

BASIC AGENCY



FELGUEIRAS Ines, NUNES DOMINGUES Emma, MAROUANI Ray-Yan

NOTRE ÉQUIPE



INES FELGUEIRAS

DIRECTRICE STRATÉGIE

Championne du tournoi de Cluedo de Bourgogne 2017



EMMA NUNES DOMINGUES

DIRECTRICE COMMUNICATION

A l'aise... mais seulement derrière son écran



RAY-YAN MAROUANI

DIRECTEUR MARKETING

Adore trainer à la machine à café ... mais déteste le café.



BASIC AGENCY

Agence 360°
Stratégie Communication & Marketing

Crée en 2019
Notre agence a travaillé pour plusieurs groupes nationaux et internationaux.



BESOIN CLIENT



Besoin d'un gros coup de com' pour la fin de la Covid-19 ?

Basic Agency est là !

PROBLÉMATIQUE ?

COMMENT RESTER LE NUMÉRO 1 DANS LE COEUR DES
FRANÇAIS FACE À L'ACTUALITÉ ?

SOMMAIRE

1

UNIVERS DE LA MARQUE

- Chronologie de Netflix
- Les cibles de la marque
- Les valeurs de Netflix
- La concurrence
- Covid 19 : comment a-t-elle communiqué ?

2

PROPOSITION SOCIAL MEDIA COVID 19

- Le ton de communication
- Notre objectif
- L'audience
- Notre persona : cœur de cible
- Nos 4 posts organiques
- Notre post sponsorisé

3

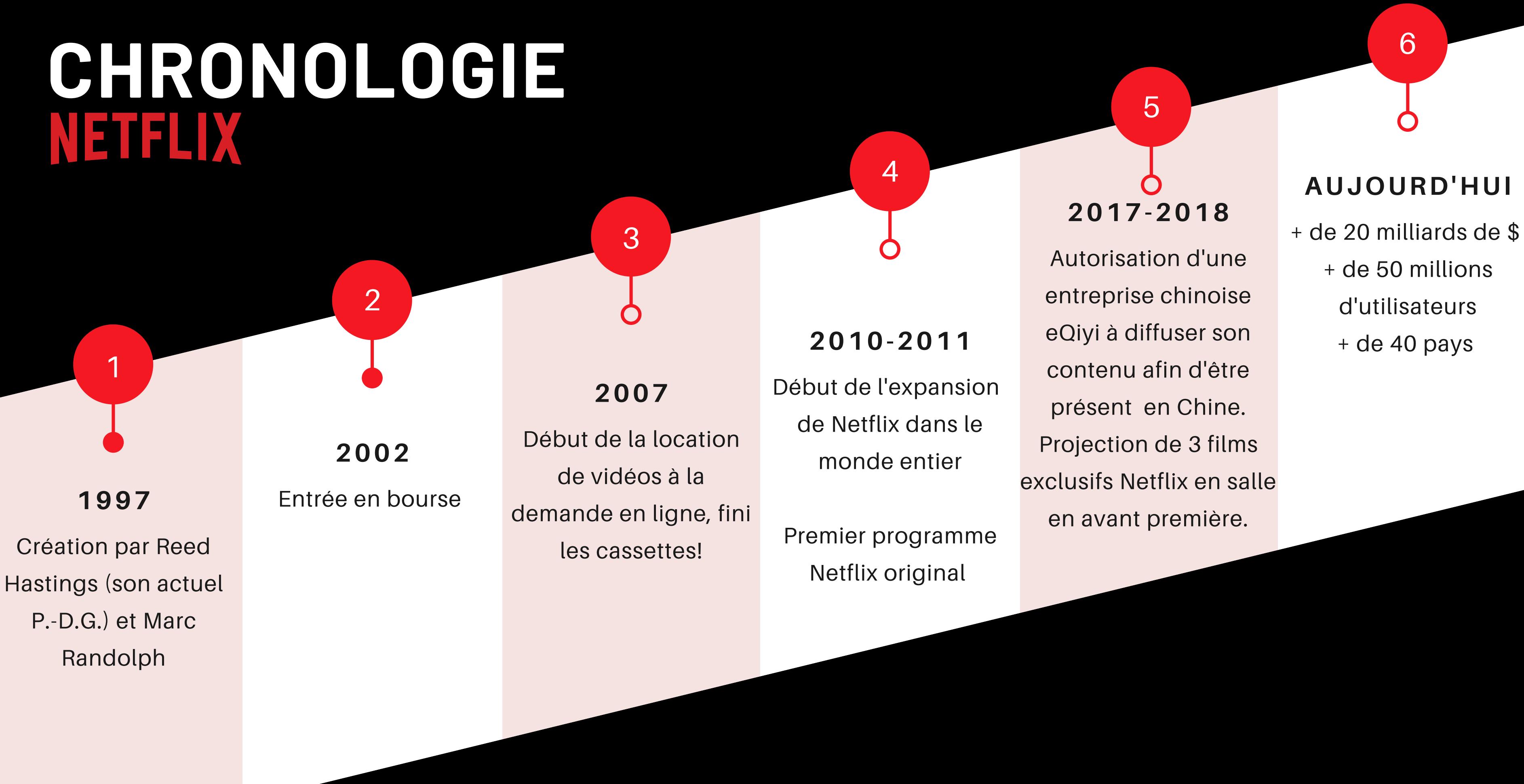
MARKETING D'INFLUENCE

- Choix de l'influenceur
- Les statistiques de l'influenceur
- Notre plan de communication
- Notre budget
- Le retour sur investissement

UNIVERS DE LA MARQUE

PARTIE 1
NETFLIX

CHRONOLOGIE NETFLIX



LES CIBLES DE LA MARQUE

1

LES JEUNES : 15-24 ANS

La cible principale est les jeunes. En effet, ce sont les plus grands consommateurs de la plateforme.



2

LES FAMILLES

La seconde cible est la famille incluant les enfants. En effet, parmi son catalogue, la plateforme propose des films et dessins animés spécialement pour les enfants.



LES VALEURS DE NETFLIX

1 HUMOUR

L'humour est le cœur de votre communication

2 INCLUSIVITÉ

C'est clair pour vous, on ne met personne à l'écart !

3 PROXIMITÉ

Pour beaucoup, vous êtes comme une deuxième famille

4 TRANSPARENCE

On ne peut pas dire de vous que vous avez des secrets...

5 PROGRÈS

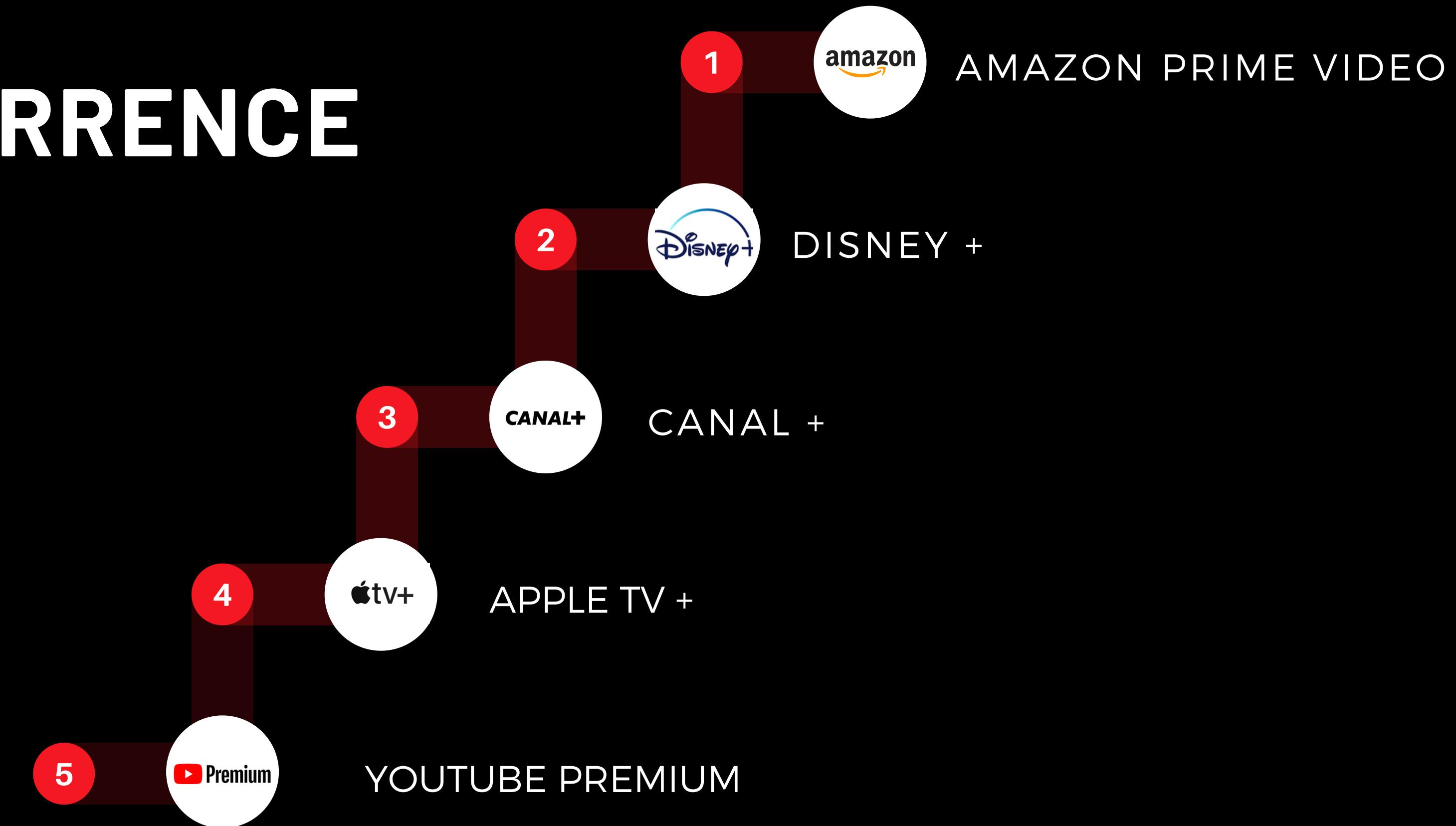
Vous êtes les premiers, et ne comptez pas vos efforts pour y rester

6 QUALITÉ DE SERVICE

Toujours réactifs, ne changez pas !

LA CONCURRENCE

En France



COVID-19

Comment a-t-elle communiqué ?

Depuis le premier confinement, Netflix a augmenté la fréquence de ses posts, bien qu'elle était déjà élevée avant.

Cependant, la marque n'a jamais évoqué le coronavirus sur ses réseaux sociaux.

C'est seulement pour la nouvelle année qu'elle a posé des mots sur cette année particulière.

Regarder la vidéo IGTV



Q



321693 vues

netflixfr L'année de toutes les émotions. · 2020 ne reviendra pas pour une nouvelle saison.
Bonne année 2021 !



PROPOSITION SOCIAL MEDIA COVID-19

PARTIE 2
NETFLIX

LE TON DE COMMUNICATION

L'HUMOUR !

Sans grande surprise, notre choix de ton de communication sera basé sur l'humour et l'autodérision que Netflix manie à merveille.

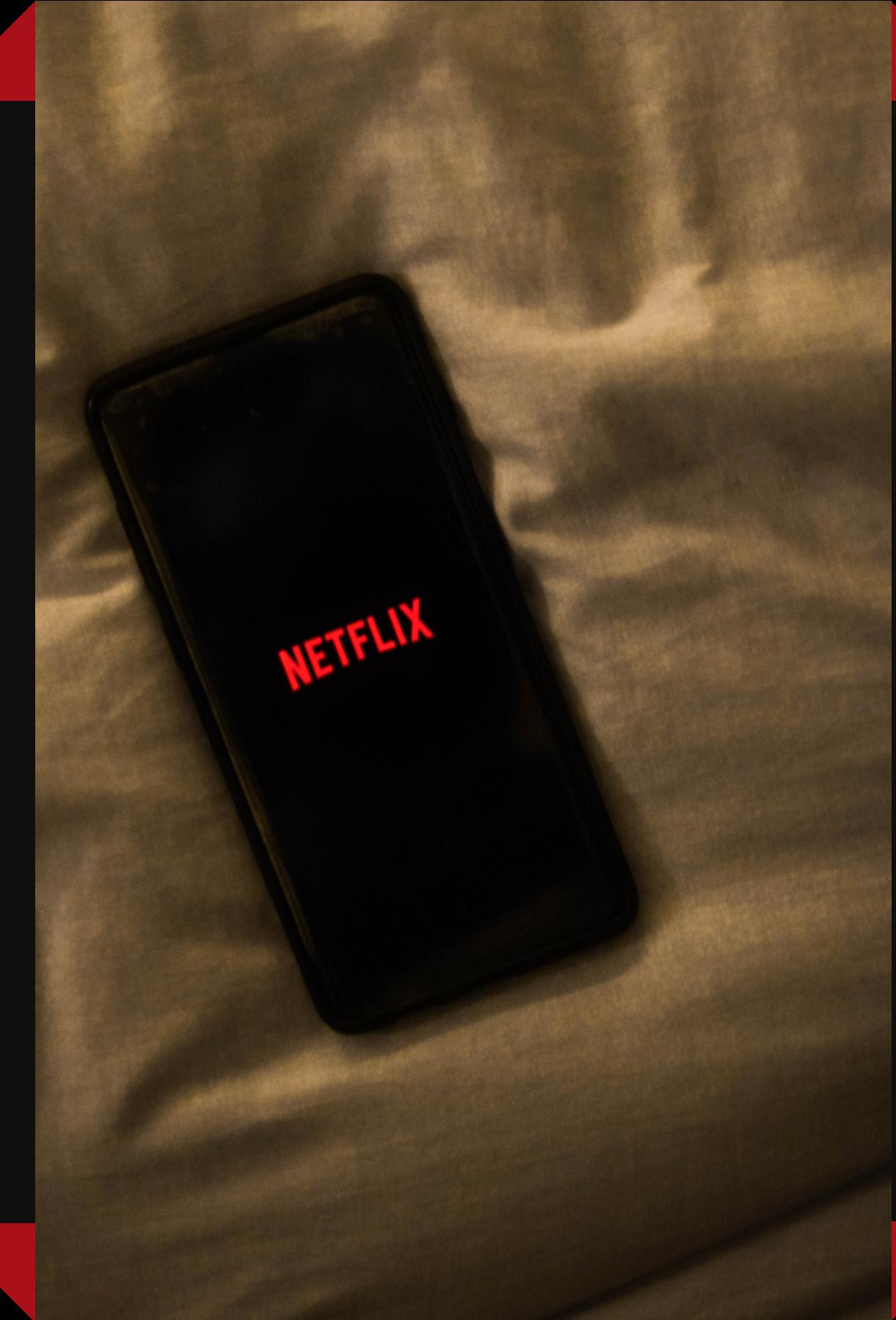
Les publications sont destinées à informer les utilisateurs tout en y joignant toujours un message drôle.

Cela permet à la marque d'entretenir une proximité avec sa communauté, tout en répondant le plus possible aux commentaires.



NOTRE OBJECTIF

GARDER LE MÊME NOMBRE D'UTILISATEURS
QUE PENDANT LA COVID-19.



L'AUDIENCE

L'audience visée est principalement une tranche d'âge de 15 à 25 ans, soit la population la plus présente sur les réseaux sociaux, et en l'occurrence principalement sur Instagram.

La plateforme Netflix leur est familière et ils sont à l'affût de toutes les nouveautés et des nouvelles tendances.

Enfin, ils sont très bon public et aiment le côté décalé de notre communication.



PERSONA

NOTRE COEUR DE CIBLE



POST ORGANIQUE 1

MASQUE & CASA DE PAPEL

- Jeu de mot
- Annonce de la saison finale de la série
- Rétention
- Pas de hashtags



Liked by Netflix and 102765

Netflixfr Nous enlevons nos masques, eux les remettent.

Saison finale de La Casa De Papel prochainement sur
Netflix. ... more

Voir les 1732 commentaires



Add a comment...

POST ORGANIQUE 2

NETFLIX & CHILL

- Jeu de mot
- Message de rappel
- Évocation de la Covid
- Pas de hashtags



POST ORGANIQUE 3

NETFLIX WATCH PARTY

- Message d'annonce : Watch party
- Nouveauté : nouvelle fonctionnalité
- Amateurs de convivialité
- Toujours dans l'idée d'utiliser au maximum Netflix
- Pas de hashtags



POST ORGANIQUE 4

COMMENTAIRES

- Comparaison cocasse
- Nouveauté : nouvelle fonctionnalité
- Message d'annonce
- Pas de hashtags



Liked by Netflix and 65874

[netflixfr](#) Comme Arturo, vous aussi vous pourrez bientôt tout commenté. La section commentaire, prochainement sur

[Netflix](#) 🔥 ... more

[Voir les 549 commentaires](#)



Add a comment...

Aujourd'hui

POST SPONSORISÉ

NOS FILMS PRÉFÉRÉS



Notre objectif : avoir un maximum de nouveaux utilisateurs sur la plateforme.



Ce post s'adresse aux amateurs de films et se veut au maximum général pour que chacun y trouve son compte avec cette liste.



Budget : 5.000€

Instagram



Netflixfr

Sponsored ▾

❤ PACIFIC RIM : UPRISING

❤ CASPER

❤ COLLECTION CLAUDE SAUTET :

- VINCENT, FRANÇOIS, PAUL ET LES AUTRES
- MAX ET LES FERRAILLEURS
- LES CHOSES DE LA VIE

❤ BRAM STOCKER'S DRACULA
(PAR FRANCIS FORD COPPOLA)

❤ DELICATESSEN

❤ MULHOLLAND DRIVE (PAR DAVID LYNCH)

❤ THE ELEPHANT MAN (PAR DAVID LYNCH)

❤ LA CITÉ DE LA PEUR
(AVEC ALAIN CHABAT ET GÉRARD DARMON)

[Sign Up](#)



❤ 90K likes

Netflixfr Netflix accompagne vos soirées de retrouvailles entre potes : voici la crème de la crème de nos films préférés. On vous aime!

MARKETING D'INFLUENCE

PARTIE 3

NETFLIX

CHOIX DE L'INFLUENCEUR

MISTER V

- 👤 Yvick Letexier
- 📍 Français
- 👤 27 ans
- 📝 Vidéaste, humoriste, acteur et rappeur



STATISTIQUES DE L'INFLUENCEUR

< yvick ✅ ...



464 Publications **4,4 mio** Abonnés **1070** Abonnements



Mister V
5,71 M abonnés

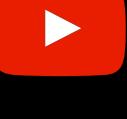
S'ABONNER



Mister V Music
1,77 M abonnés

S'ABONNER

NOMBRES D'ABONNÉS :

-  4,4 millions
-  5,71 millions
-  1,77 millions

TAUX D'ENGAGEMENT

-  9,6

PLAN DE COMMUNICATION



CE QU'ON SOUHAITE FAIRE AVEC CET INFLUENCEUR



Opération communication repose sur :

- 1 escape game sur le thème de la série exclusive "Lupin" avec son personnage principal Omar Sy
- 1 vidéo sur la chaîne principale de Mister V montrant son expérience avec Omar Sy lors de l'escape game



Objectifs :

- Promouvoir la sortie de la 3^e saison de Lupin
- Mettre en avant la plateforme Netflix
- Consolider la communauté d'utilisateurs Netflix
- Attirer de nouveaux utilisateurs



NOTRE BUDGET

MEGA-INFLUENCEUR : 5,71 MILLIONS D'ABONNÉS
BUDGET : 50 000€



LE RETOUR SUR INVESTISSEMENT

NOS ATTENTES

Avoir autant d'influence en terme de traffic sur notre plateforme que pendant la Covid en proposant un axe de communication novateur et humoristique grâce au choix de notre influenceur qui touche également une partie de notre audience .

Avoir de nouveaux utilisateurs sur notre plateforme qui ne le seraient pas encore.

Rester la plateforme numéro 1 chez les français en terme de vidéo à la demande.



CONCLUSION

POUR CONCLURE
NOTRE AGENCE VOUS PROPOSE UN PLAN DE COMMUNICATION DE
SORTIE DE LA COVID-19 SUR INSTAGRAM ET YOUTUBE AXÉ SUR
L'ACTUALITÉ & L'HUMOUR.

NOUS FERONS APPEL À MISTER V EN TANT QU'INFLUENCEUR AFIN DE
RÉALISER UNE VIDÉO SPONSORISÉE SUR LE THÈME D'UN ESCAPE GAME.

NOTRE ENVELOPPE BUDGÉTAIRE GLOBALE EST D'ENVIRON 55000€
(SOIT 5000€ POUR LE POST SPONSORISÉ ET 50000€ POUR
L'INFLUENCEUR).



MERCI

FROM

Basic Agency