

AWOUNTSAC ZAHOUNG FLORIN

GROUPE 1 :

- **MEKEMLONG Dexter**
- **Mohamed MASSOUNDI**
- **AWOUNTSAC Florin**



PLAN DE TRAVAIL

I- Marketing d'étude du projet

II- Marketing stratégique du projet

III- Marketing Opérationnel du projet

IV- Conclusion



PRÉSENTATION ET CARACTÉRISTIQUES DU PROJET

Qui Sommes Nous ?

- ❑ **AWOUNTSAC FLORIN ;**
- ❑ **MOHAMED MASSOUNDI ;**
- ❑ **MEKEMLONG DEXTER ;**

Nos Missions

- ❑ **Conception d'une plateforme interactive permettant aux utilisateurs d'explorer les différentes période historiques à travers une ligne du temps dynamique .**

Nos Valeurs

- ❑ **Durabilité ;**
- ❑ **Performance ;**
- ❑ **Innovation ;**
- ❑ **Inclusion ;**

Nos Objectifs

- ❑ **Rendre l'histoire vivante;**
- ❑ **Intégrer de la recherche avancée, des fiches médias pour les évènements, une zone de commentaires, une zone de modération, ...**



CHAINE DE VALEUR DE PORTEUR

Activités de soutien

Infrastructure de l'entreprise : Gestion de l'entreprise, développement stratégique, gestion financière et gestion des Ressources Humaines.

Gestion des Ressources Humaines : Recrutement, formation, gestion du personnel, culture de l'entreprise

Développement technologique : Recherche et développement, innovation, amélioration des produits et des procédés

Approvisionnement : Gestion des fournisseurs, sélection des matières premières et des sous-traitants.

Logistique Interne

| Intégration
des données
historiques

Production

| Développement
frontend/backend plus base
de données.

Logistique Externe

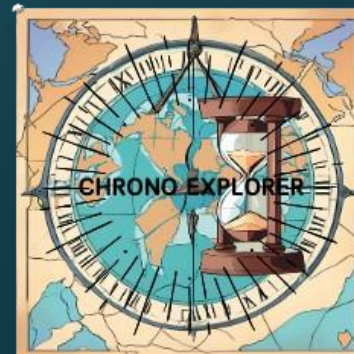
| Diffusion numérique

Commercialisation et Service Vente

Campagnes et
ciblage

Support
utilisateurs

Activités principales



SWOT

Forces

- ❑ UX moderne
- ❑ Adaptabilité
- ❑ Outils avancés

Faiblesses

- ❑ Dépendance aux contenus externes

Opportunités

- ❑ Expansion sur des nouveaux marchés internationaux

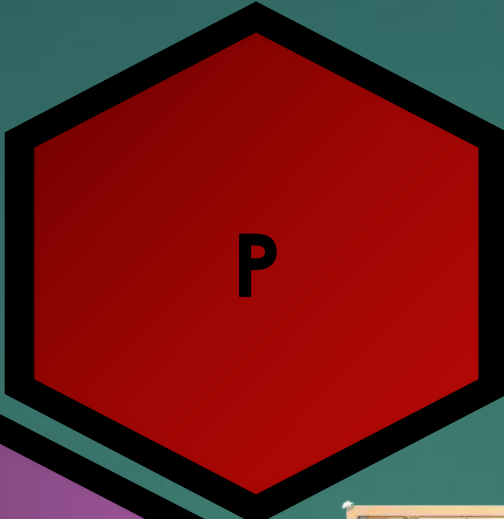
Menaces

- ❑ Concurrences
- ❑ Charge technique



PESTEL

Politiques

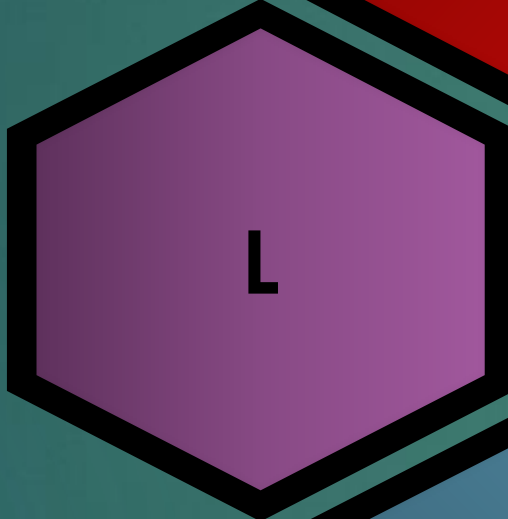


Economie



Budgets restreints

Legal

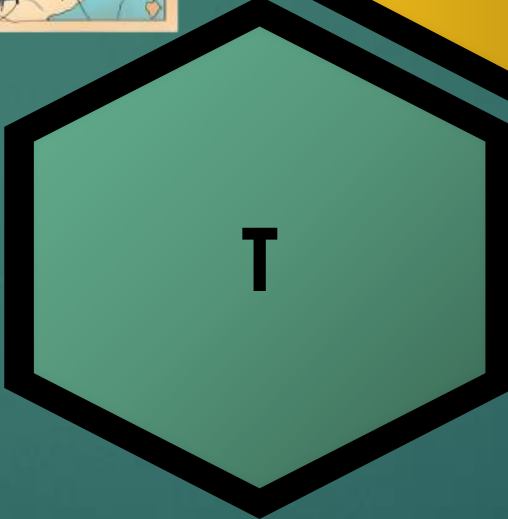


Socioculturel

Popularité de l'histoire interactive

Gestion des droits numériques

Environnemental



Technologique

Une interface web responsive

Hébergement vert



Forte

Produits dilemmes

❑ Quiz et IA

Produits Vedettes

❑ Ligne du temps interactive

Produits Poids Morts

❑ Système de commentaire

Produits Vaches à lait

❑ Archives et multimédias

Taux de croissance du marché

Faible

Part de marché relative

Forte



Etude de la demande

Types d'acteurs

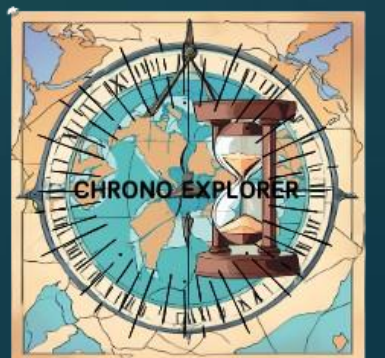
- ☐ Etudiants
- ☐ Enseignants
- ☐ Conservateurs

Comportement du consommateur

- ☐ Recherche de contenus fiables

Attentes

- ☐ Navigation intuitive
- ☐ Fiches complètes



Parties Prenantes

Concurrents

- ❑ Wikipedia Timeline
- ❑ Outils museaux

Fournisseurs

- ❑ Données Open source Historiques

Partenaires

- ❑ Musées
- ❑ Ministères
- ❑ Universités



MARKETING STRATEGIQUE DU PROJET

LA SEGMENTATION :

- ☐ Démographique : Adolescents curieux (10-16 ans), Jeunes adultes (18-30 ans), adultes actifs (30-45 ans), conservateur (45 ans +)
- ☐ Géographique : Marché national et international
- ☐ Comportementale : Consommateurs soucieux et passionnés d'histoire et de culture générale.
- ☐ Psychographique : Consommateurs à la recherche de connaissance, du divertissement.

LE CIBLAGE :

CHRONO EXPLORER, cible principalement deux segments :

- ☐ Les musées
- ☐ Les universités

LE POSITIONNEMENT :

CHRONO EXPLORER se positionne comme "La marque innovatrice" dans l'univers de culture et du divertissement,



MARKETING OPERATIONNEL

Produit

- ☐ UX intuitive
- ☐ Frise
- ☐ Archives
- ☐ Multimédia
- ☐ ...

Prix

- ☐ Freemium Public
- ☐ Abonnement Pro, avec Test de Connaissances et IA intégré

Place

- ☐ Site
- ☐ API
- ☐ Intégration dans la plateforme du musée

Promotion

- ☐ Réseaux sociaux (LinkedIn, YouTube, Instagram)
- ☐ SEO
- ☐ Partenariats



VARIABLE A PILOTER POUR LES 4P

Produit

☐ Taux d'Usage

Prix

☐ Revenus mensuels

Place

☐ Traffic web

☐ Musées Inscrits

Promotion

☐ Taux clic

☐ Coût par clique



BUDGET PREVISIONNEL

Site

□ 300 €

Emailing

□ 200 €

Publicité

□ 1500 €

Salons

□ 800 €



Conclusion

CHRONO EXPLORER allie culture, technologie et pédagogie. Il se positionne comme un outil indispensable pour les musées modernes souhaitant offrir une expérience interactive. Grâce à une stratégie marketing ciblée et un produit innovant, il peut s'imposer sur le marché national et international.

