

PLAN DE COMMUNICATION



EMIS PAR
SEEKFOX
118 ROUTE DE NARBONE, TOULOUSE

TABLE DES MATIERES

I - Objectifs de communication	2
Audience	2
II - Identité	3
IV - Moyens de communication	4
Réseaux sociaux	4
Site web	4

I - OBJECTIFS DE COMMUNICATION

AUDIENCE

Notre audience première est limitée et composée d'intervenants dans la filière *Systèmes Robotiques et Interactifs* de l'école d'ingénieur toulousaine UPSSITECH (G.Estadieu, J.Pinquier, I.Feranné et J.Vanderstraeten) pour la raison pure et simple que les composantes de notre startup SeekFox sont notés sur l'implication et la bonne réalisation de ce moteur de recherche.

Plus largement, et de manière plus informelle, afin de tester nos moyens de communication, l'audience est élargie à tout type de personne physique ou morale disposant d'une connexion internet.

II - IDENTITE

Dans un objectif de démarcation, nous avons voulu créer une identité propre représentant l'esprit de notre projet, un moteur de recherche, et celui de notre école par sa mascotte, le renard.

Alors inspiré par la visite de l'IOT Valley par notre promo en début d'année, et plus spécialement par celle de l'entreprise SigFox, un trait d'humour a alors lancé l'idée de nous nommer **SeekFox**.

Bien que la traduction littérale de ce nom corresponde à « **Chercher Renard** », nous aimons l'associer à « **Le Renard qui Cherche** ».

L'identité visuelle de notre équipe est alors représentée par un renard accompagné d'une loupe sur l'œil droit rappelant le caractère de recherche de notre objectif.



FIGURE 1 : LOGO DE L'EQUIPE SEEKFOX

La couleur dominante, orange, n'est pas sans rappeler les couleurs de l'UPSSITECH.

Elle est, cependant, présente en deux teintes (#BE4A23 et #D1532B) symbolisant les origines de filière différentes de notre équipe.

IV - MOYENS DE COMMUNICATION

RESEAUX SOCIAUX

Afin d'imposer notre présence dans le monde des startups, nous avons décidé de créer un compte **Twitter** le 25 Novembre 2019 postant régulièrement et seulement en anglais.

Ce compte possède aujourd'hui une audience de 82 comptes comprenant le laboratoire de robotique toulousain du *LAAS-CNRS*, le *FabLab* du campus de Rangueil et divers entrepreneurs français ou non.

Afin de captiver une audience plus large, nous avons décidé d'improviser un évènement toulousain nommé *OccitiNov* (en réalité inexistant).

SITE WEB

Dans le besoin d'une vitrine de notre startup, nous avons veillé de disposer d'un site web nommé **seekfox.team**ⁱ.

Ce site web est simple, dynamique et épuré afin que le client potentiel passe une visite agréable quel que soit sa plateforme (ordinateur, ordiphone, smartphone).

De plus, il est écrit totalement en anglais, langue internationale, afin de pouvoir toucher une plus large audience.

ⁱ <http://www.seekfox.team>