**PROPOSITION DE PLAN DE COMMUNICATION POUR**

**L’APPLICATION MOBILE DE**

**SOTRACO**

**SOMMAIRE**

1. **Présentation de JULDO Services**
2. **Présentation de SOTRACO**
3. **Définition de la cible**
4. **Présentation de la première campagne de communication**
5. ***Objectif***
6. ***Mécanismes de communication***
7. ***Vecteurs de communication***
8. ***Outils de communication***
9. ***Indicateurs de succès***
10. **Présentation de la deuxième campagne de communication**
11. ***Objectif***
12. ***Mécanismes de communication***
13. ***Vecteurs de communication***
14. ***Outils de communication***
15. ***Indicateurs de succès***
16. **Idée générale de la campagne**
17. **Proposition de budget**
18. **Présentation de l’équipe**
19. **Présentation de JULDO Services**

**JULDO Services** est une start-up mise en place par des jeunes dynamiques et ayant pour vocation de devenir une agence de communication de référence au Burkina et dans la sous-région. Nous intervenons dans quatre (04) domaines d’activité :

* **La communication digitale :** il est question de créer et entretenir une image de marque de nos clients sur toutes les plateformes digitales.
* **Le webmarketing :** il s’agit, à l’aide des outils numériques, d’aider nos clients à vendre plus et à faire plus de bénéfices.
* **Le webdéveloppement :** nous développons pour nos clients et partenaires des solutions sociales comme les sites web et applications mobiles visant à les aider à s’imposer dans un monde désormais digitalisé.
* **L’infographie :** nous concevons et imprimons des supports d’identité visuelle (logo, flyers, kakemono, cartes de visite, affiches publicitaires, spots audiovisuels).

1. **Présentation de SOTRACO**

**SOTRACO-SA** est une société de transport urbain offrant un service de bus. Ayant son siège à Somgandé, Ouagadougou, c’est une entreprise citoyenne qui a pour but de relever un défi majeur de la modernité : le transport en milieu urbain. Débutée en 2003, l’entreprise se trouve aujourd’hui dans une phase de stagnation, voire de déclin due au délaissement des citoyens et au déficit financier. Il est donc nécessaire, pour relancer cette entreprise, d’innover à partir des 650 millions de francs CFA de subvention que l’Etat lui accorde. C’est la solution d’innovation que nous venons lui proposer : le positionnement dans le monde du digital.

1. **Définition de la cible**

L’application mobile vise les potentiels clients de SOTRACO. Les caractéristiques de ce public :

* **Pauvreté**
* **Analphabétisme**
* **Peu instruit aux TIC**
* **Timidité**
* **Discrétion**
* **Honte**
* **Complexe d’être vu en bus**
* **Intégrité**
* **Solidarité**
* **Fierté/Dignité**
* **Honnêteté**
* **Utilise beaucoup les deux roues**
* **Aspire aux quatre roues**
* **Déteste marcher**

1. **Présentation de la première campagne de communication**

Afin de vulgariser et amener le public à un usage quotidien de l’application mobile, il est nécessaire de passer par des campagnes de communication à objectifs diversifiés. C’est la raison pour laquelle nous avons proposé, pour une efficacité communicationnelle, d’opérer trois campagnes de communication. Cette première campagne sera initiée au lancement de l’application mobile.

1. ***Objectif***

**Informer :** il est question d’informer le public sur l’existence d’un nouvel outil pour prendre contact avec leur société de transport urbain : l’application mobile SOTRACO-SA. Il s’agira aussi de montrer les fonctionnalités de l’application : trouver le point d’arrêt de bus le plus proche de soi, acheter des tickets, faire un abonnement, discuter avec d’autres usagers ou des responsables de SOTRACO pour exposer ses avis, craintes et suggestions.

1. ***Mécanismes de communication***

En fonction des visuels, plusieurs mécanismes de communication seront utilisés : Problème/Solution ; Démonstration ; Argumentation.

1. ***Vecteurs de communication***

Nous proposons plusieurs vecteurs qui seront modifiées en fonction des mécanismes de communication : Personnage/Entreprise ; Démonstrateur ; Tranche de vie ; Scénario réel.

1. ***Outils de communication***

Afin de mener à bien cette campagne, des outils seront usités :

* Réseaux sociaux
* Site web
* E-mailing
* Recommandation sociale
* Affichage publicitaire
* Spots audiovisuels

1. ***Indicateurs de succès***

Pour mesurer l’efficacité de la présente campagne, il est nécessaire de fixer des indicateurs de succès :

* L’application mobile est connue
* Le trafic sur le site web est accru au moins de 30%
* Le nombre d’utilisateurs de l’application est accru au moins de 30%
* Le nombre de followers sur les réseaux sociaux est augmenté au moins de 50%
* Le nombre d’abonnements et d’achat de tickets est accru au moins de 10%
* Le chiffre d’affaire a connu une augmentation au moins de 5%
* L’application a bonne réputation au milieu du public

1. **Présentation de la deuxième campagne de communication**

Après une première campagne qui visait à faire connaître l’application mobile, il est nécessaire, une fois de plus, d’implanter l’usage de cette application dans les habitudes des usagers de SOTRACO.

1. ***Objectif***

**Inciter :** Il s’agit de susciter l’intérêt des utilisateurs, de gagner leur confiance en les convainquant de la fiabilité de l’application et de les amener à recommander l’application à leurs pairs.

1. ***Mécanismes de communication***

Des mécanismes incitatifs seront déployés tout au long de cette campagne : Comparaison ; Mise en scène des satisfactions ; Incitation à l’action.

1. ***Vecteurs de communication***

En fonction des mécanismes, nous ferons usage des vecteurs suivants : Produit qui raconte sa propre histoire ; Jingle visuel ; Représentant des consommateurs.

1. ***Outils de communication***

Les outils qui seront utilisés pour mener à bien cette campagne de communication seront les mêmes que ceux de la campagne précédentes à une exception près :

* Réseaux sociaux
* Site web
* E-mailing
* Recommandation sociale
* Une campagne B2B
* Affichage publicitaire
* Spots audiovisuels

1. ***Indicateurs de succès***

L’efficacité de cette dernière campagne sera musée sur la base des indicateurs suivants :

* On a au moins 1000 nouveaux utilisateurs