

Plan de communication

But du projet

Réaliser un environnement VR à l'adresse de spécialistes et praticiens en psychologie pour le traitement des thérapies comportementales. Pour un premier temps, nous nous sommes basés sur pour le traitement de la phobie de l'ascenseur. Comme pour toute réussite d'un projet, nous avons besoin d'un plan de communication.

Public cible

Étant donné que notre environnement permet de traiter une phobie, nous pouvons considérer les spécialistes et praticiens en psychologie comme public cible. Et pour promouvoir notre projet, avoir les fonds nécessaires à son développement, nous ne pouvons pas oublier les banques et les investisseurs providentiels. Et comme notre outil ne servirait à rien s'il n'y a personne pour l'utiliser, on n'omettra pas de citer les patients.

Image de marque

1. Logo : Avoir un logo facilement reconnaissable est assez important. Cela permet de renforcer la visibilité, la reconnaissance, la confiance et la communication de notre projet auprès de notre public cible.
2. Un contrat graphique ou charte graphique: Pour donner une identité visuelle au projet et renforcer sa reconnaissance.
3. Gérer l'identité sur les réseaux sociaux : Nous allons utiliser les réseaux sociaux pour partager l'avancée, les mises à jour du projet, des photos, des vidéos, des articles de blog, des témoignages et des événements pertinents. Nous choisissons d'être présent sur LinkedIn pour pouvoir être directement en contact avec notre public cible mais sommes aussi sur Twitter, Facebook, Instagram pour pouvoir vulgariser notre projet, parce que après tous, les clients qui vont l'utiliser ne sont pas dans une tranche d'âge spécifique, ne sont pas catégoriser.
4. Site Web: Un site web pour faire connaître nos objectifs, nos valeurs, notre équipe et nos réalisations.
5. Présentations : Les présentations vont nous servir à faire connaître nos projets aux différents acteurs, notre public cible.

Outils de communication

Etant une entreprise jeune et de petite taille, nos outils de communications seront principalement les réseaux et notre site vitrine, sur lesquels seront présentés nos scénarios disponibles et le processus global de leur utilisation. Ces outils seront gérés par un agent commercial, employé par l'entreprise. Cet agent sera également gestionnaire de l'image de marque de l'entreprise et sera chargé du démarchage de nouveaux clients.

Objectif

L'objectif fixé comme résultat de ce plan de communication est l'attraction d'une moyenne de 10 nouveaux clients par mois sur la première année, afin de passer le point d'équilibre, coût/bénéfice dans le courant de la première année.