



The petbot

Charte graphique

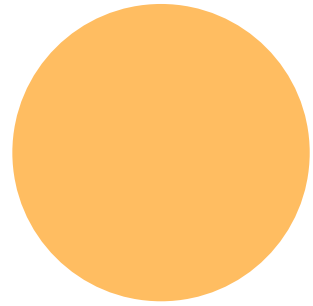
LOONA - Logo



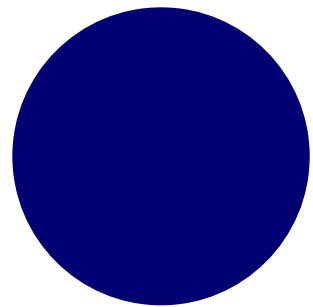
LOONA - Mockup



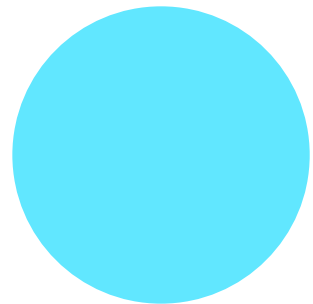
LOONA - Couleurs



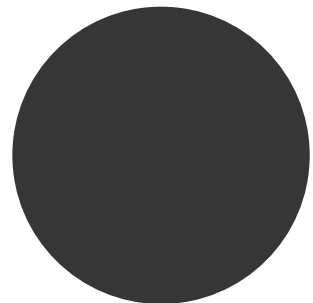
#FFBD61 - Orangé pour ramener de la chaleur dans le projet, rappeler le côté "jouet"



#000072 - Bleu foncé pour apporter une impression de confiance



#61E7FF - Bleu cyan pour un rappel à la technologie



#363636 - Un gris foncé pour le texte, pour éviter le côté empirique du noir

LOONA - Typographies

Exo 2 Extrabold

Exo 2 Medium

Exo 2 Regular

Exo 2 Light

Typo sans serif pour garder un côté "jeune", avec autant de rondeurs que d'angles pour apporté un côté à la fois doux et enfantin, et sérieux et technologique.



The petbot

Présentation de l'entreprise

LOONA

Objectif : vendre des robots avec IA

Valeur ajoutée : se déplace seul, programmable même par des débutants, multitudes de programmations possibles donc longue durée de vie

Mission : créer une relation humain-robot à travers le design et l'IA

Ressources : Kickstarter, ventes de Clickbot, employée provenant de Microsoft et IBM donc bien formés, spécialisés dans les pet-bots intelligents depuis un moment



The petbot

Présentation du persona

LOONA

Âge moyen : à partir de 25 ans, jusqu'à 45 ans

Condition sociale : parent d'un enfant de 3 à 12 ans, cadre supérieur possiblement dans la tech, possède un animal

Besoins : occuper son enfant, surveiller la maison, surveiller l'animal, garder un lien avec le foyer même au travail

LOONA

Attentes : n'attend pas forcément qu'un objet réponde à ces quatre besoins puisque c'est un objet qui n'est pas très connu du grand public, mais serait ravi qu'un robot puisse couvrir plusieurs besoins

Problématiques : passe peu de temps au foyer donc peu de temps avec ses enfants/animaux

Freins à l'achat : prix assez conséquent, temps de livraison

Structure : entreprise privée



The petbot

Stratégie
marketing

LOONA – Médias et Canaux

Médias : vidéos pour montrer LOONA en action ou d'employés pour parler de leur impact dans le projet LOONA, articles, e-mailing pour tenir au courant de l'avancée du projet

Canaux : site web, Tiktok pour attirer les enfants, Facebook pour les parents, Instagram, Twitter (grosse communauté tech), LinkedIn, presse écrite et digitale (spécialisée en priorité), Twitch et YouTube

LOONA – Planning d'actions

Type de contenu	Objectif(s)	Support/Canal	Format	Fréquence
LOONA en action	Développer la notoriété de LOONA auprès des jeunes et moins jeunes	Tiktok, YouTube Shorts, Instagram	Vidéo de max 60 secondes qui met en scène LOONA en train de jouer, en mode caméra, etc ...	3x/semaines (lundi, jeudi entre 19 et 22h, samedi entre 7 et 10h)
Qui est derrière le projet LOONA ?	Apporter un côté plus professionnel à LOONA, se placer en tant que référence de l'intelligence artificielle et de la programmation à destination des néophytes, valoriser l'expertise technologique de l'entreprise	YouTube, relais LinkedIn, Facebook et Twitter	Interview de max 15min d'un employé de KEYITECH derrière le projet LOONA	Toutes les deux semaines (mercredi à 19h)
Comment fonctionne LOONA en live ?	Développer la notoriété, créer un lien de confiance avec les potentiels acheteurs	Twitch et rediffs sur YouTube, annonces de live sur Twitter	Stream de max 1h	1x/mois (samedi de 20 à 21h)
Articles généralistes	Apporter du contenu de qualité, rédigé par des experts, sur l'IA, la robotique et tous les sujets transverses, se placer en tant que référence de l'intelligence artificielle et de la programmation à destination des néophytes, valoriser l'expertise technologique de l'entreprise	Site web, relais sur Twitter, Facebook, LinkedIn, Story Insta	Article ~2500 mots	1x/semaine
LOONA's letter	Newsletter pour les backers et les gens intéressés par le projet pour en savoir les avancées	E-mail	~400 mots avec des photos, des liens vers les articles du mois	1x/mois (mardi à 10/11h)

LOONA – KPI

Trafic : sessions, nombre de pages vues, taux de trafic social, taux de rebon

Notoriété : position moyenne Google, taux de croissance

Conversion : taux de conversion et taux de conversion mobile

Réseaux sociaux : taux d'interaction moyen, couverture