

The background is a dark navy blue. It features three stylized climbing ropes in teal, mustard yellow, and forest green, each looping around the central text. Behind the ropes are several grey, angular shapes representing rock faces or climbing holds, some with small black circular details.

Projet Transversal

L'escalade

Agence(Sommaire)

- Plan de communication
 - Etude du marché
 - Problématique
 - Définition des objectifs
 - Ciblage (site web, vidéo 3D, Jeu vidéo)
 - Persona
 - Map Empathique
 - Segmentation des différentes solutions
 - Communiqués de press
 - Marketing Mix
-



Plan de communication

- -Analyser le contexte global de l'entreprise:
- Nous sommes une trinité qui travaille sûr, attirer, promouvoir et sensibiliser sur des problèmes dans notre société aujourd'hui autour du sport.
- -Fixer des objectifs dans notre stratégie de communication:
- Faire des affiches ayant pour but de ciblé les adultes en incluent des informations choquantes, les enfants avec des illustration leurs facilitant la compréhension et pour finir des sources brutes et des liens à nos réseaux sociaux pour les ados pour qu'ils puissent aider à diffuser nos infos sur instagram ou autre mais aussi leurs faire comprendre que nos informations proviennent de vrai et intéressants articles, site ou personnes
- -Déterminer nos cibles: Enfants de 10 à 12 ans, Adolescents, Adultes
- Avec des messages sur l'inclusivité de toute personnes
- Avec Illustrator pour la réalisation d'affiche et peut être after effect pour des vidéos

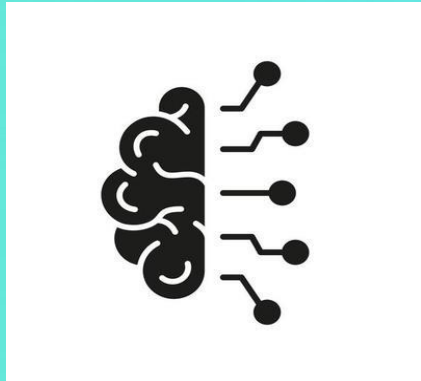
Étude du marché



1. Croissance de la popularité



2. Demande d'équipement



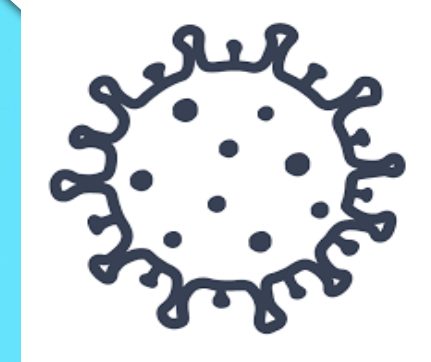
4. Technologie et innovation



5. Durabilité et responsabilité sociale



3. Tendance vers l'escalade en plein air



6. Impact de la pandémie

En résumé, le marché de l'escalade en 2024 est en pleine croissance, avec des revenus annuels estimés à plus de 5 milliards de dollars et une forte demande pour des équipements innovants et durables. La tendance vers l'escalade en plein air, l'adoption croissante de la technologie et l'accent mis sur la durabilité et la responsabilité sociale définissent l'avenir de l'industrie.

Problématique



- Comment Augmenter l'accessibilité à l'Escalade à un public plus large pour éviter la sédentarité ?



Définitions des objectifs



Atteindre les 100 000 visite sur
notre site web en 1 mois



Avoir 10 000 vues sur youtube
en 1 mois



Avoir 1000 joueurs différents
en 1 mois

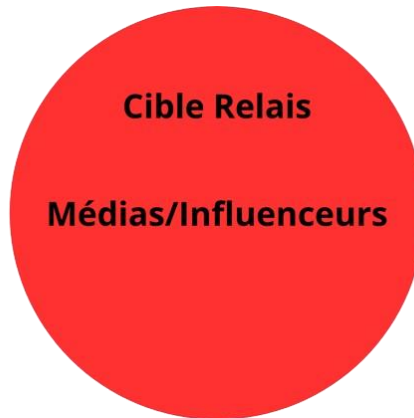
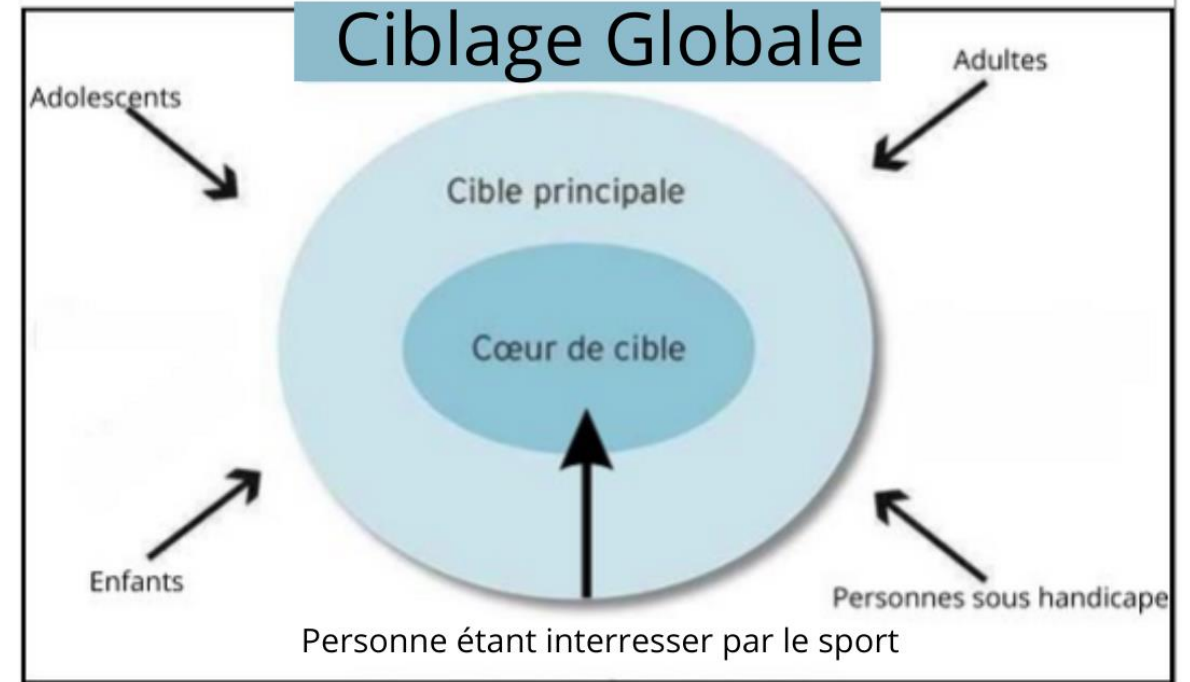
Ciblage et Segmentation



Ciblage et Segmentation Globale

Pour la segmentation nous prendrons en compte l'âge, mode de vie et pratique

Segmentation par type de pratique :
Segmentation par mode de vie :
Segmentation par âge :



Ciblage et Segmentation

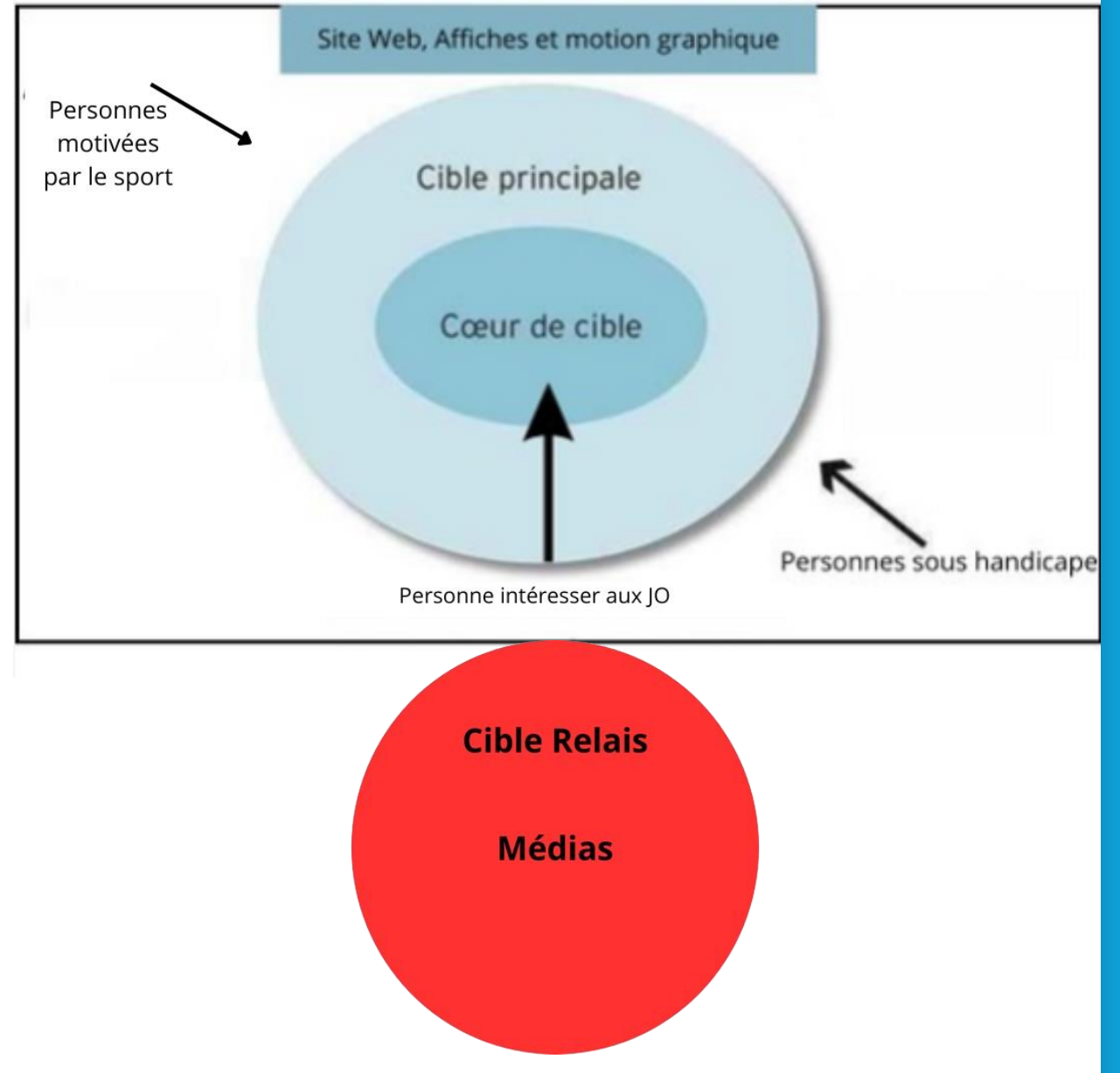
SiteWeb

Pour la segmentation nous prendrons en compte l'âge, lieu, compétence en sport:

Segmentation par lieu :

Segmentation par niveau de compétence :

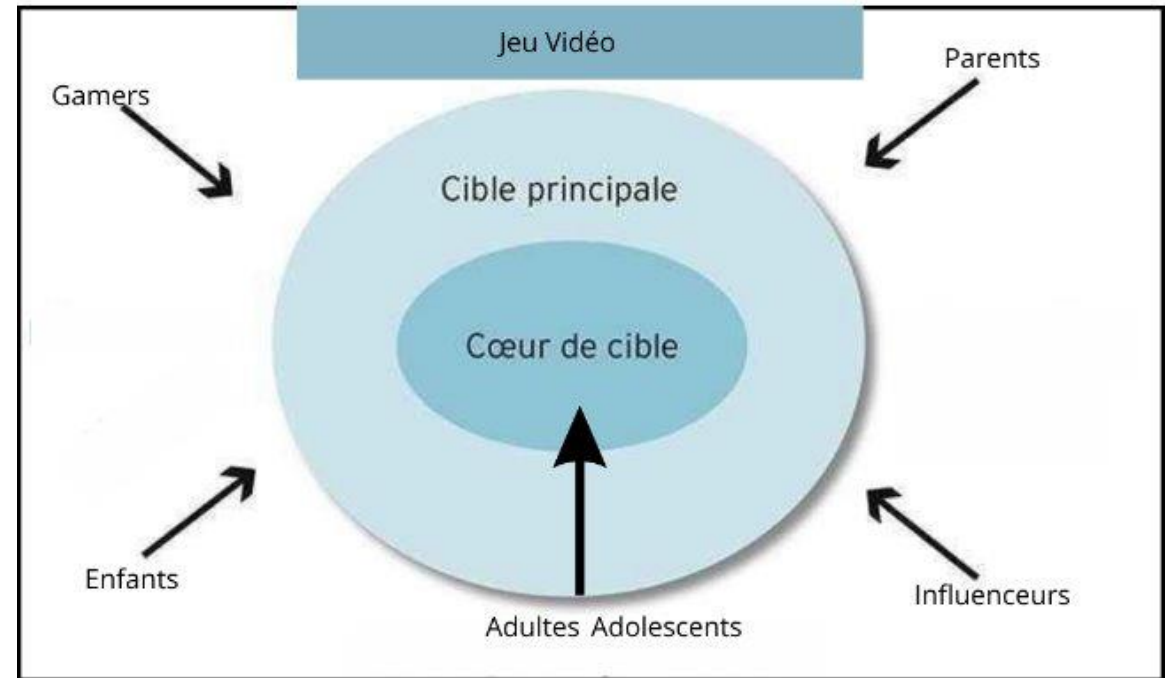
Segmentation par âge :



Ciblage et Segmentation Jeu Vidéo

Pour la segmentation nous prendrons en compte l'âge, mode de vie et pratique

Segmentation par préférence de jeu :
Segmentation par profil de joueur :
Segmentation par âge :



Persona(3D, JV, Agence)

Persona Agence



Nom: Nicolas Kindred

Âge: 25 ans

Sexe: Homme

Travail: Chômeur

Hobbies: Sortir son chien, regarder la télévision, les sorties
pleins airs, l'accrobranche

Lieu d'habitation: HLM

Bio: Nicolas s'est fait viré récemment et ne sais plus quoi faire
de sa vie, alors il décide de combler ce vide existentiel avec du
sport, mais maintenant la question est lequel ?

Réseau social préféré: X (anciennement Twitter)

Personnalité: Bon vivant

Sportif: 1/5

Tweetos: 4/5

Bonheur: 2/5

Motivation: 3/5

Habitudes: Se rendre au pôle emploi, faire
des séances de sport et sortir avec ses amis

Persona Jeu Vidéo

Nom: Silvy Red

Âge: 39 ans

Sexe: Femme

Travail: Infirmière

Hobbies: Yoga, Netflix, La cuisine, aquagym

Lieu d'habitation: HLM

Bio: Sylvia est une mère de 4 enfants, elle travaille énormément pour payer le loyer à elle seule. Pour les occuper, elle leur achète des jeux, mais elle craint l'influence que certains jeux ont.

Jeu préféré de ses enfants: Getting Over it

Personnalité: Bienveillante

Gaming: 0/5

Travail: 5/5

Bienveillance: 4/5

Prendre soin de ses enfants: 5/5

Habitudes: ponctuelle, aller chercher ses enfants, les ramener à la maison



Persona Studio 3D

Nom: George Leski

Âge: 19 ans

Sexe: Homme

Travail: étudiant en biologie

Hobbies: Le sport en tout genre mais surtout l'escalade

Lieu d'habitation: Maison Urbaine

Bio: George est né avec un handicap, il a dû en tirer conclusion qu'il va devoir affronter la vie lui-même. Tout en inspirant les autres en faisant de l'escalade

Film préfère: Wall-E

Personnalité: Curieux

Cinéphile: 4/5

Escalade: 4/5

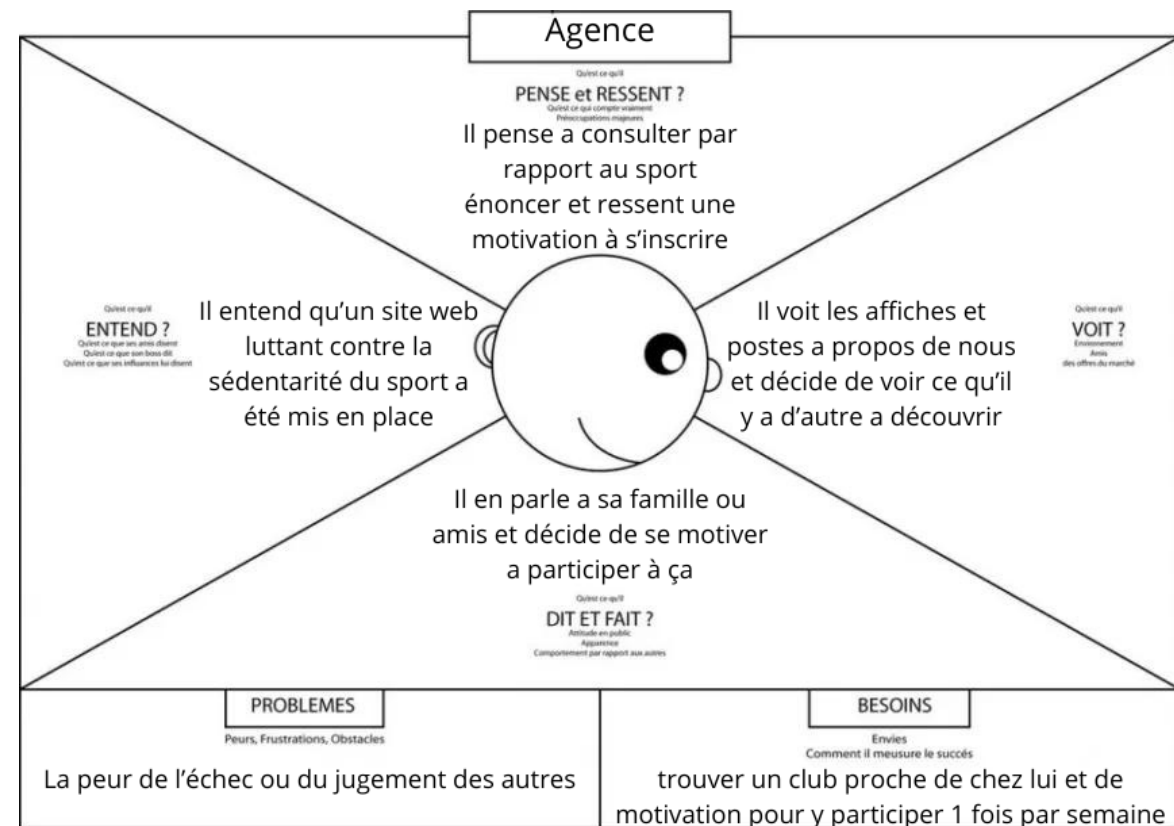
Sensible: 3/5

Curiosité: 5/5

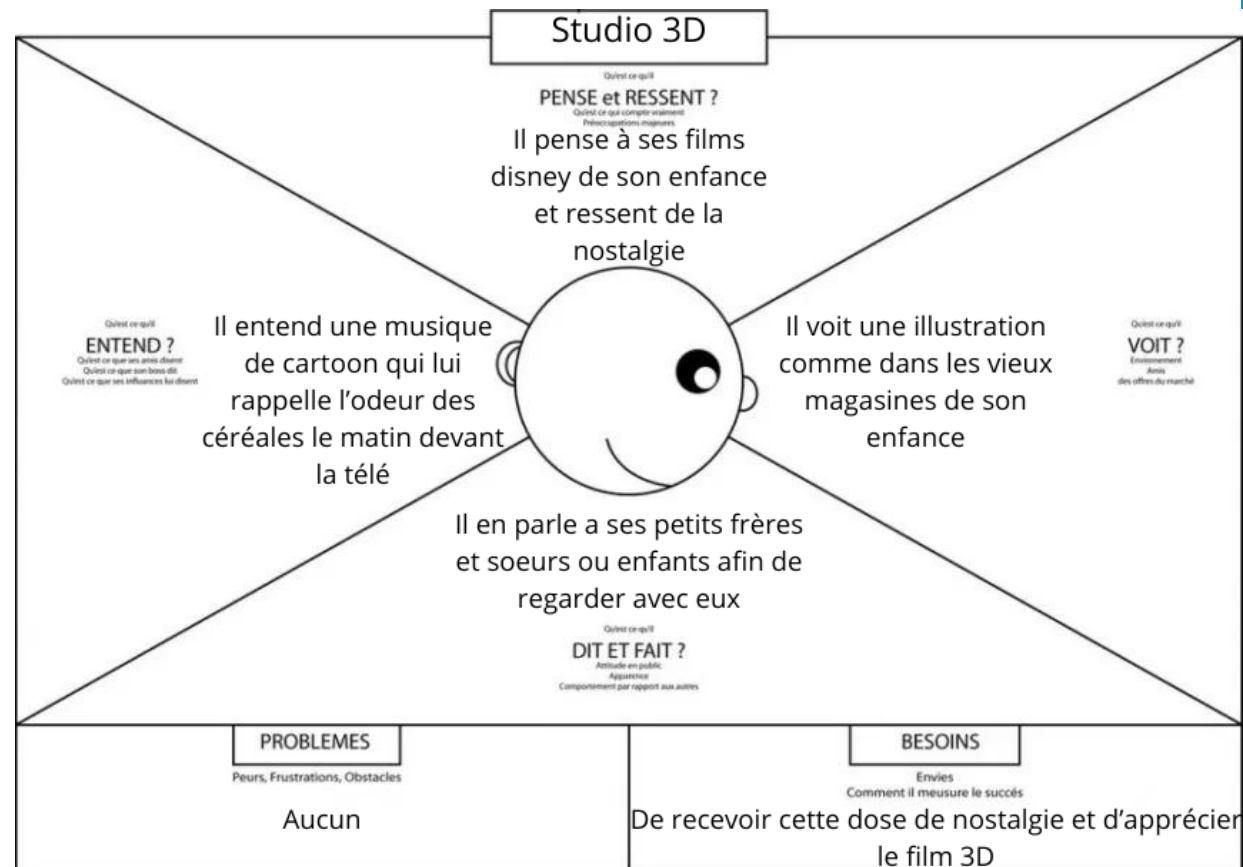
Habitudes: prend un café tout les matins, n'hésite pas a demander de l'aide et regarde souvent bob l'éponge le dessin animé



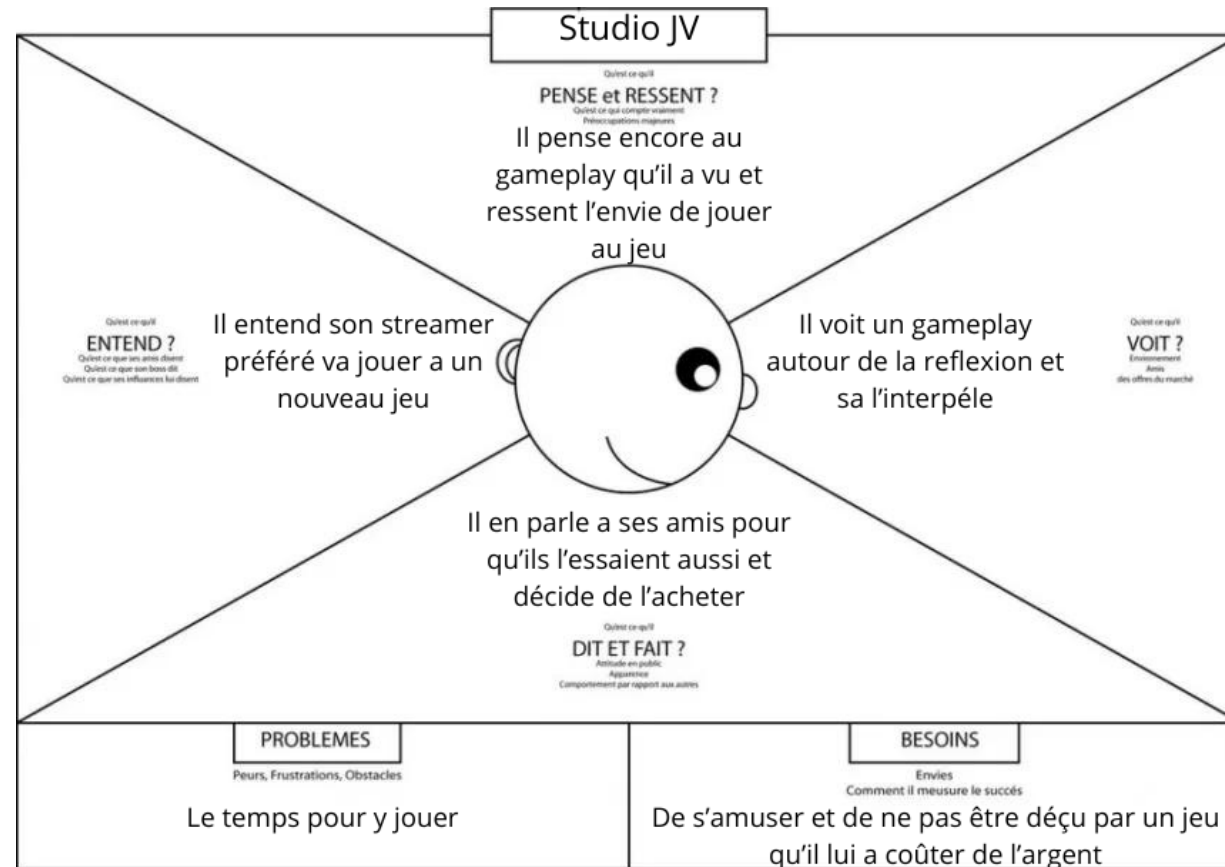
Carte Empathique



Carte Empathique



Carte Empathique



Communiqué de presse

<https://docs.google.com/document/d/1JSiFFyZbchic5l7JGJZGqGs-5LfSCnw-X6i0ZfgLuA/edit?hl=fr>



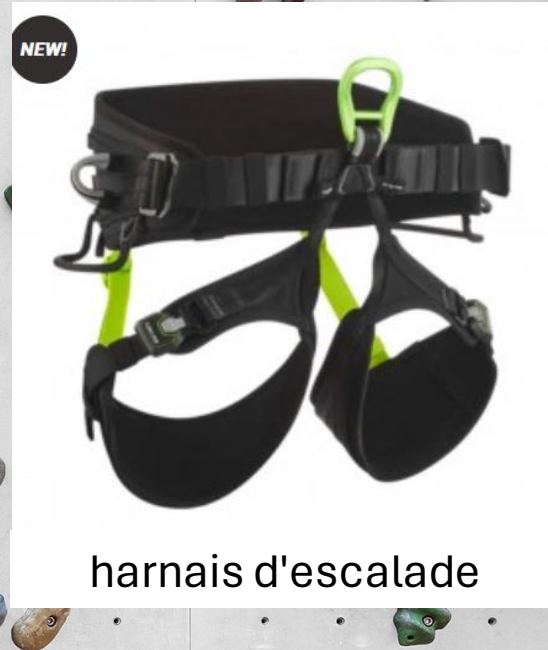
Marketing Mix



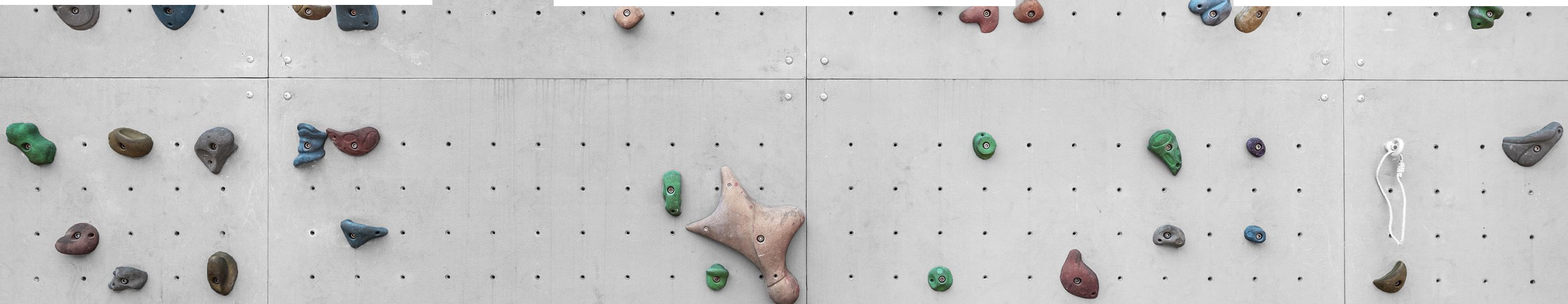
Cour d'escalade



Location de chaussure



harnais d'escalade



Produit





**Abonnement annuel – Tarif
enfant**

410.00€

AJOUTER AU PANIER



**Abonnement annuel – Tarif
réduit**

450.00€

AJOUTER AU PANIER



**Abonnement annuel – Tarif
normal**

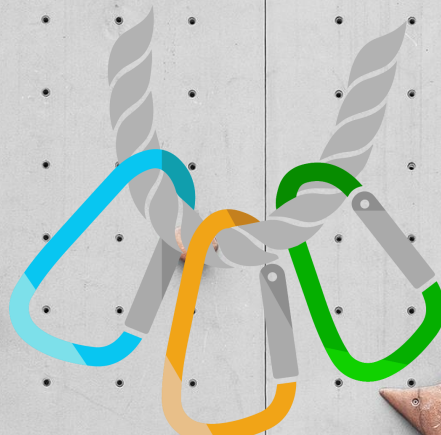
530.00€

AJOUTER AU PANIER

Prix



Club intérieure compétitive



Site Web



Club extérieure casual

Placement



Accès site Web



Influenceurs



Happy hours (réduction)

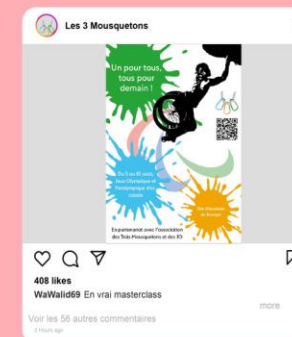
 **Les 3 Mousquetons**
@Les3mousquetons



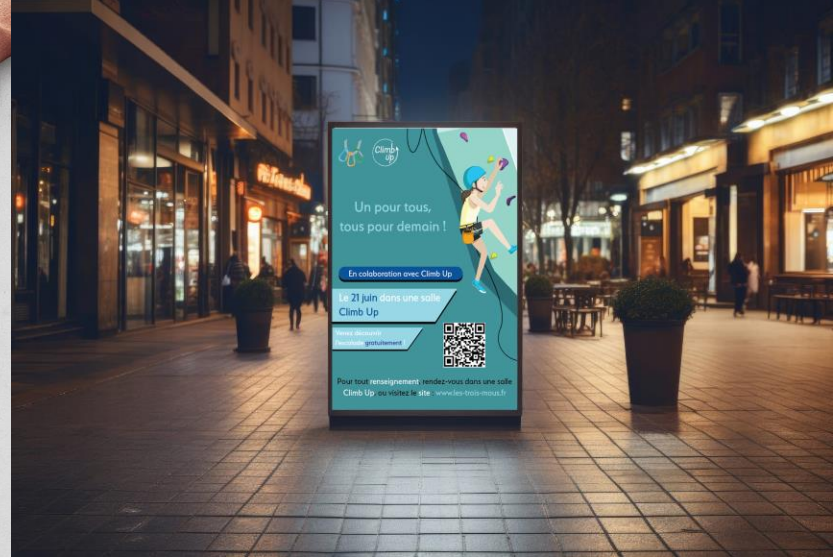
Le 21 Juin, découvrir le bonheur de l'escalade grâce à notre journée découverte grâce à ClimUp. [#ClimbUp](#)

11 Avril 2024

8,5k 164 784 432



Promotion (Online)



Promotion (Offline)