



MY TOUR LIVE

LA SOLUTION DE VISITE GUIDÉE À DISTANCE,
VRAIMENT COMME SI ON Y ÉTAIT

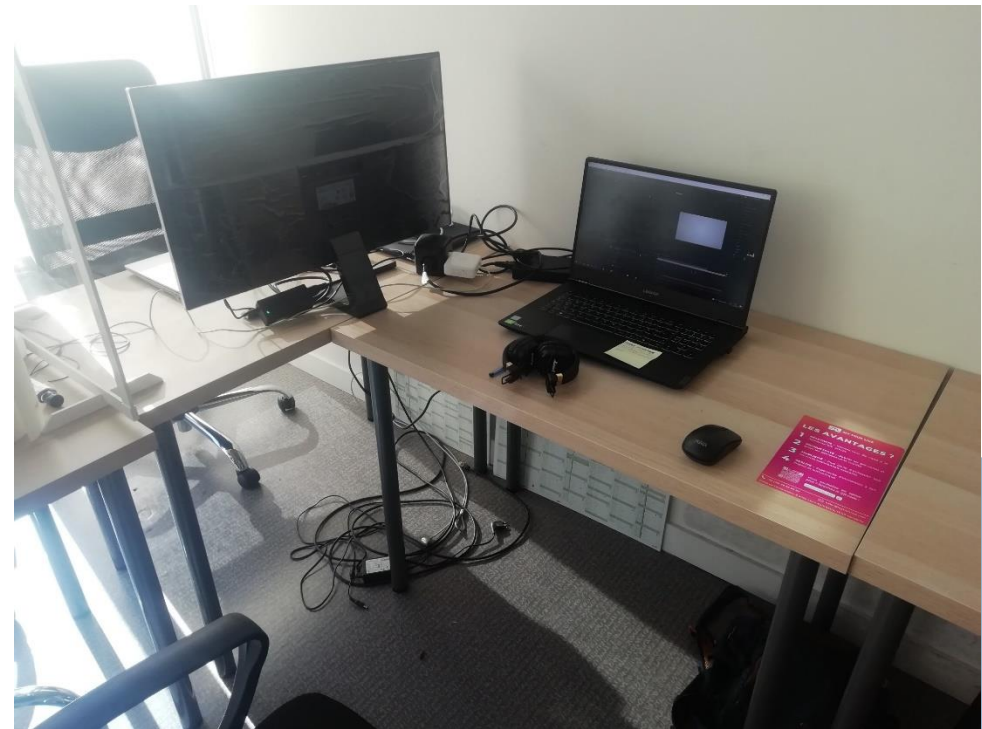
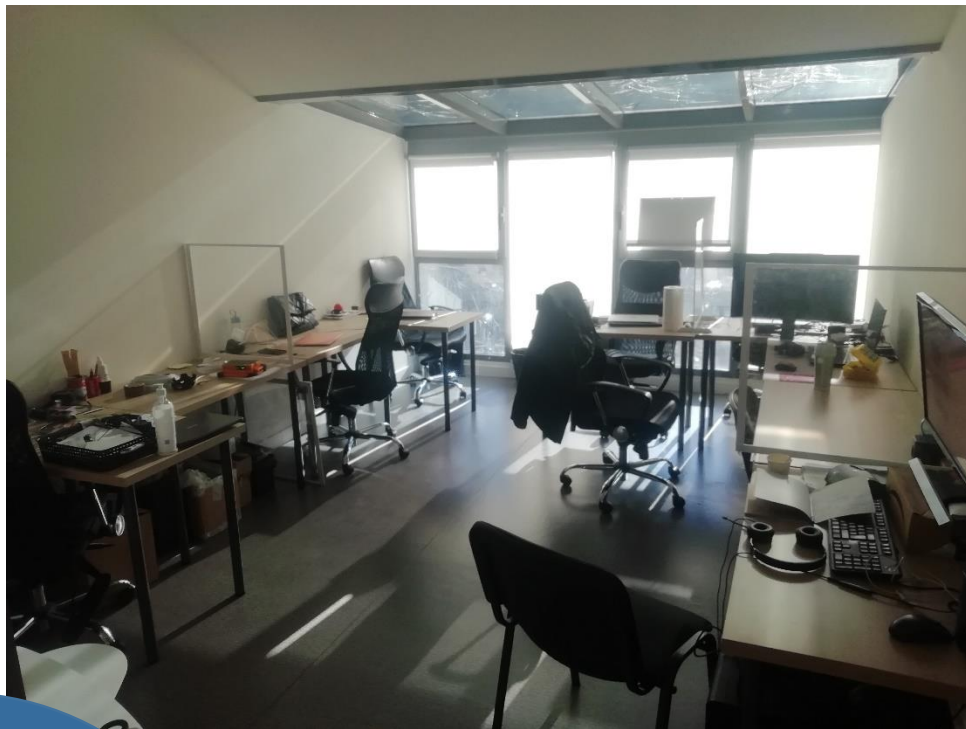
HICHAM FORA

27.01.2022

Introduction

- My Tour Live créée en novembre 2018 à Marseille par Franck Adraï
- Spécialisé dans la réalité virtuelle, vidéo 360°
- 8 salariés, il a encore le statut d'une startup.
- Clients B2B et B2C
- Partenariats et clients internationaux

Locaux

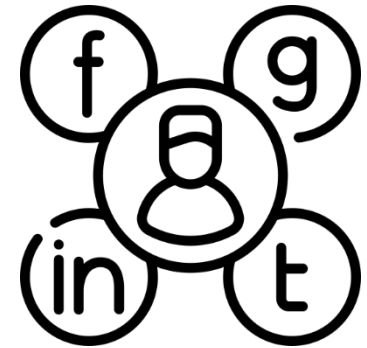


Vidéo démo

Fondation louis Vuitton



Moyens de communication



Analyse S.W.O.T. interne

Forces +

- ▶ Startup, structure ouverte, place pour le développement
- ▶ Utilisation des médias comme la télé, radio et presse
- ▶ Idée de service proposée innovante
- ▶ Partenariat avec des grands centres de culture et de musée en France

Faiblesses -

- ▶ Réseaux sociaux comme Instagram et YouTube mal entretenus
- ▶ Cible âgé
- ▶ Prestations limitées
- ▶ Ne propose pas de démos
- ▶ Faible notoriété
- ▶ Peu connu en dehors de la France

Analyse S.W.O.T. externe

Opportunités

- ▶ Seul dans la région
- ▶ Solution écologique
- ▶ Solution économique

Menaces

- ▶ Concurrence propose plus de prestations
- ▶ Moyen intérêt du jeune public au sujet
- ▶ Les droits d'images changent vite

Diagnostic :

Malgré une idée innovante et pas de concurrence directe sur le marché, l'entreprise souffre d'une faible notoriété du jeune public et à l'international.

Problématique :

Comment améliore-t-on la notoriété sur le marché international et l'intérêt des jeunes pour les visites culturelles ?

Stratégie de communication

The background of the slide is a solid dark blue. It is decorated with several white and light blue geometric shapes. In the top left corner, there is a white semi-circle. In the top right corner, there is a light blue semi-circle. In the bottom left corner, there is a white semi-circle. In the bottom right corner, there is a large light blue semi-circle. Scattered in the lower half of the slide are several circles of different sizes and shades of blue and white.

Positionnement :

« Embarquez avec My Tour Live avec le seul prestataire de visite à distance dans le monde »

Attractif :

Visite
guidée
certifiée

Distinctif :

Parcours
360° en
vidéo

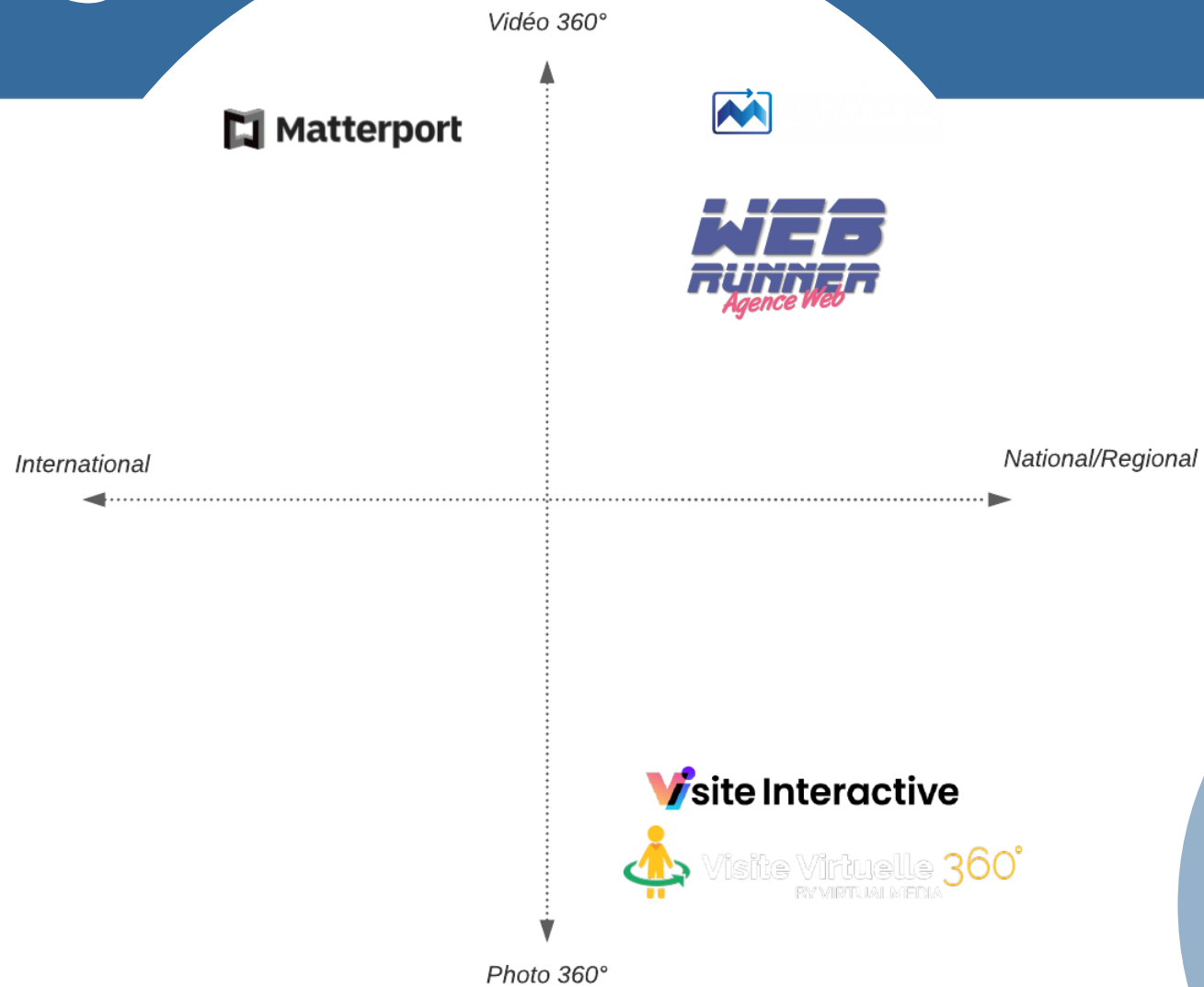
Crédible :

Partenariat
avec des clients
de grande
renommée

Durable :

Une solution
environnementale
responsable

Mapping :



Objectifs :

B2B

Affectif

Pérenniser
des lieux
culturels.

Cognitif

Informar des
centres
culturels
internationaux.

Conatif

Agrandir la
participation
au market
place.

B2C

Affectif

Rapprocher
des lieux pour
tout le
monde.

Cognitif

Informar une
cible plus
jeune sur notre
contenu.

Conatif

Augmenter
l'intérêt au
market place.

Cibles :

- La clientèle B2B
Centre culturel, agence touristique ou immobilière.
- La clientèle B2C
Guides touristique, personnes ciblées de 40 à 75 ans.
- Cible secondaire
Industriel, événementiel, sports extrêmes

Stratégie créative

The background is a solid dark blue at the top, transitioning to a white area at the bottom. The design is decorated with various geometric shapes: a large white semi-circle on the left side of the blue area, a large light blue circle on the right side of the white area, and several smaller dark blue circles scattered throughout the white area.

Promesse :

« La solution de visite guidée à distance, vraiment comme si on y était. »

Preuve :

Une vidéo 360° vous est amenée sur place devant votre écran et guidée en direct avec un professionnel certifié.

Ton :

- Enthousiaste
- Professionnel
- Fiable
- Créatif
- Engagé

Contraintes :

- Budget marketing
- Identité visuelle peu développée
- Pandémie mondiale : COVID 19

Merci pour votre attention.