

Media Bind

SOMMAIRE

I. L'agence

- A. Qui sommes-nous ?
- B. L'équipe
- C. Identité visuelle

II. Veille informationnelle

- A. Recherche
- B. Mise en commun
 - a) Nom
 - b) Logo
 - c) Slogan

III. Plan de communication

IV. Stratégie de communication



I. L'agence

A. Qui sommes-nous?

Media Bind est une agence de communication spécialisée dans l'événementiel et le numérique, plus précisément dans le domaine jeu-vidéoludique. Nos maîtres mots sont modernité et originalité, en effet, nous essayons de nous démarquer par la fraîcheur de nos projets.

Notre équipe est en mesure d'organiser vos événements, que ce soit salons, festivals, compétitions esports ou encore des conférences, nous nous occupons de tout. Plus précisément, nous avons des équipes de développement web, de graphisme, de communication, de rédactionnel et surtout d'événementiel.

Notre domaine de prédilection étant les jeux-vidéos, nous visons la jeunesse, c'est-à-dire une tranche d'âge comprise entre 18 et 35 ans. C'est pourquoi nous privilégions la création de sites internet ainsi que de pages Facebook, Twitter et surtout Instagram. En effet, ces modes de communication sont ceux les plus utilisés par la moyenne d'âge concernée.

Media Bind est une agence relativement jeune, nous commençons seulement à prendre place dans ce milieu. Toutefois, nous avons des expériences à notre actif, notamment notre participation à la PGW et à l'E3 l'an dernier.

B. L'équipe

| NOM | Louis Boulanger | Nicolas Rosaye | Valentin Bavière | Arthur Pluchard | Julien Granger | Théo Choquet |
|------------|-----------------|-------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|----------------|-------------------------|
| SPÉCIALITÉ | Web Full-stack | Graphisme Infographie | Communication Print | Motion -design Montage | Montage vidéo | Rédaction Communication |
| RÔLE | Développeur | Graphic Designer Web Designer | Community -manager Graphic Designer | Motion -designer Monteur | Monteur | Rédacteur Communicant |

Dans notre équipe, les relations sont horizontales. Toutefois, afin de travailler dans les conditions les plus claires et organisées possibles, il est nécessaire d'instaurer une légère hiérarchie. C'est pourquoi nous avons décidé d'élire un chef de projet, qui deviendra par la suite Valentin Bavière.

Comme dit précédemment, nous prenons les décisions ensemble, cependant, le rôle de Valentin est de gérer l'organisation du projet, que ce soit vis-à-vis des deadlines, des permanences, des réunions, ou encore des tâches.

Pour cette place de chef de projet, il nous fallait quelqu'un à l'écoute des autres, avec la capacité de prendre du recul sur le projet global et les avancés de chacun.

En conclusion, nous avons une équipe très efficace, que ce soit humainement ou professionnellement. En effet, la bonne entente est de mise, et une pression suffisante est présente afin de ne pas disjoindre, sans entrer dans un travail forcé. De plus, notre équipe est organisée, chacun a son rôle, et ses spécialités. Louis va développer votre site web en utilisant les créations animées d'Arthur, sous l'oeil artistique de Nicolas, pendant que Valentin s'occupe des réseaux sociaux et que Théo rédige pour la presse, et ainsi de suite.

C. Identité visuelle

Nom : Media Bind

Slogan : Media Bind, là où les détails comptent.

Logo :



#5EFCE8



#6465F4

coolvetica

II. Veille informationnelle

A. Recherche

Afin de créer une agence digne de ce nom, il est nécessaire d'effectuer une veille informationnelle. C'est donc la première chose que l'on a fait, chacun de notre côté, avant de se lancer sur le nom, la charte graphique, etc. Cela nous a permis de voir ce que les autres agences font, afin évidemment de s'inspirer, mais aussi et surtout de s'avoir comment se démarquer.

Media Bind est une agence de communication spécialisée dans l'événementiel, surtout dans le milieu numérique, l'objectif était donc de saisir les codes des autres agences de ce domaine, que ce soit pour l'identité visuelle, le marketing, ou encore pour la communication.

B. Mise en commun

Lorsque les recherches et prises d'informations étaient finies, nous avons mis en commun nos idées pour notre agence.

a. Nom

Les valeurs que nous voulons mettre en avant sont la modernité, la cohésion d'équipe, et le côté jeu-vidéoludique. Il sera donc nécessaire que cet esprit ressorte dans le nom de notre agence. Lors de la veille informationnelle, nous avons remarqué qu'en général les agences de communications ont des noms courts, et qui ont un lien avec leur domaine (pour nous le gaming).

Nous avons donc hésité entre différents mots du milieu du gaming, comme ALT, CONTROL, ou encore MÀJ. Toutefois, pour ne pas faire trop classique, nous avons choisi Bind.

Enfin, nous voulions un deuxième mot afin de compléter Bind, et nous aimions l'idée de faire référence à la formation MMI, d'où le nom Media Bind.

b. Logo

La phase du logo est toujours la plus difficile. Pour nous, et au vues de nos recherches, un logo d'agence se doit d'être épuré, moderne, et d'avoir un contexte. Il nous fallait donc simplifier le logo au maximum, et réfléchir à une cohérence.

Nous avons tout de suite trouvé une idée de forme, il fallait ensuite choisir la couleur, nos essais étaient les suivants :



Cette forme nous apparaît idéale de part sa simplicité, ce qui permet de ne pas perdre l'attention du client vers les détails, et de directement reconnaître Media Bind. Nous avons placé le M au dessus du B, car pour nous le côté multimédia est primordial, étant au coeur de notre travail.

Pour la couleur, nous avons finalement choisi le bleu, après avoir testé le doré, le rouge, le vert ainsi que le rose.

Nous avons choisi cette dernière car elle nous inspire modernité et professionnalisme, en plus d'être claire, et esthétiquement agréable.

De plus, le dégradé, qui passe de blanc à turquoise, pour finir sur un bleu-violet plus dur, traduit une envie de liberté et de fraîcheur dans l'image de Media Bind, sans oublier la rigueur d'un travail parfait.

Enfin, la police coolvetica nous correspond de part son côté gras et décontracté, qui ajoute une touche simple et légère, pour ne pas tendre vers le strict.

c. Slogan

Pour une agence de communication telle que la nôtre, il nous fallait un slogan qui sonne à la fois professionnel, simple, et efficace.

Après avoir fait notre veille informationnelle, nous avons chacun fait des propositions, ceux qui ressortent sont :

- Media Bind, une communication au-delà de l'image.
- Media Bind, profitez de chaque événement.
- Media Bind s'occupe de tout.
- Media Bind, Let's imagine
- Media Bind, vos rêves se réalisent.
- Media Bind, là où les détails comptent.

Parmi toutes ces propositions, celle qui a fait l'unanimité est "Media Bind, là où les détails comptent". Cette dernière nous apparaît professionnelle de part le côté perfectionniste, ce qui montre notre investissement dans nos projets.

III. Plan de communication

Il est nécessaire, pour la bonne efficacité d'une agence de communication comme la nôtre, d'avoir une cohérence et une bonne articulation. C'est pourquoi certaines réflexions en amont sont primordiales, afin d'obtenir crédibilité.

Premièrement, sur l'histoire et le contexte de notre agence : Media Bind est une agence relativement jeune, qui commence seulement à se placer dans le marché. C'est la raison pour laquelle ce plan de communication est nécessaire afin de nous faire connaître. Nous adoptons donc une stratégie d'affirmation, permettant de montrer notre existence à l'internationale.

Il est important de savoir qu'elle cible nous visons, et d'analyser les codes de cette dernière, afin de capter leurs intrigues et leurs intérêts. Ici, nos cibles sont les 18-35 ans, dans un contexte où il est difficile de les captiver. Nous allons privilégier le web, avec notamment les pages Facebook, Twitter et aussi Instagram, ce dernier étant très à la mode. Les publicités seront la plupart du temps des infographies en flat design ou des vidéos en motion design, en effet, un long texte n'est pas très attrayant.

D'autre part, il est prévu de mettre en place notre site internet adapté à 100% pour les appareils mobiles tels que les téléphones ou les tablettes, qui sont les plus utilisés par les 18-35 ans visés.

Nous avons déjà notre charte graphique, qui nous satisfait et correspond à l'esprit Media Bind. Des cartes de visites sont en cours de création, qui auront le même style que la charte graphique, avec le logo dessus, nos coordonnées, etc.

Finalement, l'objectif de Media Bind, est de trouver des partenariats intéressants et de créer des événements, afin de gagner en expérience et de se développer que ce soit de manière interne ou externe. Pour ça, nous avons comme idéal d'être une agence dynamique, efficace et moderne, qui organise des événements adaptés à la jeune génération, de façon moderne et professionnelle.

