

PROJET 3 : PROPOSER UNE PLATEFORME DE MARQUE POUR UN CÉLÈBRE GROUPE DE TRANSPORT



Lancement de Flix&Go

PAGNIEZ HÉLÈNE



Création de la
plateforme de marque

Contrainte

Vous serez particulièrement vigilant au fait que la SNCF souhaite que son nouveau service de divertissement ne soit pas seulement une source de loisirs pour ses voyageurs mais aussi un modèle en termes de **durabilité**.

La SNCF souhaite communiquer sur le fait que son service **minimise l'empreinte écologique** associée à la diffusion et à la consommation des contenus numériques par le service.

En effet, les services de streaming comme Netflix, bien que très populaires, ont un impact significatif sur l'empreinte carbone, principalement dû à la consommation énergétique des data centers qui hébergent les contenus et des réseaux qui les distribuent. En contrastant avec ces services, la SNCF vise à optimiser son service de divertissement pour qu'il soit **plus économe en énergie**, par exemple, en **pré-chargeant les contenus** via le WiFi à bord, ce qui réduit la dépendance aux réseaux cellulaires et **diminue la consommation d'énergie** associée à la diffusion de contenus en streaming.

La SNCF reconnaît que le **changement vers une société plus durable** nécessite non seulement des choix éclairés de la part des entreprises mais aussi une **sensibilisation et une éducation** des consommateurs. En mettant en avant l'impact écologique positif de son service, elle espère inciter les utilisateurs à prendre en compte l'empreinte écologique de leurs choix de consommation numérique et encourager des pratiques plus durables.

Rappel du contexte et objectif

Flix&Go est la nouvelle application de divertissement proposée par la SNCF, conçue pour enrichir l'expérience voyageur tout en s'engageant en faveur de la durabilité.

OBJECTIF PRINCIPAL :

Proposer une offre de divertissement innovante et écoresponsable, qui répond aux attentes des voyageurs tout en réduisant l'impact écologique lié au streaming numérique.

Avec cette initiative, la SNCF souhaite également renforcer son image de pionnier dans les solutions numériques respectueuses de l'environnement.

Présentation de la nouvelle marque

NOM :

Flix&Go => simple, dynamique, évoquant à la fois le mouvement et l'accès rapide à un contenu varié.

SIGNATURE :

"Voyagez divertis, pensez durable" => reflète à la fois le plaisir de se divertir et l'engagement environnemental de l'application.

PISTES CRÉATIVES POUR LE LOGO :

- Logo épuré avec des couleurs évoquant l'écologie et la technologie (ex : vert, bleu et touches de blanc).
- Intégration de formes dynamiques rappelant le mouvement d'un flux de données ou du train qui parcourt la terre.
- Respect du style graphique de la SNCF avec un aspect moderne et accueillant.



Brandboard

Identité visuelle de Flix&Go

LOGO



PALETTE DE COULEURS



#199EBD



#4AD2C3



#1D6B3E



#6DC23D



#FFFFFF

LES POLICES EN UTILISATION

Voici votre titre

C'est votre sous-titre

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis venenatis ipsum vel libero pulvinar faucibus. Vestibulum convallis et ligula sit amet vestibulum. Aenean ac augue imperdiet, pharetra metus eu, elementum.

Aa

Aa

ROBOTO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()

AVENIR NEXT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()

ILLUSTRATIONS



Cible sous forme de personas

Persona 1 :

Camille, 29 ans, jeune professionnelle engagée



Consultante en marketing, effectue des trajets réguliers entre grandes villes pour son travail. Sensible aux services écoresponsables et innovants.

BESOINS :

Contenus courts et pratiques à consommer en 1 à 3 heures, interface intuitive, respect de ses valeurs écologiques.

COMPORTEMENTS :

Consomme du contenu sur le WiFi des trains, préfère des solutions qui valorisent la durabilité.

OBJECTIFS :

Se détendre tout en restant alignée avec ses principes environnementaux.

Persona 2 :

Théo, 22 ans, étudiant curieux et connecté



Étudiant en sciences humaines, voyage régulièrement sur des trajets longs. Passionné de séries et documentaires.

BESOINS :

Variété de contenus adaptés à ses préférences, options hors ligne, service économique.

COMPORTEMENTS :

Télécharge du contenu à l'avance, utilise des services intégrés ou inclus dans des offres.

OBJECTIFS :

Se divertir tout en apprenant, utiliser une plateforme innovante et responsable.

Vision

À MOYEN TERME :

- Faire de Flix&Go une application incontournable pour les voyageurs réguliers, en offrant une expérience personnalisée et fluide grâce à une interface intuitive et un catalogue de contenus varié.
- Créer un impact mesurable sur la réduction des émissions numériques grâce à des technologies de streaming optimisées.
- Développer des partenariats avec des acteurs locaux et culturels pour enrichir l'offre de contenus tout en valorisant les initiatives locales.

À LONG TERME :

- Positionner Flix&Go comme un modèle de divertissement durable reconnu sur le plan national et international, en inspirant d'autres secteurs à adopter des pratiques similaires.
- Engager une large communauté d'utilisateurs sensibilisés aux enjeux environnementaux grâce à des campagnes éducatives intégrées à l'application.
- Intégrer des innovations supplémentaires, comme la réalité augmentée ou des expériences interactives, pour rester à la pointe des attentes des utilisateurs.

Mission

Offrir une expérience de voyage enrichie et personnalisée, combinant plaisir, confort et durabilité, pour transformer chaque trajet en train en un moment unique.

Flix&Go s'engage à placer les utilisateurs au cœur de ses innovations, en leur offrant une solution accessible et respectueuse de l'environnement, qui valorise la mobilité douce et le temps passé à voyager.

Personnalité

- **Innovante** : en proposant des technologies modernes et optimisées, adaptées aux besoins des voyageurs d'aujourd'hui.
- **Engagée** : par son approche durable et responsable, en cohérence avec les valeurs globales de la SNCF.
- **Conviviale** : avec une interface intuitive et accueillante, qui facilite l'accès au divertissement pour tous.
- **Inspirante** : en promouvant une nouvelle façon de consommer les médias de manière écoresponsable et consciente.
- **Accessible** : en garantissant un contenu varié et inclusif, adapté à tous les âges et centres d'intérêt.

Ces traits permettent à Flix&Go d'être perçue comme une application de confiance, qui allie à la fois modernité, responsabilité et plaisir.

Positionnement

Flix&Go se positionne comme l'application de divertissement écoresponsable dédiée aux voyageurs en train, alliant plaisir et impact positif sur l'environnement.

Elle s'adresse directement à un public moderne et conscient des enjeux écologiques, tout en valorisant le confort et la qualité d'une expérience de streaming pensée pour les déplacements.

Valeurs

- **Durabilité** : Minimiser l'impact écologique des activités numériques.
- **Innovation** : Proposer une technologie de pointe pour une utilisation optimisée.
- **Accessibilité** : Rendre le divertissement simple et disponible à tous les voyageurs.
- **Engagement** : Sensibiliser les utilisateurs à des pratiques responsables.

Promesse

"Un divertissement conçu pour voyager différemment : enrichissant, accessible et respectueux de la planète."

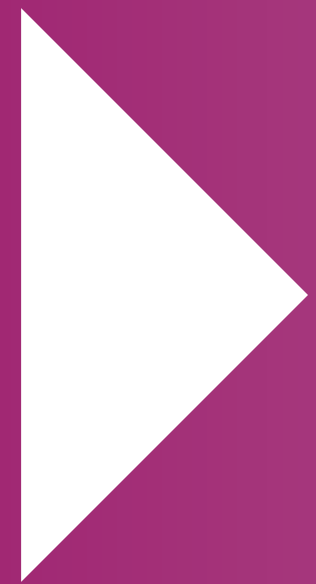
Cette promesse reflète l'engagement de Flix&Go envers deux piliers essentiels :

- **Les utilisateurs** : Offrir une expérience de qualité, adaptée aux trajets en train, avec des contenus variés et une simplicité d'utilisation.
- **L'environnement** : Réduire l'empreinte carbone numérique grâce à des pratiques innovantes (préchargement de contenus, WiFi optimisé) et sensibiliser les voyageurs à des choix de divertissement plus durables.

En associant ces deux dimensions, Flix&Go se différencie des plateformes classiques de streaming tout en renforçant l'image d'une SNCF pionnière dans le développement de solutions responsables.

Raisons de croire

- La SNCF, en tant qu'acteur clé du transport durable, incarne déjà des valeurs environnementales fortes.
- Préchargement des contenus via la WiFi pour limiter l'utilisation des réseaux mobiles.
- Partenariats avec des créateurs locaux et des plateformes respectant les standards éthiques.
- Son engagement est mesurable par la réduction de l'empreinte carbone par rapport aux services traditionnels de streaming.



Déclinaison de la charte éditoriale

Cadrage du discours (fond et forme)

TON DE VOIX :

- **Accessible et inspirant** : S'adresser à un public varié en restant simple et captivant. Éviter les termes trop techniques.
- **Engageant et positif** : Insister sur les avantages et les innovations du service pour susciter l'intérêt et l'adhésion.
- **Responsable et éducatif** : Mettre en avant les valeurs de durabilité et sensibiliser sur l'impact écologique des choix numériques.

LONGUEUR DES MESSAGES :

- **Réseaux sociaux** : Messages courts et percutants, adaptés aux formats d'Instagram (maximum 280 caractères).
- **Blog ou articles** : Contenus plus longs (500-800 mots), axés sur les bénéfices du service et des conseils de divertissement durable.

CARACTÉRISTIQUES DES ÉLÉMENTS VISUELS :

- **Modernité** : Utilisation de visuels épurés et dynamiques, avec des designs évoquant la technologie et la durabilité.
- **Cohérence avec la palette de couleurs** : Couleurs principales (bleu, vert) pour évoquer la sérénité et l'environnement.
- **Illustrations variées** : Combinaison de photos lifestyle, d'infographies simples et de dessins minimalistes pour capter différents segments.

Thèmes et sous-thèmes

1 - DIVERTISSEMENT À BORD :

- Films adaptés aux durées de trajet
- Podcasts inspirants pour les voyageurs
- Jeux éducatifs pour petits et grands

2 - INNOVATION ET TECHNOLOGIE :

- Streaming accessible en WiFi
- Personnalisation des contenus via l'appli
- Éco-conception pour une expérience responsable

3 - BIEN-ÊTRE ET STYLE DE VIE :

- Pause détente pendant le trajet
- Découverte de contenus exclusifs
- Astuces pour voyager confortablement

Moodboard d'inspiration



Les mots-clés de la communication

Mots-clés génériques

- SNCF
- Streaming innovant
- Voyage connecté
- Divertissement à bord
- Service de mobilité numérique

Mots-clés spécifiques

- Contenu pour trajets SNCF
- Films pour les trajets courts
- Expérience utilisateur immersive
- Divertissement intégré WiFi
- Solutions multimédia durables

Mots-clés longues traînes

- Expérience de divertissement fluide à bord des trains SNCF
- Application de streaming avec contenu adapté au voyage
- Regarder vos séries et films préférés sans interrompre le trajet
- Nouveauté SNCF : service de divertissement responsable

Hashtags

Hashtags génériques (marque)

- #SNCF
- #InnovationVoyage
- #VoyagerAvecSNCF
- #MobilitéDurable

Hashtags spécifiques (communautaires)

- #FlixAndGo
- #DivertissementEnTrain
- #VoyageEtStreaming
- #ConnectésSurLesRails
- #StreamingPourVoyageurs

Hashtags de campagne (évènementiels)

- #FlixGoExperience
- #VoyageEnModeRelax
- #EcoDivertissement
- #LancementFlixAndGo
- #NouvelleSNCF



Mise en place du plan de communication

Contexte et objectifs

Le lancement de Flix&Go s'inscrit dans une stratégie d'innovation de la SNCF, visant à enrichir l'expérience client avec une offre de divertissement moderne et durable.

L'application cible les jeunes adultes (18-30 ans) et les voyageurs réguliers, désireux d'optimiser leur temps de trajet avec des contenus variés et engageants.

OBJECTIFS GLOBAUX :

- **Notoriété** : Faire connaître Flix&Go auprès de 70 % des voyageurs réguliers SNCF d'ici 6 mois.
- **Engagement** : Obtenir au moins 50 000 téléchargements de l'application dans les 3 premiers mois.
- **Image de marque** : Augmenter de 15% le taux de satisfaction positive à la SNCF via les sondages dans un délais de 6 mois.

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES :

- Informer les voyageurs sur la disponibilité et l'utilité du service.
- Valoriser l'aspect durable et innovant de Flix&Go.
- Encourager les inscriptions grâce à des incitations (contenus exclusifs, tests gratuits).

Message

MESSAGE PRINCIPAL :

Flix&Go : votre nouveau compagnon de voyage pour des trajets divertissants et responsables. Découvrez des contenus personnalisés à portée de clic !

MESSAGES SECONDAIRES :

- Transformez votre trajet en une expérience unique avec des films, podcasts et jeux adaptés à vos envies.
- Profitez d'un service pensé pour vous, accessible à bord grâce à une connexion WiFi optimisée.
- Avec Flix&Go, voyagez tout en respectant vos valeurs : un service durable et éco-responsable.

TON ET STYLE :

- **Ton** : Inspirant, accessible, dynamique.
- **Style visuel** : Couleurs fraîches et modernes de la charte graphique, mise en avant des illustrations immersives (train connecté, contenus numériques), visuels engageants et humanisés (voyageurs souriants utilisant l'application).

Moyens mis en place (canaux en ligne)

1

RÉSEAUX SOCIAUX (INSTAGRAM, FACEBOOK, LINKEDIN, TIKTOK)

- Campagnes publicitaires ciblées (vidéos courtes et carrousels).
- Contenus engageants : tutoriels d'utilisation de l'application, témoignages d'utilisateurs.
- Challenges et jeux-concours : gagner des abonnements ou contenus exclusifs.

2

SITE WEB DE LA SNCF

- Page dédiée à Flix&Go avec vidéos explicatives, tutoriels et formulaire de téléchargement.
- Pop-ups pour inciter les visiteurs réguliers à découvrir le service.

3

EMAILING

- Campagnes de lancement segmentées (voyageurs réguliers, jeunes adultes, familles).
- Invitations à tester gratuitement l'application ou découvrir du contenu exclusif.

Moyens mis en place (canaux hors ligne)

4

AFFICHAGES EN GARE

- Panneaux publicitaires mettant en scène des voyageurs connectés et détendus.
- QR codes pour un téléchargement rapide sur place.

5

À BORD DES TRAINS

- Messages audio annonçant Flix&Go.
- Flyers ou cartes avec QR codes distribués aux passagers.

6

RELATIONS PRESSE

- Communiqués de presse soulignant l'innovation et l'engagement écologique de Flix&Go.
- Organisation d'un événement de lancement avec des influenceurs et des journalistes.

Exemples créatifs de contenu de campagne

SUR INSTAGRAM :



146,934 likes

SNCF Voyageurs 🚆 Enfin une application pensée pour vos voyages en train ! Flix&Go vous accompagne avec des contenus exclusifs et personnalisés à découvrir à chaque trajet.

👉 Téléchargez gratuitement dès aujourd'hui et transformez vos voyages SNCF en moments de plaisir.
#FlixAndGo #VoyagerAvecSNCF #NouveautéSNCF
#DivertissementEnTrain #VoyagerAvecPlaisir

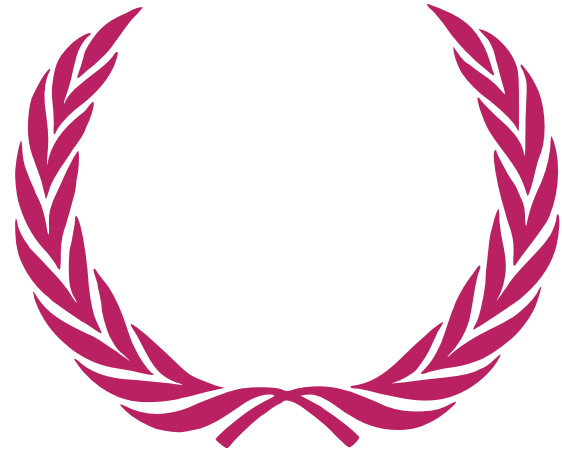
🔗 Retrouvez le lien de téléchargement dans notre bio.

[View all 16 comments](#)

SUR PANNEAU PUBLICITAIRE EN GARE :



KPIs surveillés



NOTORIÉTÉ

- Nombre d'impressions et de clics sur les publicités en ligne
- Trafic généré vers la page Flix&Go sur le site SNCF



ENGAGEMENT

- Nombre de téléchargements de l'application
- Taux d'ouverture et de clic des campagnes email
- Interaction sur les réseaux sociaux (likes, partages, commentaires)



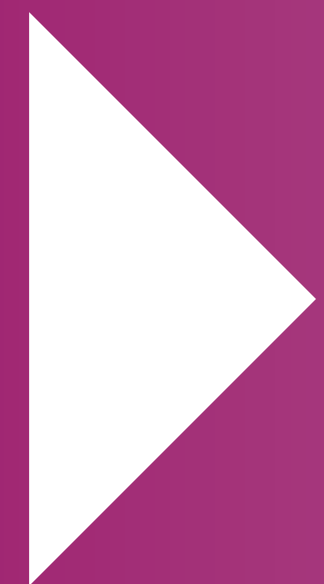
CONVERSION

- Taux d'inscription à l'application après téléchargement
- Taux d'utilisation active (nombre de connexions quotidiennes/hebdomadaires)



SATISFACTION

- Analyse des retours clients via enquêtes ou commentaires
- Sentiment analysé sur les réseaux sociaux et dans la presse



Déploiement du plan d'action en interne

Budget et planning

[illegible]

Recommandations pour assurer le suivi

En amont du lancement

- **Coordination interne** :
 - Réunions hebdomadaires avec les équipes pour vérifier l'avancement des livrables.
 - Utilisation de Trello pour suivre les tâches et responsabiliser chaque membre.
- **Création d'une checklist complète** :
 - Incluant tous les livrables clés (visuels, vidéos, FAQ, affiches) pour validation en interne.

Pendant la campagne

- **Monitoring quotidien** :
 - Utilisation d'un outil d'analyse (ex. Google Analytics, Sprout Social) pour mesurer les performances des campagnes en temps réel.
- **Réactivité sur les réseaux sociaux** :
 - Mise en place d'une équipe d'intervention rapide pour répondre aux questions et remarques.

Après la campagne

- **Rapport final** :
 - Analyse des KPIs clés et retours des usagers (via des sondages et avis utilisateurs).
- **Débrief interne** :
 - Réunion pour discuter des succès et des axes d'amélioration pour les prochaines campagnes.

Éléments à prévoir pour la FAQ

- **Présentation du service Flix&Go :**

- Qu'est-ce que Flix&Go ?
- Quelles sont les fonctionnalités disponibles ?
- À qui s'adresse ce service ?

- **Questions pratiques :**

- Comment télécharger l'application ?
- Est-ce que Flix&Go est compatible avec tous les appareils ?
- Que faire en cas de problème technique ?

- **Aspect durabilité :**

- En quoi Flix&Go est-elle un service durable ?
- Quel est l'impact écologique du service ?

- **Abonnement et utilisation :**

- Le service est-il payant ?
- Quelles données sont nécessaires pour l'inscription ?
- Puis-je utiliser l'application hors connexion ?

- **Support client :**

- Comment contacter l'assistance en cas de problème ?
- Quels sont les délais de réponse ?