la campagne de financement participatif. Je l'ai mis à la fin pour que les internautes puissent prendre connaissance de mon projet, des services du chatbot, de sa genèse, de l'équipe. S'ils sont séduits par la présentation, ils seront susceptibles de participer à la campagne de crowdfunding.

Page Facebook

Le public de Facebook est très vaste, il s'étend de 12 à 60 ans et + . C'est pour cette raison que j'insiste sur les objectifs principaux (photo de couverture) afin que le maximum d'internautes le voient. Sachant que QuickBot a deux cibles principales à savoir les community manager ainsi que les téléspectateurs et auditeurs, ce sera plus sur cette dernière cible que je vais insister car elle est plus conséquente. Il s'agit des téléspectateurs âgés de 13 ans et + (ciblage sur facebook) c'est pourquoi, j'estime que ce réseau social est adapté à ma campagne de crowdfunding.

En photo de profil j'ai mis le logo de mon projet afin de faire un rappel et pour que les visiteurs imprègnent le logo dans leur esprit. En photo de couverture, j'ai conçu une image en mettant en avant 3 points clés de mon projet afin que les internautes prennent connaissance de l'état d'esprit de cette page et de la visée de mon projet. J'ai choisi ces couleurs car ce sont les 3 couleurs de ma charte graphique et j'ai fait plusieurs cercles pour faire un rappel au bulles de discussion du chatbot.

Publications Facebook

La première publication est destinée à informer les internautes du lancement du chatbot. Dans la légende, je décris le projet de manière synthétique. J'y emploie un ton publicitaire et marketing afin de « vendre mon produit aux clients ». Évidemment, j'utilise des emojis pour illustrer la légende car nous utilisons les codes des réseaux sociaux. À la suite de la légende, je fais un appel à l'action en incluant le lien de mon site internet pour que les visiteurs s'y rendent.

J'ai créé l'image à partir d'Indesign. C'est une image très simple. J'ai simplement pris un ordinateur dans lequel j'y ai intégré la première page de mon site internet. La couleur claire que nous voyons est du « ambre ». J'ai mis en avant cette couleur car c'est l'une des couleurs dominantes de ma charte graphique. À la suite de cela, j'ai inscrit un petit texte incitant les internautes à aller sur le site internet du chatbot afin de mieux le découvrir. Tout cela sur un fond noir.

La seconde image est destinée au lancement de la campagne de financement sur KissKissBankBank. Sur cette image de dimension 564x564, il y a 3 couleurs dominantes, le blanc, le noir et l'ambre. L'affiche n'est pas chargée et j'insiste sur le message capital on y réservant une importance particulière à savoir le mot « OFFICIEL ». Je pars du même principe que l'image précédente c'est à dire que la légende présente des émoji. Dans cette publication, le texte est plutôt court car il n'y a qu'un message que je souhaite délivrer à savoir : le lancement de la campagne de financement. J'ai identifié la plateforme de financement « KissKissBankBank » afin de booster la visibilité de ma publication.

Facebook Ads

Pour l'image de cette publicité, j'ai repris une publication que j'avais faite et je l'ai boostée en cliquant sur le bouton « booster la publication ». Ensuite, j'ai sélectionné les différentes dates d'apparition de la publicité. J'ai établi le budget de cette publicité en fonction de mon budget que vous pourrez voir dans le plan de com.

Objectif Facebook Ads : Générer des leads

Page Twitter

Twitter est un réseau social du quotidien. On y trouve des publications aussi bien professionnelles que personnelles.

Twitter est comme Facebook, la cible y est large et c'est pour cette raison que je communique ma campagne sur ce réseau. Une cible large mène à de nombreux potentiels leads. Pour la campagne de financement, j'inclus beaucoup de #hashtag afin d'augmenter la visibilité de ma publication.

La photo de profil que j'ai utilisé pour Twitter est la même que pour Facebook. C'est une manière de mémorisation pour les internautes afin qu'ils se rappellent de mon logo. La photo de couverture est une image que j'ai conçue sur InDesign. Elles présentent 3 couleurs dominantes, l'ambre, le noir et le blanc. J'y ai mis deux bandes sur chaque côté de l'affiche en guise de « décoration », puis j'y ai inclus le logo encore une fois sur la gauche, j'ai inscrit le slogan de mon projet à droite et intégré les 3 plateformes sur lesquelles le chatbot peut être utilisé.

Twitter Ads

Concernant les publicités sur Twitter Ads, j'ai choisi un ciblage démographique. J'ai sélectionné la France et la Nouvelle-Calédonie. La Nouvelle-Calédonie, car c'est dans ce pays que je souhaite développer mon projet et parce que mes principaux partenaires se trouvent dans cette zone.

Pour ma campagne, j'ai sélectionné des mots clés connus sur Twitter (ils apparaîtront sous forme de hashtag) : télévision, radio, chaîne d'information et audiovisuel (cf.annexe)

Objectif Twitter Ads : Les campagnes de clics sur le site Web ou de conversions

Page LinkedIn

LinkedIn est un réseau social professionnel. La page LinkedIn est l'endroit où se trouve l'une de mes cibles principales à savoir les community managers. C'est sur cette page que ma communication est la plus forte. Je souhaite attirer le plus de professionnels possibles afin d'obtenir des fonds pour ma campagne mais également pour en quelque sorte légitimer mon projet et la campagne. La fréquence de publication est plus forte car je veux toucher un maximum de professionnels, générer et convertir des leads.

J'ai conçu la photo de couverture sur Indesign en reprenant la même trame que sur les précédents réseaux sociaux avec la mention de mon slogan : L'information en tout temps et en tous lieux. La photo de profil reste la même pour toutes les autres pages : le logo.

LinkedIn Ads

Objectif LinkedIn Ads : Générer des leads

Instagram

Je n'ai pas utilisé Instagram pour ma campagne de crowdfunding car j'estime qu'il n'est pas adapté à mes cibles et mes objectifs. Il s'agit d'un réseau social réservé à la photographie, à ce qui est artistique donc je ne vois pas le rapport de ce réseau avec mon projet. Il est vrai que je pourrai attirer énormément de leads grâce à cette plateforme car elle détient une très forte audience mais je préfère rester logique dans ma communication et rester dans un cadre neutre et professionnel en communiquant sur Facebook, Twitter et LinkedIn.

Newsletters

Concernant les 3 premières newsletters, j'y ai employé un ton décontracté car elles sont à destination de mes proches donc j'ai utilisé un langage plutôt amical. La dernière est à destination des leads donc j'ai adapté le langage, le ton nécessaire à cette cible. Tout d'abord, lors de la pré-campagne, je compte envoyer des newsletters à ma première cible qui sont mes proches et les proches de mes proches afin de récolter des fonds pour débiter.

C'est lors de la campagne que j'emploierai un ton plus formel et sérieux car la cible n'est plus la même que pour les 3 premières.

Côté design : je reprend les trois couleurs de ma charte graphique et la typographie «Roboto».

Communiqué de presse + Dossier de presse

Pour un lancement de projet, de produit, de service ou dans mon cas, un lancement de campagne de financement participatif, il est important de concevoir une communication massive. Cela passe forcément par la communication auprès des journalistes. Nous avons beau avoir les réseaux sociaux, les médias traditionnels restent les meilleurs.

J'annonce directement le but de ce communiqué dans le titre. J'ai choisi ce titre car il est très annonciateur de l'événement. À savoir que « Avenir » est le nom que je donne à mon agence de communication fictive. Puis, je détaille un peu plus dans le sous-titre en usant de la règle des 5W. Dans le corps de texte, j'applique le principe de l'entonnoir à savoir partir de l'information essentielle jusqu'à une information plus large.

À la suite du communiqué, j'ai inclus les contacts.

Dans le communiqué, j'ai repris les mêmes couleurs que sur les réseaux sociaux afin de garder la même trame. Nous avons toujours les 3 couleurs dominantes. J'ai réparti les bandes de couleur sur chaque côté afin de laisser la place à la rédaction et comme ça les lecteurs seront mieux concentrés. J'ai choisi cette image car elle représente parfaitement une campagne de crowdfunding.

Le dossier de presse suit la trame de tous les supports de communication que j'utilise à savoir l'ambre, le noir et le blanc. Pour le dossier de presse, je suis restée très général car un dossier de presse est intemporel, il doit au moins durer une année. C'est pourquoi, j'ai fait une présentation générale de l'équipe, de l'agence, du projet que nous développons et du budget.

Les contreparties

5€ - 10€ - 15€ - 25€ : Bien sûr, nous commençons par de petites sommes car il faut rester le plus large possible afin d'atteindre différents publics.

Ces contreparties restent des plus basiques à savoir des remerciements sur mes réseaux sociaux et sur le site internet.

Nous leur offrons également la possibilité de venir visiter les locaux de notre agence et de nous exposer leurs idées sur d'éventuelles réaménagements de notre chatbot. Il s'agit là, de contreparties immatérielles.

50€ : J'ai choisi des contreparties à la hauteur de chaque somme versée par les contributeurs. Plus la somme est élevée, plus nous avons une contrepartie conséquente.

La contrepartie star est la contribution de 50€, j'ai évidemment décidé de mettre en avant le projet en offrant aux participants la possibilité d'être prévenus avant les autres des actus du chatbot, d'intégrer l'équipe de bêta testeurs c'est-à-dire de les intégrer dans l'histoire de QuickBot. Puis, c'est à ce moment que je mets en avant le GIF que j'ai produit (sur Photoshop), qui pourra, j'espère, les stimuler à l'acte d'achat. C'est une contrepartie immatérielle.

150€ - 250€ : Nous augmentons les enchères et les contreparties. Nous leur offrons une invitation à la soirée d'ouverture du chatbot organisée par toute l'équipe et des mises à jour exclusives de QuickBot avant tous les autres, pour une contribution de 150€.

Pour 250€ : Nous avons là, une contrepartie matérielle car je prévois de leur envoyer un tote bag + un mug personnalisés avec leur nom et les couleurs de QuickBot.

500€ - 1000€ : Ce sont là, les dernières contreparties. C'est pourquoi, dans ces deux contreparties je propose des publicités gratuites sur mes réseaux sociaux et sur le site internet car je sais que l'une de mes cibles principales, les professionnels de la communication se sentiront concernés par ces deux dernières contreparties et c'est principalement, eux, que je vise dans cette contrepartie.

Elevator Pitch

Pour mon discours, j'ai pris le point de vue d'un téléspectateur en détresse. Le point de vue d'un téléspectateur typique qui ne sait ni l'heure, ni le programme pour suivre son émission car j'en fait moi-même parti. Je suis donc partie d'une expérience personnelle pour écrire ce pitch donc l'écriture fut très fluide. Mais, c'est aussi ce que vivent la majorité des personnes quand ils sont face à leur télévision. Ils ignorent le programme de ce soir, la chaîne à suivre et rateront sûrement des émissions à cause de leurs activités.

Dans ce pitch, j'ai préféré viser les téléspectateurs plutôt que les community managers car il s'agit du grand public, c'est une cible plus large, de nombreuses personnes s'identifieront à ce discours et se sentiront, j'espère, concernés par ce projet et la campagne de crowdfunding.

Script vidéo

Dans cette vidéo, j'ai visé les deux cibles principales. Il s'agit d'une vidéo qui présente mon projet alors j'ai inclus mes deux cibles principales. Au cours de la vidéo, je présente les différents aspects de QuickBot. Puis, je raconte la genèse de mon projet. À la suite de cela, je présente en détail quelques caractéristiques du chatbot comme le fait qu'il soit directement intégré à la plateforme Messenger.

Pour résumer, la vidéo présente de manière générale le projet et la cible à laquelle il est destiné.

Les images sont une succession de vidéos reprises à partir d'un site de vidéos libres de droit.

La voix-off est la mienne. J'ai décidé de mettre une voix-off afin de soutenir le sous-titrage plutôt que de laisser les internautes lire. J'ai choisi cette musique car elle est dynamique.

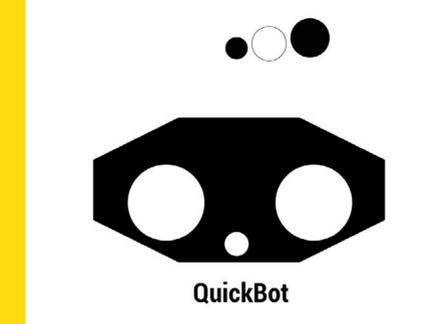
Personas

Les personas sont mes deux cibles principales : le community manager et le téléspectateur. Ce sont à eux deux que les supports de communication s'adresseront en priorité.

Nous constatons, d'un côté que le profil de Stéphanie (la community manager) est plus basé sur son quotidien au travail à savoir la mauvaise gestion de son temps, de ses tâches, elle a une mauvaise gestion de l'actualité et ce qu'elle attend, ce sera d'avoir plus de temps et de le consacrer à la production de contenus à forte valeur ajoutée.

De l'autre côté, nous avons un téléspectateur, Patrick, 27 ans et abonné à NClà1ère. Il n'a pas le temps de voir ces émissions et ne reçoit presque jamais de réponse à ses questions de la part des chaînes télévisées. Ses besoins sont plutôt d'ordre personnel. Ce qu'il attend, ce serait de pouvoir regarder ces programmes TV à n'importe quel moment.

Mes supports de communication reposent sur ces deux profils.



MERCI DE VOTRE ATTENTION