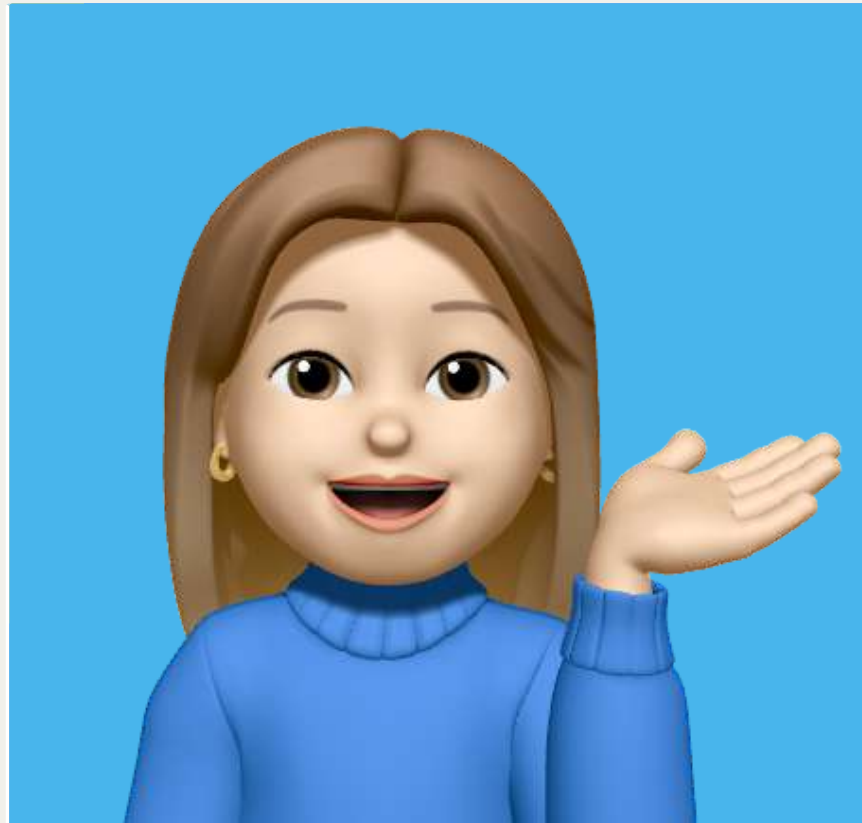




Cheerz

Transformer vos événements

L'équipe TriCom



JULIA

Chargée de communication

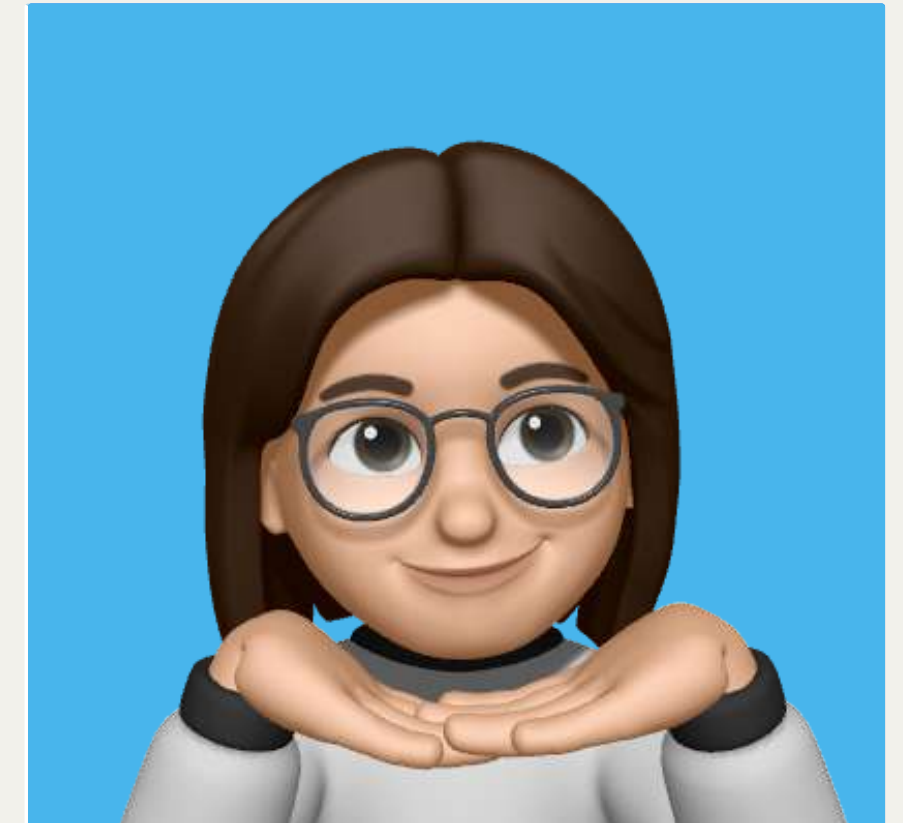
***"Aucune trend ne
m'échappe"***



VICTOIRE

Responsable marketing

"Vision 360 bordelaise"



SOLENE

Directrice artistique

***"Les couleurs et les typo,
ma passion"***



Problématique du client

Quelle stratégie Cheerz devrait adopter afin de s'implanter durablement sur le marché de la location de borne photo pour des événements B2B ?

Ce qu'on retient de votre brief

- Volonté de s'implanter sur le marché B2B
- Avoir une vision globale du marché du photobooth
- Toucher une saisonnalité différente du B2C
- Avoir une communication 360 autour de cette offre

Ils sont aussi sur le marché

IMPRESSION PHOTO

- Cewe
- Freeprints
- MyFujifilm
- Photobox
- Photoservice
- Myposter
- Lalalab
- Photoweb
- Mon album photo

LOCATION PHOTOBOOTH

- Shootnbox
- Kruu
- Burddy
- Josepho
- Planet Photo Booth
- U
- Location Photo Booth selfie

Eux VS Vous

Location Photobooth

Service haut de gamme



Cheerz

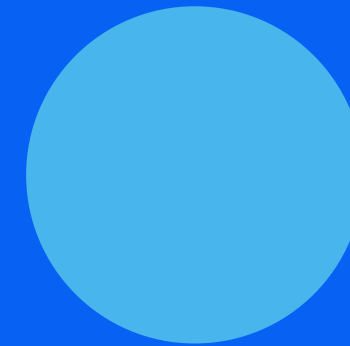


Prix élevé

Analyse du marché



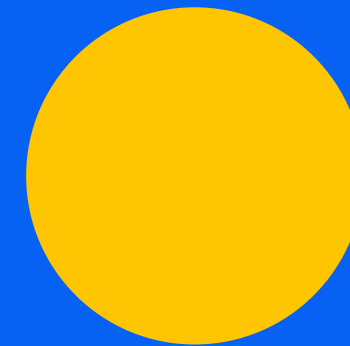
Croissance du marché



Demande des consommateurs



Adaptation aux tendances



Opportunités commerciales

**28.000 CABINES
INSTALLÉES DANS LE
MONDE**

**HAUSSE DES VENTES À
15% L'AN DERNIER**

**24 millions de portrait par
an dont la moitié en
France**

**La croissance du marché des
photomaton devrait enregistrer un
TCAC de plus de 9,7% d'ici 2030**

**Chiffres
clés**

Les cabines photos

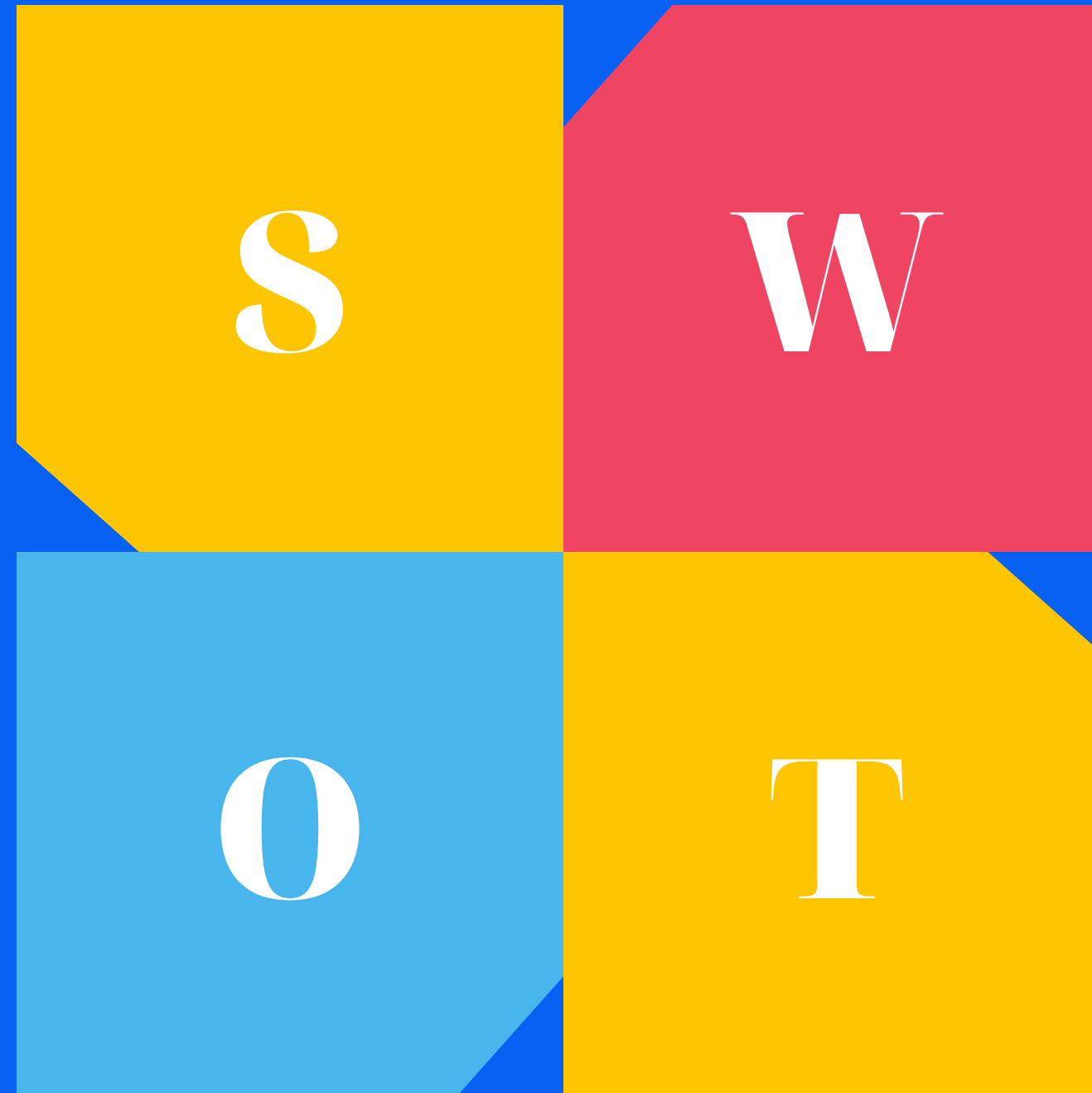
SWOT

FORCES

- Propose une offre que ses concurrents directs ne proposent pas
- A déjà une clientèle et une offre pré-définie B2C
- A une marque forte et reconnue

OPPORTUNITES

- Un marché qui est émergeant, qui intéresse de plus en plus de monde (la photographie en général)



FAIBLESSES

- N'a pas de cible précise en B2B, ni d'offre déterminée
- Les offres photobooth se ressemblent

MENACES

- L'émergence d'entreprises spécialisées dans ces photobooth
- Les concurrents qui pourraient s'intégrer au marché dans les prochaines années

Objectifs SMART



Réalisé 200 000 € de chiffres d'affaires en 6 mois grace aux nouvelles activations



Collaborer avec 100 lieux culturels en 1 an



Envoyer 1M de code promo avec adresse mail collectées

Notre partis pris

- Différencier les offres/services déjà existants
 - Générer du business additionnel
- Atteindre le marché du B2B en touchant indirectement le B2C
- Proposer une recommandation B2B2C

Comment imposer Cheerz sur le marché
B2B2C de la location de bornes photo en
s'appuyant sur une expérience utilisateur
captivante ?

Notre
problématique

Recommendation



.01



.02

.01

**RECRÉER DU SOUVENIR
EN ENTREPRISE**

+ 2 000 nouveaux
traiteurs en France
chaque année

**EN 2022 : LES ENTREPRISES ET
INSTITUTIONS ONT ORGANISÉ
380 000 ÉVÉNEMENTS**

Dont : 54 % de séminaires,
20% de soirées
d'entreprise

**32 MILLIARDS DE
RETOMBÉES
ÉCONOMIQUE**

**Chiffres
clés**

Les traiteurs & événements



Sam, 35 ans

Directeur innovation pour Evenements Gourmands

"Je recherche une activité fun et créative à proposer lors d'événements d'entreprise afin de proposer une plus-value à mon offre actuelle"

PROFIL

- Professionnel ambitieux et créatif
- Directeur de l'innovation
- Constamment en quête de nouvelles idées et de solutions novatrices pour offrir des expériences uniques

OBJECTIFS ET MOTIVATIONS

- Proposer des concepts innovants
- Répondre à un besoin client en matière de personnalisation et d'originalité
- Maintenir une image d'entreprise jeune, dynamique en se tenant constamment à jour sur les tendances

DÉFI

- Trouver le bon équilibre entre innovation et faisabilité opérationnelle pour assurer la qualité et la rentabilité
- Faire face à la concurrence en proposant des concepts uniques qui répondent aux attentes changeantes des clients
- Assurer une veille constante des nouvelles tendances événementielle



Léa, 27 ans

Happiness manager de Vittel

"Je souhaite resserrer les liens entre mes employés qui se sont perdus de vue depuis le Covid, en leur créant des souvenirs"

PROFIL

- Joyeuse, créative et dynamique
- Happiness manager
- Trouve toujours des idées pertinentes afin d'animer les événements entreprises

OBJECTIFS ET MOTIVATIONS

- Assurer le bien-être des salariés au sein de l'entreprise.
- Proposer des événements afin de resserrer les liens entre salariés

DÉFI

Trouver de nouvelles idées, innovantes et qualitatives pour les événements entreprise

Objectifs



Atteindre les clients
B2B sur une
saisonnalité
différente du B2C



Fidéliser une
clientèle grâce aux
traiteurs
événementiels



Attirer une
clientèle B2C sur
les offres de
Cheerz
(impression photo)

Activation

PROPOSER LE SERVICE PHOTOBOOTH
À DES TRAITEURS ÉVÉNEMENTIELS
POUR L'INTÉGRER À LEUR OFFRE
ÉVÉNEMENTS D'ENTREPRISE

TOUCHER INDIRECTEMENT LES
SALARIÉS DES ENTREPRISES POUR
LES AMENER À COMMANDER LEUR
PHOTOBOOTH ET/OU LEURS
IMPRESSIONS PHOTOS



Stratégie de communication



Intégrer une
partie
"Professionnel"
sur le site

Faire de la
prospection dans
des salons
événementiels

Envoyer des
dossiers de
presse à des
traiteurs
événementiels

Intégrer une partie "Professionnel"
sur le site photobooth.cheerz.com
avec un call-to-action "Demander
un devis"



Accueil

help@cheerz.com

Cheerz



VOUS ÊTES UN
PARTICULIER



VOUS ÊTES UN
PROFESSIONNEL

Intégrer une
partie
"Professionnels"
sur le site

Faire de la
prospection dans
des salons
événementiels

Envoyer des
dossiers de
presse à des
traiteurs
événementiels



Planning

Food Hotel Tech

Salon dédié aux professionnels de
l'hôtellerie et de la restauration
14 mars 2023

Heavent Paris

Salon de la Création et de
l'Innovation événementielle
14, 15 & 16 novembre 2023

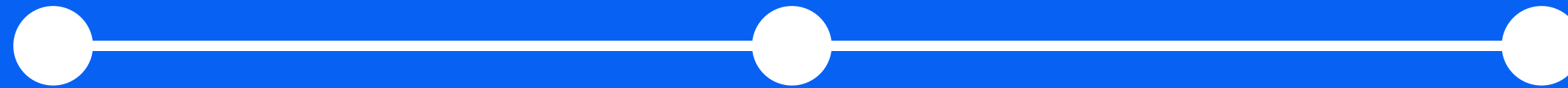
Equip'Hotel Paris

Foire internationale de
l'hôtellerie et la restauration
3 au 7 novembre 2024

SIRHA

Salon International de la
Restauration, de l'Hôtellerie et de
l'Alimentation
13 au 23 janvier 2023

Et après... la fidélisation !



Cheerz entre en partenariat avec des traiteurs qui créent des événements d'entreprise en intégrant le photobooth dans leur offre

Les invités de ces événements reçoivent un code promo en plus de leur photo imprimée directement depuis le photobooth

Les invités commandent sur le site Cheerz grâce à ce code promo.

Les entreprises continuent de travailler avec les traiteurs et/ou directement avec Cheerz

.02

**RECRÉER DU SOUVENIR
EN VOYAGE**

90 millions de touristes
internationaux en 2022

EN MOYENNE 42 PHOTOS PAR JOUR

78% d'entre eux prennent
au moins un selfie par jour

**63 % DES FRANÇAIS FONT
TOUTES CES PHOTOS POUR LES
MONTRER À LEURS PROCHES**

Chiffres
clés

Le tourisme & la photographie



Bérénice, 27 ans

Responsable culturel pour Musexperience

"Je souhaite redonner un second souffle aux musées et monuments, afin de rebooster le tourisme ainsi que d'attirer une cible jeune."

PROFIL

- Jeune passionnée, visionnaire et avant gardiste
- Responsable culturelle

OBJECTIFS ET MOTIVATIONS

- Attirer les jeunes visiteurs en proposant des expériences culturelles innovantes et immersives
- Utiliser les nouvelles technologies pour créer des expositions interactives
- Promouvoir le musée auprès des touristes en offrant des expériences uniques et mémorables

DÉFI

- S'adapter aux avancées technologiques pour rester à la pointe de l'innovation
- Préserver l'accessibilité et l'intérêt pour un public large
- Etablir des partenariats avec des start ups pour favoriser la créativité au sein du musée



Naomi, 30 ans

Touriste américaine

"Je souhaite immortaliser chaque moment de mon voyage de façon originale."

PROFIL

- Touriste américaine passionnée par la découverte de nouvelles culture et l'exploration des lieux emblématiques.
- Elle est en visite à Paris
- Aime capturer des moments mémorables lors de ses voyages et partager ses photos sur les réseaux sociaux

NOTE

Naomi découvre qu'il y a un photomaton Cheerz dans le lieu culturel, elle se réjouit de pouvoir immortaliser son expérience de façon amusante et original.

VALEURS

- Ouverte, curieuse et avide de nouvelles expériences
- Très active sur les réseaux sociaux

Objectifs



Toucher le marché
B2B de manière
originale



Intégrer Cheerz sur
la longue durée
dans des lieux fixes



Attirer une
clientèle B2C sur
les offres de
Cheerz
(impression photo)

Activation

INSTALLER LES PHOTOBOOTH EN EXTÉRIEUR
ET EN INTÉRIEUR DES MUSÉES ET
MONUMENTS CÉLÈBRES POUR (RE)DONNER
DE L'INTÉRÊT AU TOURISME CULTUREL

INTÉGRER LE PHOTOBOOTH EN LE
RECUSTOMISANT, COMME UNE ŒUVRE D'ART
À PART ENTIÈRE DES MONUMENTS/MUSÉES

ATTIRER LES TOURISTES ET VISITEURS EN
LEUR OFFRANT UN MOMENT-SOUVENIR ET
LEUR FAIRE (RE)DÉCOUVRIR CHEERZ



Stratégie de communication



Distribution de
flyer et
prospection
physique

Intégrer le
photobooth sur un
temps limité dans
de grands musées
et monuments

Campagne sur les
réseaux sociaux
pour parler du
photobooth

Distribuer des flyers auprès des
musées et monuments des grandes
villes (Paris, Bordeaux, Lyon) pour
leur faire découvrir l'offre
"Le cliché culturel"



Distribution de
flyer et
prospection
physique

Intégrer le
photobooth sur un
temps limité dans
de grands musées
et monuments

Campagne sur les
réseaux sociaux
pour parler du
photobooth



Intégrer le photobooth dans
les musées et monuments
partenaires en le fondant
dans le décor.

L'installer pendant un mois à
un tarif préférentiel (pour les
musées et monuments) pour
le lancement.

Durant ce mois, ne pas
mettre d'explication, ni faire
de pub auprès des visiteurs
pour susciter leur curiosité et
les pousser à en parler sur
les réseaux sociaux et autour
d'eux.



Distribution de
flyer et
prospection
physique

**Intégrer le
photobooth sur un
temps limité dans
de grands musées
et monuments**

Campagne sur les
réseaux sociaux
pour parler du
photobooth

A l'entrée des musées et monuments, une affiche annonce l'arrivée d'une nouvelle oeuvre d'art avec un parcours au sol qui mène jusqu'au photobooth.

Durant le mois, pendant une à deux heures par jour, le photobooth bascule en mode vidéo pour filmer combien de personnes s'intéressent au photobooth.



**DÉCOUVREZ
NOTRE
NOUVELLE
OEUVRE
D'ART**

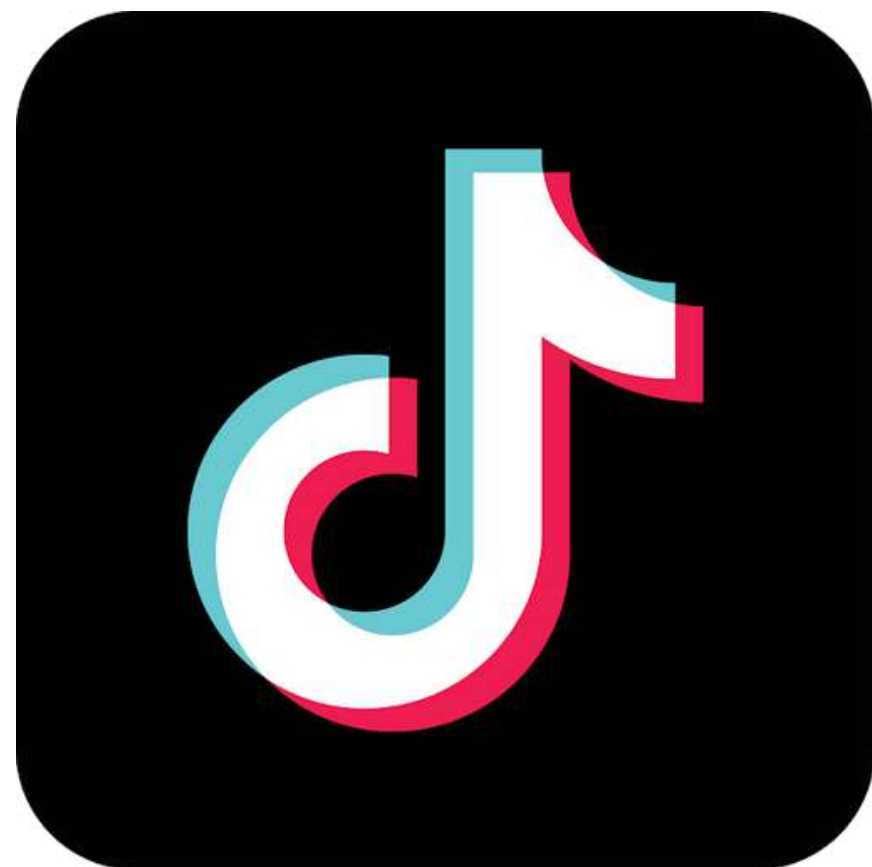


Distribution de
flyer et
prospection
physique

Intégrer le
photobooth sur un
temps limité dans
de grands musées
et monuments

Campagne sur
les réseaux
sociaux pour
parler du
photobooth

*Faire une caméra cachée pour filmer la réaction des
personnes lorsqu'elle découvrirons le concept de
"L'oeuvre d'art c'est vous"
et la partager sur tiktok afin de promouvoir le concept*



Après un mois de mise en place du photobooth, lancer une campagne de communication sur les réseaux sociaux (Instagram et TikTok) intitulée "*L'oeuvre d'art, c'est vous*" pour présenter le partenariat entre Cheerz et les musées/monuments.

Publication 1 : Diffuser un montage vidéo du film réaliser en amont par le photobooth.

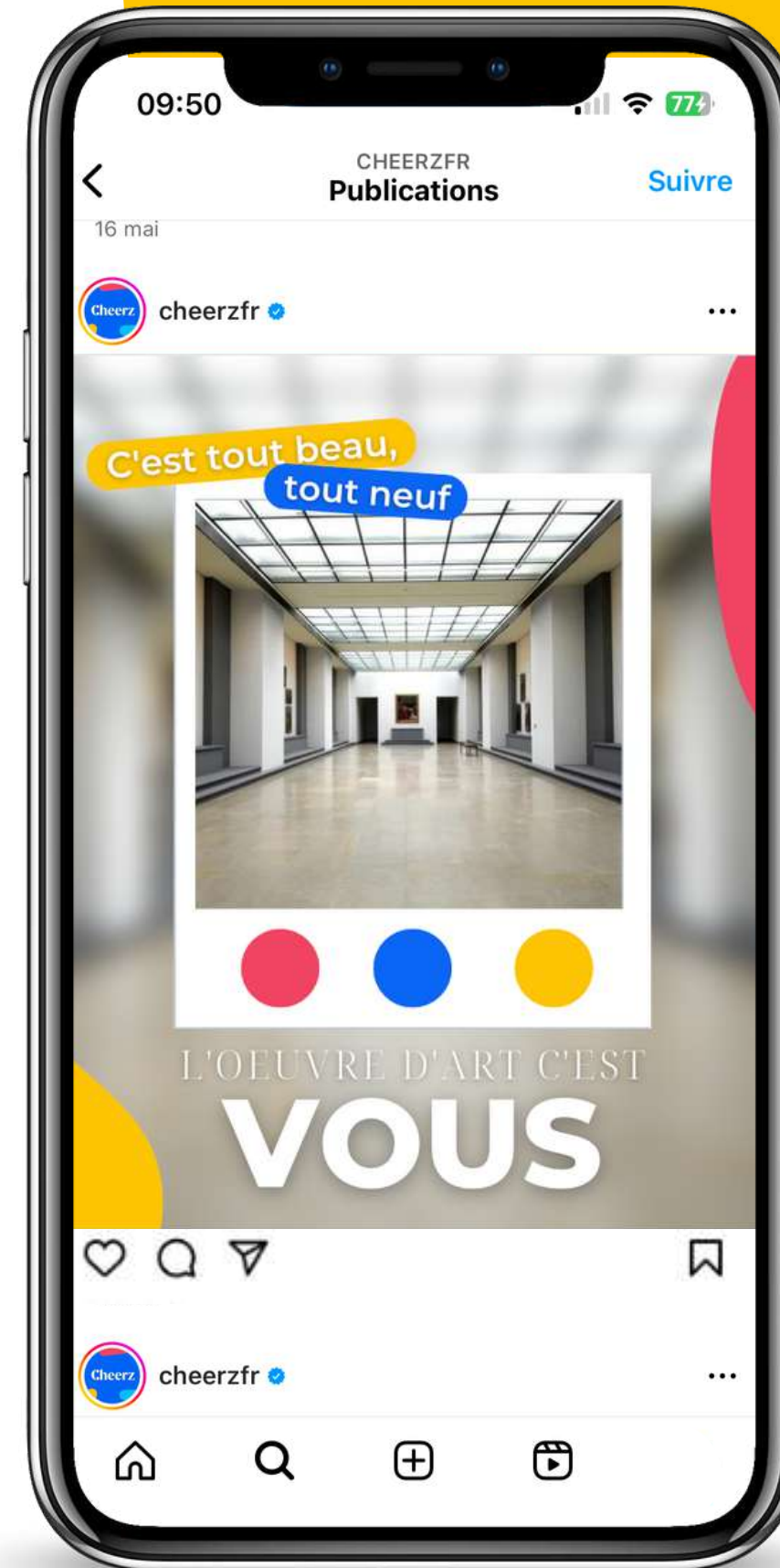
Publication 2 : Republier les photos partagées par la visiteur grâce au #cheerzdujour

#CHEERZDUJOUR

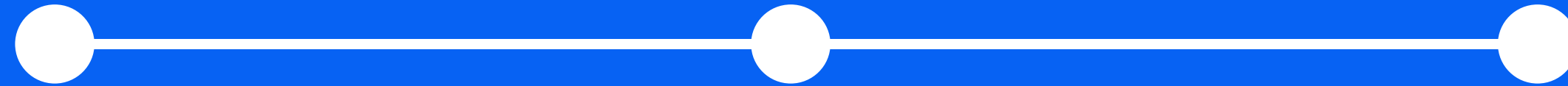
C'est tout beau,
tout neuf



L'OEUVRE D'ART C'EST
VOUS



Et après... la fidélisation !



Les visiteurs
reçoivent un code
promo en plus de
leur photo imprimée
directement depuis
le photobooth et
commandent sur
Cheerz

Travailler avec
des influenceurs
en les invitant
gratuitement
dans les musées
et monuments

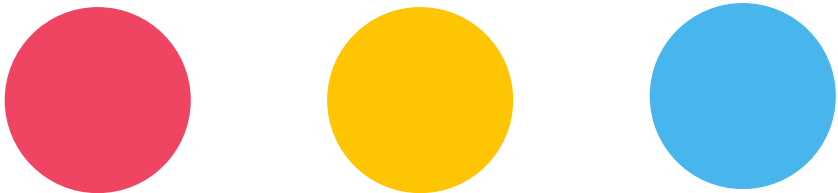
Travailler avec
des comptes type
"que faire à..."
pour parler du
projet "*L'oeuvre
d'art, c'est vous*"

... et continuer de parler de Cheerz sur les réseaux sociaux

Calendrier



Développement de la partie "Professionnel" sur le site				
	Prospection en salon			
Reco .01			Evénements d'entreprises	
Reco .02	Distribution de flyer et prospection	"Le cliché culturel"	Campagne réseaux sociaux "L'oeuvre d'art, c'est vous"	



Budget

Site Web

10k

Webdesign

Front End de la partie "Professionnel"

Communication PRINT et WEB

8k

Flyers et affiches

2k

Paid media réseaux sociaux

2k

Communication hors média (salon, dossier de presse, ...)

3k

SEO

1k

Honoraires agence

6k

Gestion de projet

Réflexion stratégique et créative

Graphisme

24K

À retenir

.01

Les traiteurs
événementiels



*Recréer du souvenir
en entreprise*

.02

Les lieux
culturels



*Recréer du souvenir
en voyage*

À retenir

Teasing

>

Révélation

>

Action

>

Fidélisation



- Création d'une partie "Professionnel" sur le site Internet
- Prospection en salon auprès des traiteurs événementiels
- Prospection auprès des lieux culturels avec distribution de flyer "*Le cliché culturel*"

- Campagne d'affichage dans les lieux culturels partenaires
- Envoie de dossier de presse aux traiteurs événementiels et signature de devis pour intégrer le photobooth Cheerz à leur offre

- Campagne sur Instagram et TikTok "L'oeuvre d'art, c'est vous"
- Installation du photobooth dans les événements d'entreprise

- Envoie d'un code promo aux clients B2C atteint grâce aux photobooth dans les lieux culturels et dans les événements d'entreprise

**Merçi de votre
attention**

