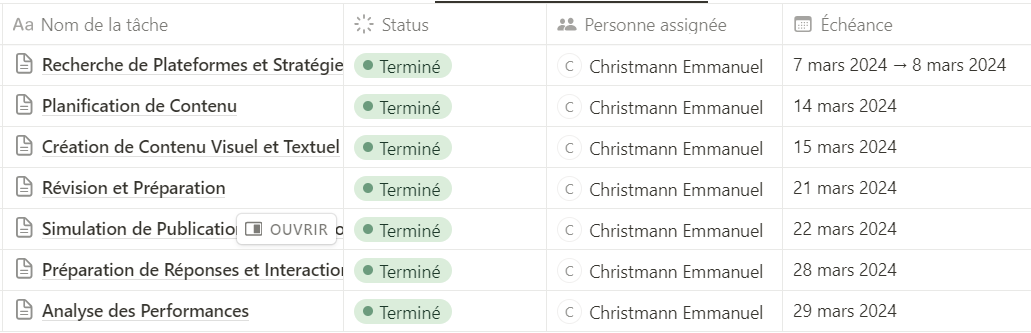
Document de communication pour l'application Lugh - ESP.

## Objectifs de Communication

Ce document résume les stratégies et actions de communication mises en œuvre pour promouvoir l'application Lugh une application développée dans le cadre de l’alternance à Epitech, ciblant principalement les jeunes adultes entre 18 et 35 ans à travers différentes plateformes sociales.

Calendrier des Tâches de Communication :



Continuité des Tâches : Certaines tâches comme la création de contenu se sont poursuivies jusqu'à fin avril.

# Recherche de plateforme de communication :

Identifier les plateformes de médias sociaux les plus pertinentes pour votre public cible (ex. Instagram, LinkedIn, Twitter).

Évaluer les forums et les communautés en ligne liés à notre domaine d'application.

### **Twitter**

* **Caractéristiques** : Twitter est idéal pour les messages courts, les mises à jour en temps réel, les discussions et le réseautage. Il est également utilisé pour suivre les tendances et les actualités.
* **Type de Communication** :
  + **Tweets Informatifs** : Partagez des mises à jour rapides, des faits intéressants sur votre application, et des astuces utiles.
  + **Engagement avec la Communauté** : Répondez aux questions, participez à des discussions pertinentes, et utilisez des hashtags pour augmenter la visibilité.
  + **Contenu Visuel** : Bien que Twitter soit axé sur le texte, les images et les vidéos courtes peuvent augmenter l'engagement.
  + **Twitter Chats** : Organisez ou participez à des Twitter chats sur des sujets liés à votre domaine pour augmenter la visibilité et l'engagement.
* **Tranche d'Âge Ciblée** : Twitter est populaire parmi les adultes jeunes et d'âge moyen, généralement entre 18 et 49 ans.

### **Instagram**

* **Caractéristiques** : Instagram est axé sur le partage de photos et de vidéos. Il est idéal pour le storytelling visuel et a une forte composante esthétique.
* **Type de Communication** :
  + **Posts Visuels Attrayants** : Publiez des photos et des vidéos de haute qualité qui mettent en valeur votre application et ses fonctionnalités.
  + **Stories et Reels** : Utilisez les stories pour des mises à jour rapides et les reels pour du contenu vidéo plus engageant et créatif.
  + **IGTV** : Pour des vidéos plus longues, comme des tutoriels ou des démonstrations de l'application.
  + **Influence Marketing** : Collaborez avec des influenceurs pour atteindre un public plus large et gagner en crédibilité.
* **Tranche d'Âge Ciblée** : Instagram est très populaire parmi les adolescents et les jeunes adultes, principalement entre 18 et 34 ans, bien que sa portée s'étende également aux groupes d'âge plus âgés.

### **Reddit**

* **Communautés spécialisées** : Reddit est composé de "subreddits", des communautés centrées sur des sujets spécifiques.
* **Discussions approfondies** : Les utilisateurs de Reddit apprécient les discussions détaillées et informatives.
* **Anonymat et honnêteté** : Les utilisateurs sont souvent anonymes, ce qui peut mener à des opinions et des retours plus directs et honnêtes.
* **Système de vote** : Les posts et commentaires sont soumis à un système de vote, ce qui influence leur visibilité.

### **Type de Communication sur Reddit**

* **Participation Authentique** : Engagez-vous dans des discussions pertinentes de manière authentique et transparente. La promotion directe est souvent mal vue, donc l'accent doit être mis sur la contribution à la communauté.
* **AMA (Ask Me Anything)** : Organisez des sessions de questions-réponses où les utilisateurs peuvent demander des informations sur votre application.
* **Partage de Contenu Utile** : Partagez des articles, des blogs, ou des vidéos qui apportent de la valeur aux utilisateurs intéressés par votre domaine.
* **Feedback et Support** : utilisez Reddit pour recueillir des avis et offrir du support aux utilisateurs.

### **Tranche d'Âge Ciblée sur Reddit**

* **Jeunes Adultes et Adultes** : Reddit est populaire parmi les jeunes adultes et les adultes, généralement entre 18 et 35 ans, bien qu'il y ait des utilisateurs de tous âges.

### **Stratégies pour Reddit**

* **Trouver les Subreddits Pertinents** : Recherchez et participez aux subreddits qui sont étroitement liés à votre domaine d'application.
* **Respecter les Règles de la Communauté** : Chaque subreddit a ses propres règles. Assurez-vous de les comprendre et de les respecter.
* **Éviter la Promotion Excessive** : La communauté Reddit valorise les contributions authentiques et peut réagir négativement à une autopromotion flagrante.
* **Engagement Constructif** : Encouragez les discussions constructives et fournissez des réponses réfléchies aux questions et commentaires.

# Planification de Contenu :

### **Twitter**

* **Type de Contenu** : Mises à jour rapides, faits intéressants, interactions avec la communauté.

| Date | Contenu |
| --- | --- |
| 21/3 | Annonce de la semaine de contenu |
| 21/3 | Post de lancement |
| 1/4 | COM de pâques |
| 4/4 | COM sur notre équipe |
| 7/5 | COM journée de la santé |
| 15/4 | Communication pour les vacances scolaire d’avril |

### 

### **Instagram**

* **Type de Contenu** : Visuels attrayants, stories, reels.

| **Date** | **Contenu** |
| --- | --- |
| 21/3 | Post de lancement de la semaine |
| 21/3 | Utilisation du visuel viking com |
| 1/4 | COM de pâques |
| 4/4 | Visuel location de local |
| 7/5 | COM journée de la santé |
| 15/4 | Communication pour les vacances scolaire d’avril |

### 

### **Reddit**

* **Type de Contenu** : Discussions approfondies, AMA, partage d'informations.

| **Date** | **Contenu** |
| --- | --- |
| 21/3 | Lancement d'une discussion susciter la curiosité |
| 21/3 | Lancement d’une discussion concernant l’application |
| 1/04 | COM de pâques |
| 4/4 | Visuel location de local |
| 7/4 | COM journée de la santé |
| 15/4 | Communication pour les vacances scolaire d’avril |

Twitter : Mises à jour rapides, faits intéressants, interactions avec la communauté.

Reddit Type de Contenu : Discussions approfondies, AMA, partage d'informations.

Instagram Type de Contenu : Visuels attrayants, stories, reels.

# Création de Contenu Visuel et Textuel :

Concevoir des visuels et des slides pour les publications. Thème nordique / sportif Rédiger des textes courts et percutants pour accompagner les visuels. Communication qui met en avant les fonctionnalités de l’application et des cas d’utilisation

Outils principaux : Ideogram /GPT (génération d’image), canva / PAINT (édition), Notion/ Office (organisation)

Catch phrase pour l’application :

**Pour les réseaux sociaux :**

1. "Faites éclore votre passion sportive ce printemps avec Lugh!"
2. "Chassez le meilleur créneau comme vous chasserez les œufs de Pâques - Réservez avec Lugh."
3. "Des réservations plus rapides que le lapin de Pâques, seulement sur Lugh!"

**Pour le site web :**

1. "Pâques se renouvelle, votre jeu aussi - Trouvez le terrain parfait sur Lugh."
2. "Lugh : Votre panier de Pâques rempli de créneaux sportifs à saisir!"

**Pour les publicités et les bannières :**

1. "Lugh - Votre terrain de jeu pour un printemps sportif dynamique!"
2. "Réservez votre prochain match sur Lugh et faites rebondir votre routine comme les œufs de Pâques!"

**Pour les e-mails et newsletters :**

1. "Lugh vous invite à une chasse aux trésors sportive de Pâques. Attrapez les meilleures réservations!"
2. "Joignez-vous à la célébration de Pâques avec une réservation facile sur Lugh et bondissez vers la victoire!"

**Pour une communication événementielle spéciale Pâques :**

1. "Ce Pâques, que la chasse aux réservations commence - Avec Lugh, vous avez toujours une longueur d'avance!"
2. "Les œufs ne sont pas les seuls à être cachés - découvrez des créneaux exclusifs de Pâques avec Lugh!"
3. Visuel :

Les visuels sont trop lourds pour notre Notion donc ils sont push sur github ou directement sur les pages des réseaux sociaux utilisés.

# Révision et Préparation :

Instagram

<https://www.instagram.com/lughapp/>

Twitter

<https://twitter.com/LughAPPFR>

Reddit

<https://www.reddit.com/user/Lughapp/>

* Valider le contenu avec les collègues, prendre en compte leur avis sur l’aspect visuel et sur le contenu
* valider les technologies permettant de faire les visuels

# Simulation de Publication et Promotion :

Simuler la publication du contenu sur les plateformes choisies. Discuter des techniques de promotion qui seraient utilisées, comme les hashtags.

Adoption du Hashtag Lughapp

# Création de contenu :

1. Reddit - Communication pour une Chasse aux Œufs de Pâques

Objectif : Engager la communauté dans une activité festive, en mettant en avant l'utilité de l'application pour organiser des événements saisonniers.

Post Reddit :

Titre : "Planifiez la Chasse aux Œufs de Pâques parfaite avec Lugh!"

Contenu : "La saison de Pâques est là ! Préparez une chasse aux œufs mémorable en découvrant et réservant les endroits les plus charmants grâce à Lugh. Quels sont vos plans pour Pâques cette année ? Partageons des idées et des lieux inoubliables !"

Visuel : Image d'un parc joliment décoré pour Pâques, avec des œufs cachés partout.

2. Instagram - Promotion de la Gestion de Réservation

Objectif : Démontrer la facilité d'utilisation de l'application pour la gestion des réservations d'activités sportives.

Post Instagram :

Image : Un visuel attractif d'un utilisateur heureux utilisant l'application sur son smartphone dans un gymnase.

Caption : "Jamais la réservation d'un terrain de sport n'a été aussi simple ! 🏀✨ Avec Lugh, trouvez et réservez votre prochain créneau sportif en quelques taps. Quel est le sport que vous allez jouer cette semaine ? #SportEasy #LughApp"

Story Instagram : Séquence montrant le processus de réservation étape par étape sur l'application.

3. Twitter - Promotion d'une Session de Jeux de Société Viking

Objectif : Attirer l'attention sur les fonctionnalités de l'application permettant de réserver des espaces pour des événements sociaux comme les jeux de société.

Tweet :

Image : Un Viking en train de regarder des options de locaux sur son téléphone, entouré de jeux de société.

Texte : "🛡️🎲 Les Vikings ne partent pas toujours en guerre ; parfois, ils planifient des soirées jeux de société ! Utilisez Lugh pour trouver le lieu idéal pour votre prochaine aventure ludique. #VikingGameNight #LughApp"

4. Communication Spéciale pour l'Engagement des Développeurs

Objectif : Montrer le côté humain et éducatif derrière l'application, en mettant en avant les développeurs qui travaillent sur le projet.

Post Twitter :

Image : Photo d'un membre de l'équipe de développement sur un terrain de foot, portant un sweat d'Epitech.

Tweet : "⚽️🎓 Découvrez [Nom du Membre de l'Équipe], notre développeur passionné chez Lugh ! Étudiant à Epitech et fervent sportif, il incarne l'esprit de notre application : innovante et éducative. #TeamLugh #EpitechTalent"

# Révision et réactions :

Préparer des réponses aux questions fréquentes que le public pourrait avoir sur l'application. Simuler une interaction avec le public en créant des scénarios de questions et réponses.

# Analyse de performance :

## ICI Graph pour les différentes campagnes. Conclusion : Ce document a pour but de tracer les efforts de communication pour Lugh, en s'assurant que chaque action est alignée avec la stratégie globale et répond aux attentes du public cible.