

PLAN DE COMMUNICATION PLURIMÉDIA

QUIK BY GOPRO

GROUPE 1 TD23



BONE-TELLIER Axel
FERRON Antoine
LAMARRE Maëlig

10 2023

SOMMAIRE

01

DÉTECTION ET ANALYSE DES BESOINS / DÉSIRS /
ATTENTES DES CONSOMMATEURS (CONSUMER
INSIGHT)

02

EXPLICATION DU CONCEPT / LA PROBLÉMATIQUE
MARKETING ET COMMUNICATIONNELLE

03

ANALYSE DE LA SITUATION MARKETING ACTUELLE
DE L'ENTREPRISE

04

OBJECTIFS MARKETING ET COMMUNICATIONNELS

05

IDENTIFICATION DU PUBLIC CIBLE

06

AXE DE COMMUNICATION (LA COPY STRATEGY)

07

SUPPORTS DE COMMUNICATION MÉDIA ET/OU HORS
MÉDIA

08

RÉDACTION DES MESSAGES EN FONCTION DES SUPPORTS DE
COMMUNICATION

09

MÉDIAPLANNING

10

ANALYSE CRITIQUE DU TRAVAIL RÉALISÉ

11

SOURCES

12

ANNEXES



DÉTECTION ET ANALYSE DES BESOINS / DÉSIRS / ATTENTES DES CONSOMMATEURS (CONSUMER INSIGHT)

BESOINS

L'Accomplissement :

- la création d'une vidéo qualitative seul
- créer un joli montage à partir de ses photos/vidéo
- l'expression de soi au travers d'un montage

(secondaire) Appartenance:

- la publication de ces montages peut permettre à l'utilisateur d'appartenir à une communauté de personnes partageant des vidéos de leurs activités
- fonctionnalité de partage et est lié à la communauté d'utilisateur de GoPro.

MOTIVATION / FREIN / RÉPONSE

MOTIVATION

Hédoniste :

- rendre l'expérience visuelle de mes vidéos meilleure
- j'ai envie de raconter mes vacances en vidéo sans me creuser la tête
- Je souhaite réaliser un montage de mes vacances pour le partager avec mes amies.

FREIN

- le prix : l'application fonctionne avec un freemium (1 montage gratuit, le reste est payant)
- Certaines fonctionnalités bloqué si l'on ne possède pas de GoPro
- J'ai peur que cela soit trop compliqué d'utilisation

RÉPONSE

- l'application fait quasiment tout automatiquement
- Une GoPro n'est pas obligatoire on peut utiliser les vidéos de notre téléphone
- des montages de qualité professionnelle pour 9.99€ par an

INSIGHT CONSUMER

OBSERVATION

Les personnes actives veulent créer des vidéos de leurs aventures rapidement, sans passer des heures à éditer.

MOTIVATION

Afin de capturer l'instant présent et de partager leurs expériences sans délai.

RÉPONSE

Quik offre une expérience de montage rapide et intuitive, vous permettant de transformer vos vidéos en quelques clics, éliminant ainsi les freins liés à la complexité.

FREIN

Mais ils ont peur que les logiciels de montage traditionnels soient trop complexes et prennent trop de temps.

EXPLICATION DU CONCEPT / LA PROBLÉMATIQUE MARKETING ET COMMUNICATIONNELLE

PROBLEMATIQUE MARKETING

Comment augmenter le nombre de téléchargements de l'application Quik ?

PROBLEMATIQUE COMMUNICATIONNELLE

Comment changer notre image de marque et s'ouvrir au grand public ?

TRIANGLE D'OR DU POSITIONNEMENT

Offre :

- application de montage, propose des outils de montages puissants, un cloud, ...
- créée par GoPro, une entreprise qui propose des caméras principalement pour le sport (extreme)
- Bénéfices attendus :
 - faire des montages de moments importants à partager

Positionnement :

Quik, une application de montage simple et rapide d'utilisation

Cible :

- des débutants en montage
- des personnes ayant une vie active
- 16 à 45 ans
- elles n'ont pas le temps de faire des montages d'eux même

Concurrence :

- Principal concurrent : CapCut
 - automatisé
 - plus complexe mais propose plus de fonctionnalités
- ce qu'on a en plus par rapport à eux :
 - un cloud
 - plus simple d'utilisation

DÉFINITION DU MARCHÉ

Marché

applications mobiles de montage - Lecteur vidéo et éditeur

Chiffre d'affaire

En volume :

Malheureusement, nous n'avons pas accès aux données de téléchargement sur l'app Store Apple et les données du Play Store Google ne sont pas précises, on peut néanmoins avec ces informations calculer un chiffre d'affaires en volume :

- **1.410 Milliards** de téléchargements dans le **monde**,

la population française représente environ 1% de la population mondiale, ainsi, on estime le chiffre d'affaires en volume en France :

- **14.1 Millions** de téléchargements en **France**.

En valeur :

En 2021 :

- **3 782.5 Millions** de dollars dans le **monde**
- **35,9 Millions** d'euros à l'**échelle française**.

Estimation pour 2023 :

- **9 747.3 Millions** de dollars dans le **monde**,
- **92.5 Millions** d'euros à l'**échelle française**.

Taux d'évolution

D'après les sources les plus récentes (2021), le taux d'évolution est **entre 5.6 et 9.1%**.

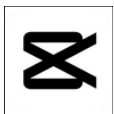
DEMANDE ET TENDANCE DU MARCHÉ

- Avec l'expansion des réseaux sociaux, surtout Tik Tok, il est important de proposer des outils permettant de créer des vidéos adaptés (les bons rythmes et formats) à ces derniers.
- De plus en plus de personnes filment des vidéos de leur quotidien ("get ready with me", "what I eat in a day", ...).

ANALYSE DE LA SITUATION MARKETING ACTUELLE DE L'ENTREPRISE

CONCURRENCE

Nous avons 5 concurrents principaux :



CapCut
(appartient à Tik Tok)



Inshot



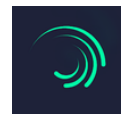
Youcut
(appartient à InShot)



KineMaster



VN
Videos



Alight
Motion

Annexe 1 : Les parts de marchés en Millions de téléchargements sur le Play Store

Annexe 2 : Analyse de l'environnement concurrentiel

SWOT

Puisque notre entreprise (Go Pro) et le produit que nous souhaitons vendre sont très différents (par conséquent leur marché aussi), nous avons décidé de créer un SWOT pour chacun d'entre eux

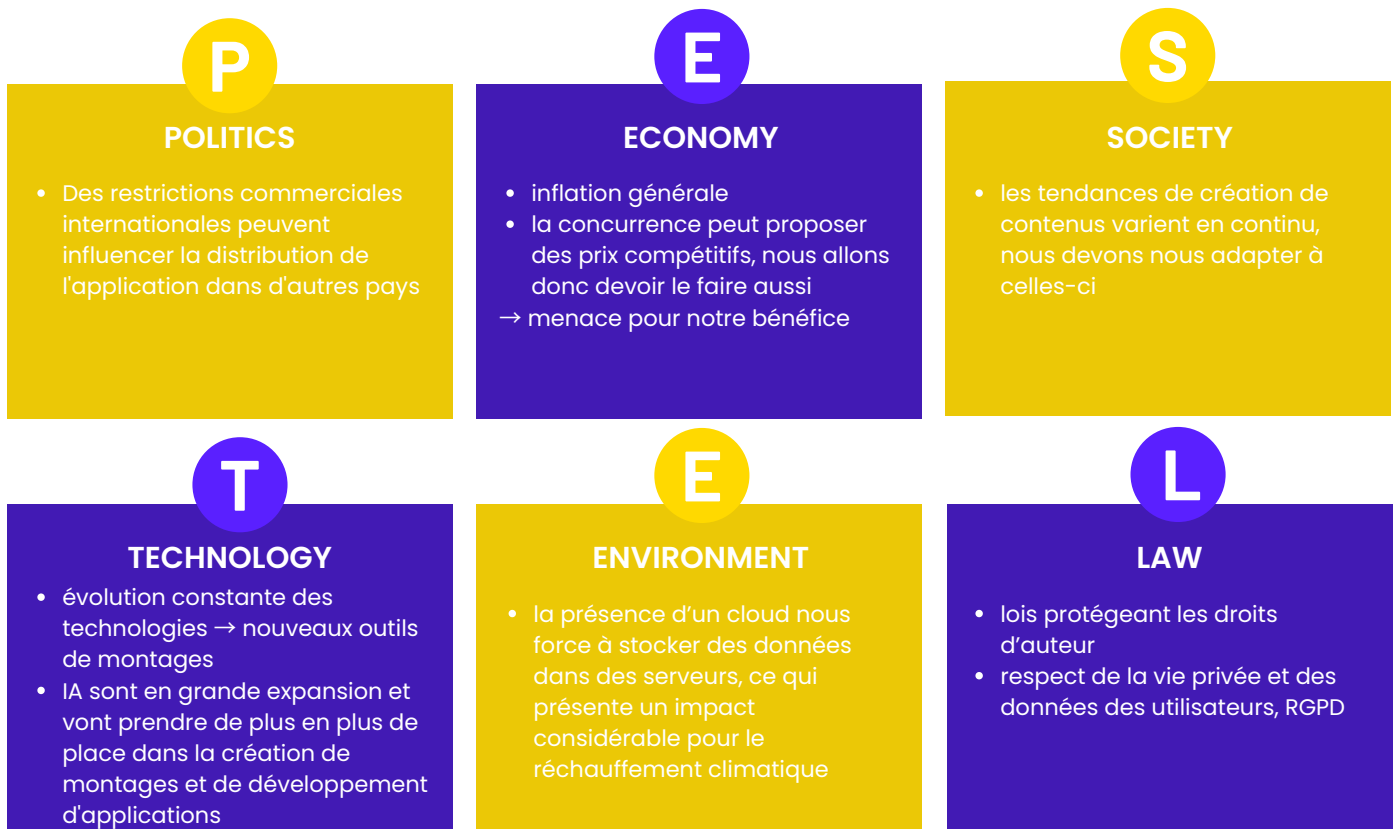
Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> • Marque : GoPro est reconnue mondialement. • Constantes innovations technologiques • Communauté engagée qui crée et partage du contenu, renforçant ainsi la notoriété de la marque. • Large gamme de produits 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de diversité dans les produits (qu'un type de caméra et ses accessoires associés) • L'entreprise a rencontré des difficultés financières à certains moments, ce qui a eu un impact sur sa rentabilité (échec de la diversification média en 2016, vague de licenciements 2018, COVID-19 en 2020) • Le prix des produits peut freiner les consommateurs dans l'acte d'achat • une cible trop précise : les pratiquants de sports extrêmes
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • partenariat avec des athlètes • Marchés émergents : l'expansion dans de nouveaux marchés géographiques peut offrir de nouvelles opportunités de croissance. • collaboration avec d'autres marques (Red Bull, MotoGP, NHL) • profiter des tendances telles que la réalité virtuelle, la réalité augmentée et les médias sociaux pour élargir l'utilisation de ses produits. 	<ul style="list-style-type: none"> • La concurrence : plusieurs alternatives à la GoPro (Wolfgang Caméra Sport 4K, Akaso V50 Elite Native 4K, La caméra de sport Campark 4K, La caméra de sport Thomson, La caméra de sport Takara 4K) présentent une grande concurrence à GoPro • Évolution rapide de la technologie : les avancées technologiques peuvent rendre les produits existants obsolètes rapidement. • l'inflation globale affecte la demande de produits de loisirs comme les caméras d'action. • évolution des tendances : les vidéos filmées à la GoPro de sports extrêmes ne sont plus aussi populaires qu'avant

SWOT GOPRO

ANALYSE DE LA SITUATION MARKETING ACTUELLE DE L'ENTREPRISE



PESTEL



DES OBJECTIFS SMART

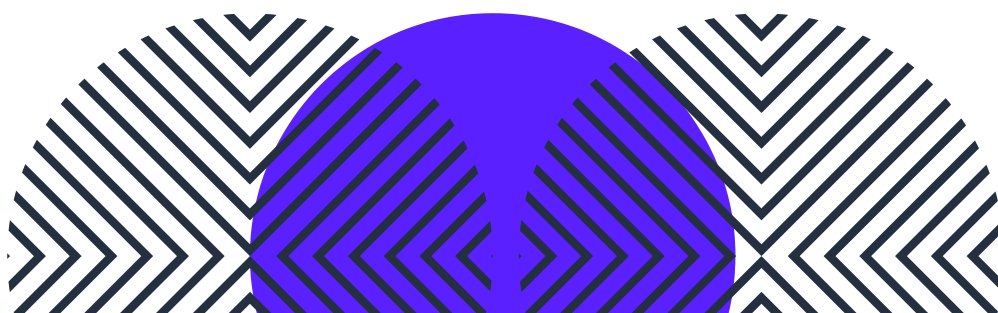
Il faut que 50% des personnes qui téléchargent l'application (à partir du moment où la refonte ait été mise en place) n'important pas de vidéos GoPro pour leurs montages, et ce, 3 mois après que la refonte ait été mise en place. De cette façon, nous pourrons savoir si notre cible s'est élargie.



Téléchargement multiplié par 1,5 dans les 3 mois suivant le lancement de la campagne de communication

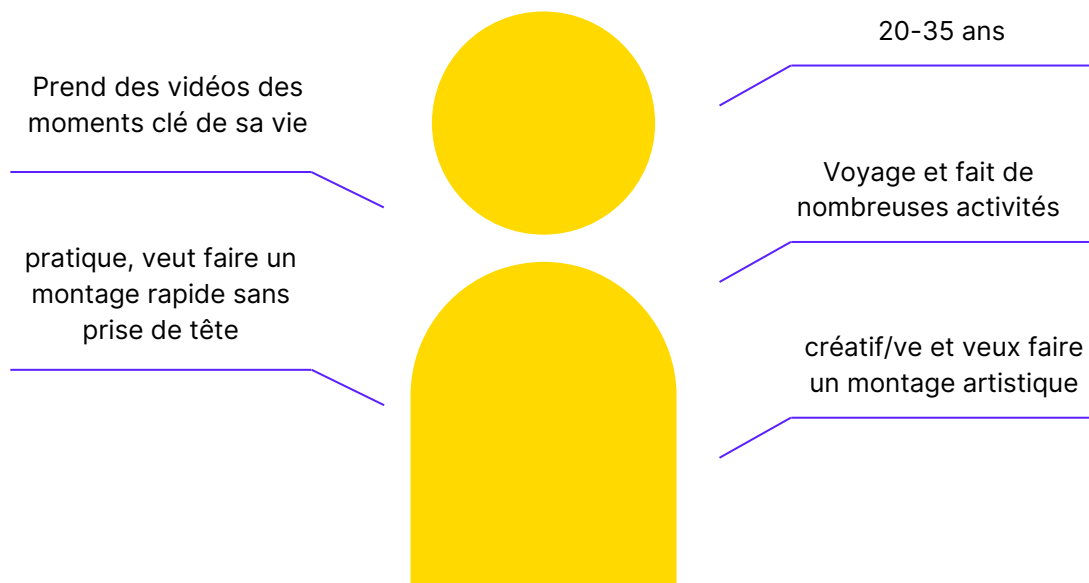


Téléchargement multiplié par 2 dans l'année suivant le lancement de la campagne de communication



IDENTIFICATION DU PUBLIC CIBLE

NOTRE CIBLE



PERSONAS

Jane Iversaire



Identité :

Age : 26 ans
 Sexe : Féminin
 Ville de résidence: Toulon
 Profession : Aide - Soignante
 Situation familiale : Célibataire
 Profil technologie : Connait les nouvelles technologie, sait se servir d'un portable, utilise les réseaux sociaux

Ses motivations

- Veux partager un montage des meilleurs moments de ses vacances avec ses amies à ses amies
- N'a pas le temps d'apprendre à faire un montage
- Veux réaliser un montage du dernier concert auquel elle a assisté

Ses freins

- A peur que ce soit au-delà de ses capacités
- A peur que le produit soit réservé au sport extrême
- Peut-être que le résultat sera de mauvaises qualités

Histoire :

Issue de la petite commune de Riboux dans les Bouches-du-Rhône, Jane est une jeune femme dynamique qui aime les concerts, festivals et les vacances avec ses amies. Elle a été forcée de quitter ses parents et sa campagne pour pouvoir étudier à Toulon où elle s'est fait de nombreux amies avec lesquelles elle a créé de nombreux souvenirs. Elle aime filmer les moments importants de sa vie tels que son premier concert avec sa sœur ou les dernières vacances passées à Marseille avec deux de ses meilleures amies. Jane a cependant un grand manque de confiance en ses capacités créative et pense toujours ne pas avoir les compétences pour faire son travail ou réaliser quoi que ce soit de créatif.

Son parcours :

- Obtention de son baccalauréat général en 2015
- Se reconvertis après des études de physique qu'elle déteste
- Rentres en 2019 dans un centre de formation au lycée Parc St-Jean GRETA à Toulon pour obtenir son DEAS afin de devenir aide soignante
- Deviens aide soignante en 2020 pour l'hôpital rattaché à son centre de formation

AXE DE COMMUNICATION (LA COPY STRATEGY)

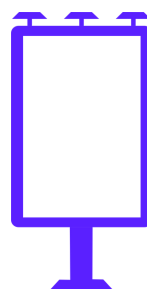


SUPPORTS DE COMMUNICATION MÉDIA ET/OU HORS MÉDIA

Notre cible étant des personnes assez jeunes (20 - 35 ans), qui aiment faire des voyages, et voulant le partager nous allons utiliser comme médias :



INTERNET



AFFICHAGE

Supports de médias :



Réseaux Sociaux :
Instagram puisque notre
cible est jeune -
médiamétrie



Google : pour notre site web, nous
utilisons du SEO pour le
référencement, le SEA ne sera pas
utile puisque notre site est déjà
existant et assez bien référencé,
nous avons juste à améliorer notre
référencement avec le SEO



SEO : des mots clés plus
larges pour toucher notre
cible

Nous ne faisons pas de communication via l'affichage publicitaire sur internet car en moyenne, 52% des personnes âgées de 20 - 35 ans utilisent un bloqueur de pub. Les personnes âgées entre 20 et 35 ans préfèrent à 55% l'affichage publicitaire en extérieur.

Support	Cible	Message
Google (site web)	20 - 35 ans	Les utilisateurs de cette tranche d'âge apprécient les outils simples et modernes qui leur permettent d'obtenir des résultats rapidement. Nous pourrions donc via notre site web mettre en avant la simplicité d'utilisation de l'application Quik en mettant à disposition des exemples. "Quik est une application simple, moderne et rapide d'utilisation"
Instagram	20 - 30 ans	Instagram va nous permettre d'avoir une relation de proximité avec nos clients. Nous pourrions donc via Instagram organiser des événements et concours pour encourager l'utilisation de notre application. "Quik vous propose des concours, événement de réalisation de vidéo avec des lots à gagner "
Facebook	30 - 35 ans	Les personnes étant sur Facebook représentent la partie la plus "âgée" de notre cible, ils sont donc souvent moins à l'aise avec la technologie, nous devons mettre en avant la simplicité de l'application Quik tout en ne négligeant pas la qualité. "Quik est une application qui permet de faire des montages de qualité facilement"
Affiche publicitaire	20 - 35 ans	Avec des affiche publicitaire, nous visons un public plus large, nous devons donc inciter à faire télécharger notre application en mettant en avant en quelques mots ses points forts et donner un moyen rapide de téléchargement comme un QR code

	Novembre				Decembre				Janvier				Fevrier			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Internet																
Réseaux Sociaux			Post sur le black friday		Publications spéciales Noël							Publications spéciales sport d'hiver				
												Post journée mondiale de la protection des données				
SEO / SEA			Offre du black friday							Soldes D'hiver						
Affichage																
Metro (200x150)					Affichage spéciales Noël									Affiche de St Valentin		

	Mars				Avril			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Internet								
Réseaux Sociaux		Post journée mondiale droit des femmes			Post 1er avril		Post journée mondiale de la terre	
SEO / SEA								
Affichage								
Metro (200x150)								

01

notre analyse de la concurrence aurait pu être plus précise, or le manque de chiffres et de données nous a freiné dans l'acquisition d'informations nécessaires

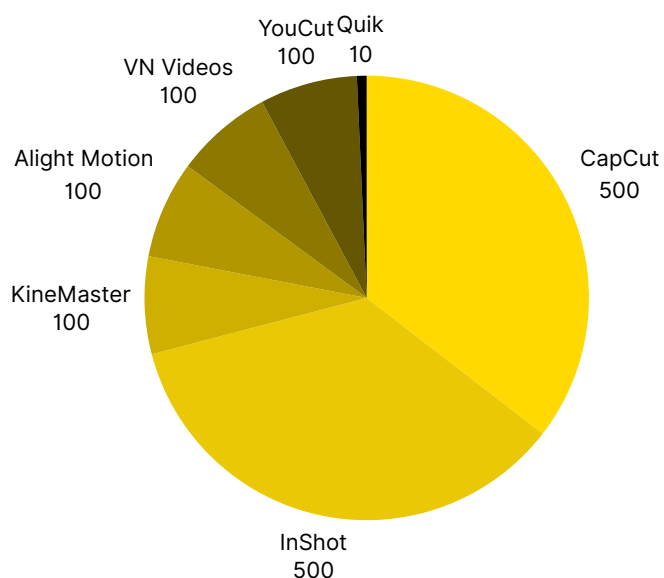
02

L'établissement des besoins aurait été plus crédible si on s'était basés sur des études de comportements consommateurs. Malheureusement, il n'y en avait pas.

- Statista
- Google Play Store
- App Store
- Similar
- GoPro - Quik
- JCDecaux
- IDS Médias
- Future marketing Sights
- Straight Search
- 01 net

1 - LES PARTS DE MARCHÉ

Les parts de marchés en
Millions de
téléchargements sur le
Play Store



2 - ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

