

MEDIA PLAN

1. Description

2. Cibles, objectifs et plateformes

3. Documentation

4. Planification

5. Actions

motion designer

BertilleDIAGUILI

FA - 78

I. DESCRIPTION

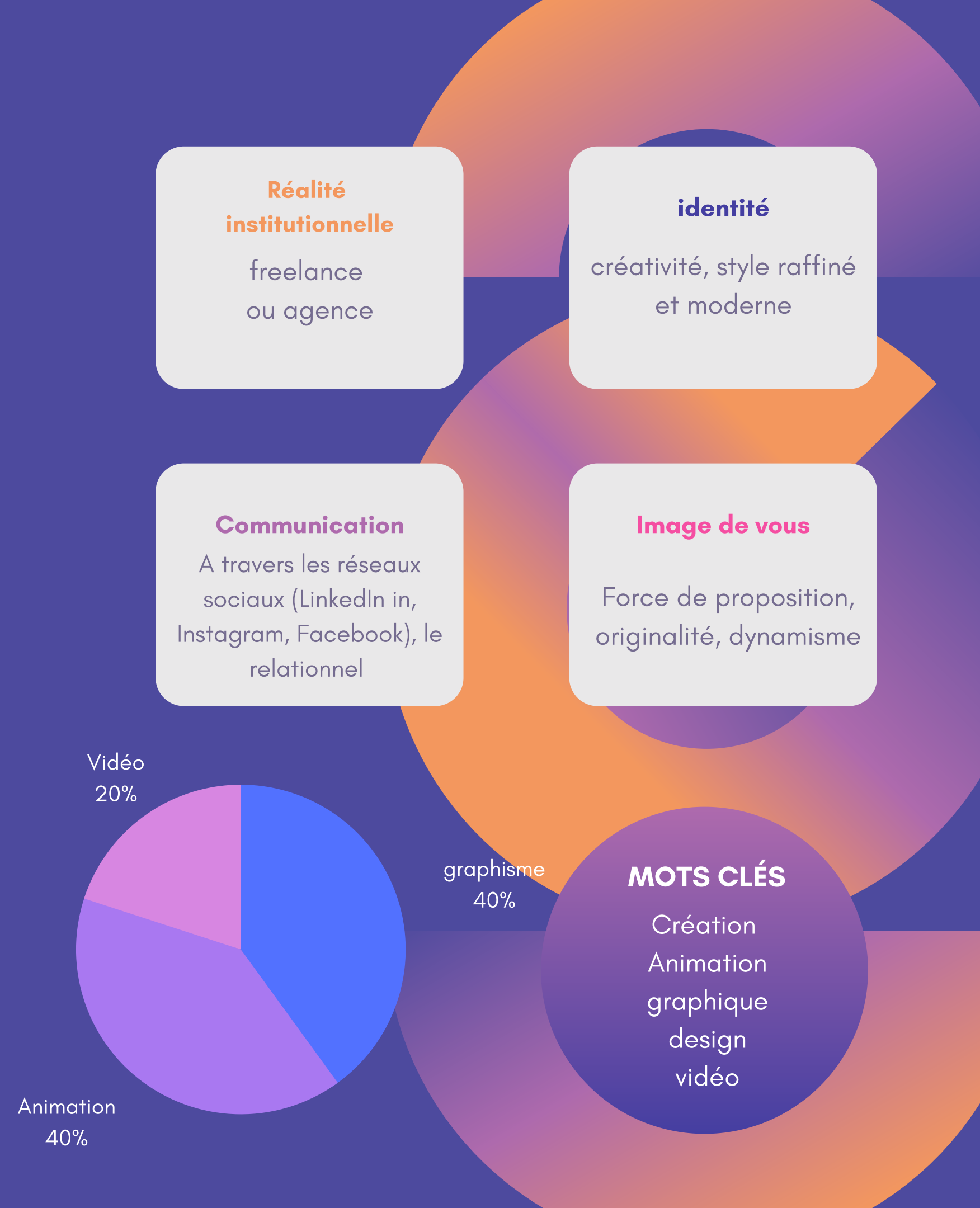
Etre motion designer c'est avant tout créer, mais créer quoi et pour qui ?
En quelques mots c'est créer des contenus graphiques à la demande et les animer.

De nature créative, un univers de création est indispensable à mon épanouissement. Pour moi, un seul détail peut changer toute la perception et le rendu visuel. C'est pourquoi il est important d'être appliquée.

Il ne faut cependant pas oublier que l'on travaille à la demande d'autrui, mon sens de l'écoute prend alors toute son importance, il faut trouver l'équilibre pour répondre à la demande du client et pouvoir sa touche personnelle.

N'ayant jamais peur d'exprimer mes idées je sais que cette voie me correspond, il faut être digne de faire des compromis c'est-à-dire proposer son avis d'expert tout en répondant habilement à la demande.

Je pense m'orienter pour débiter en agence et poursuivre en freelance.



CONCURRENCE




SITE WEB

- Graphistes et autres motion designers
- Agences et sites web proposant des services

Sur le web, nous retrouvons de nombreux prestataires et agences proposant du motion design

Mots clés	Concurrent 1	Concurrent 2	Concurrent 3
Motion designer	Sylvain Bernicot https://motion-designer.fr/	Eoprod https://www.eoprod.com/motion-design	Jonathan Hernandez https://jonathanhernandez.fr/
Animation graphique	Numerocinq http://www.numerocinq.com/	Special image communication https://www.special-image-communication.net/	Clairlunegraphics http://clairlunegraphics.fr/
Vidéo animé	Jaydesign https://jaydesign.fr/	Awelty https://www.awelty.fr/pages/agence-de-communication/production-audiovisuelle/motion-design.html	Vitanim 2D 3D https://vitanim2d3d.com/

RESEAU SOCIAUX

Plateforme	Indicateurs performance	Concurrent 1	Concurrent 2	Concurrent 3
	Nb d'abonnée	Josh Fry 340	Studio.emilie 588	Hugues de Broissia 352
	Nb publication	32	33	125
	Nb de relation	Mikael Schmitt 325	Minidoc 4 826	Yann Le Cam 118
	Nb d'abonné	B motion 1 167	Vincrea 53	Laurent motion 188
	Nb publication	34	7	3

ANALYSE

On remarque que les réseaux sociaux occupent une grande place pour le réseau professionnel. La concurrence est élevée et laisse peu de place sur le marché. Les concurrents utilisent les réseaux sociaux comme une vitrine, afin de montrer leurs réalisations et permettre aux clients potentiels de les contacter. En globalité, le rythme de publication est régulier il faut donc animer son compte par le biais de stories et publications pour gagner en visibilité et en notoriété. D'où l'importance d'utiliser les réseaux sociaux.

SWOT

01

Faiblesses

Manque
d'expérience
professionnelles

02

Forces

créativité,
originalité,
polyvalences,
Maîtrise des
logiciels adobe

03

Menaces

forte concurrence:
agences et
freelance
demande
inférieure à l'offre

04

Opportunités

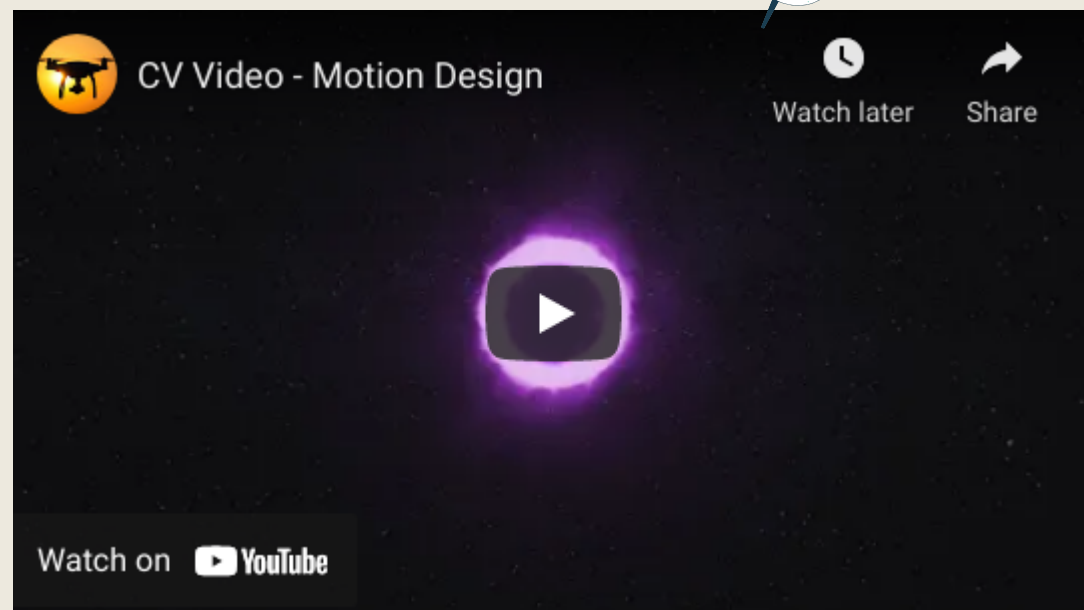
demande forte
contact (alternance)

CONCLUSION

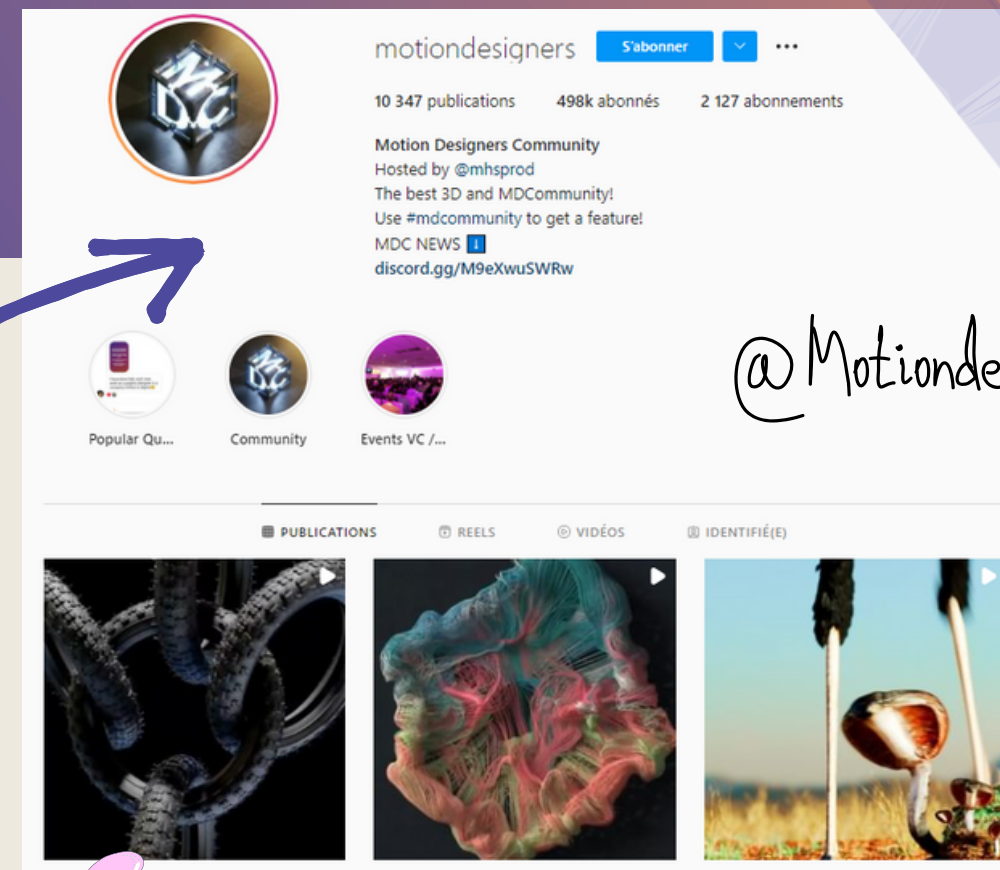
En conclusion, le motion designer est un métier où il faut chercher à se démarquer. En effet, même si la demande est conséquente, l'offre l'est réciproquement en comptant les agences, les salariés et les freelances. C'est pourquoi l'usage des réseaux sociaux et du web sont des fondamentaux pour se faire connaître. Je compte alors sur mes forces à savoir ma créativité, mon originalité, ma polyvalence et ma maîtrise des logiciels adobe pour me démarquer. De plus, l'alternance (chez Cora France) peut s'avérer être une opportunité de rencontre professionnelles.

RÉFÉRENCES

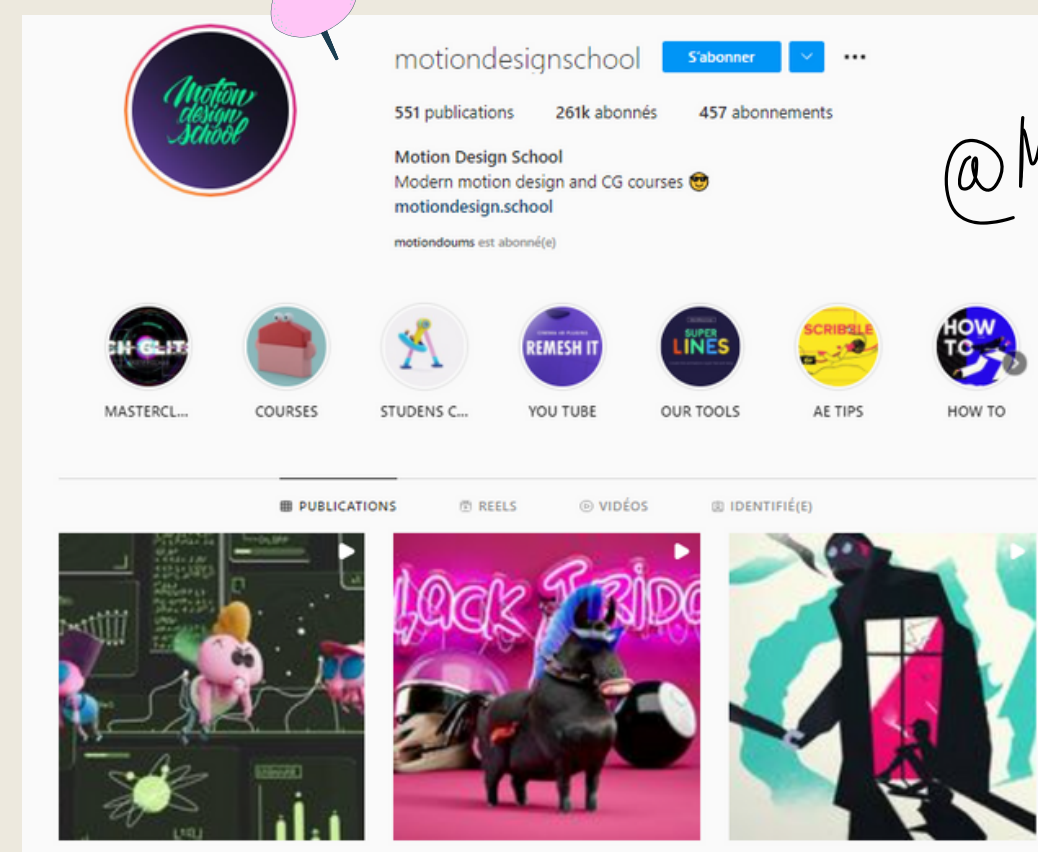
Curriculum vitae en motion design



Publicité en motion design



@Motiondesigners

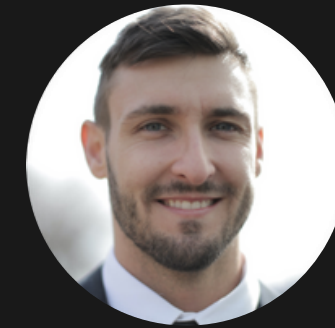


@Motiondesignschool

II. CIBLES, OBJECTIFS ET PLATEFORMES

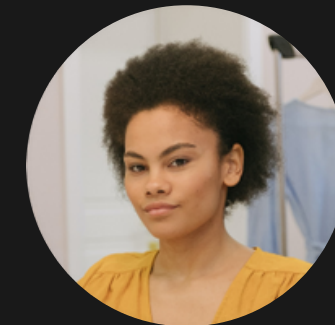


PERSONAS



Frédéric LEMAN

Chef d'entreprise d'une startup



Nadine Munro

Chargée de marketing numérique



Yann VERET

Développeur front-end

Frédéric LEMAN

Oneatlas



DÉMOGRAPHIQUE :

- 30 ans
- Marié
- Homme
- Master digital marketing brand content
- Paris (75012)
- Française

EMPLOI :

- Chef d'entreprise d'une startup
- Agence de publicité
- 5500€/ mois

ENTOURAGE :

- Proche de sa famille, jeune père d'un bébé

AMUSEMENT :

- Tennis, course à pied, cinéma, sorties entre amis

ATTITUDES :

- Sérieux, sens de l'humour, extravertie, soigné
- Actif, matinal, sportif
- A la pointe des dernières technologies
- Langage plutôt soutenu dans le cadre professionnel, politique, sujets d'actualité, high tech et intelligence artificielle
- Apple, Sonos, Ralph Lauren, Levis, Armand Thiery

MOTIVATIONS D'ACHAT :

- Besoin de contenus vidéo animé pour des projets publicitaires

UTILISATION D'INTERNET :

- Publicité, image de marque ,communication
- Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest
- Marketing, innovation, digital, audio-visuel
- Iphone, iPad, MacBook pro, iwach, chrome, Slack, google agenda, google meet
- Publicis, BETC, Stephen Elop, Steven Spielberg, Universal studio, Jeff Bezos , Emmanuel Macron

PERSONAS

Nadine MUNRO

France télévision



DÉMOGRAPHIQUE :

- 26 ans
- Concubin
- Femme
- Mastère Digital Content Manager
- Serris (77700)
- Française

EMPLOI :

- Chargée de marketing numérique
- Groupe France télévision
- 3800€/ mois

ENTOURAGE :

- Proche de sa famille, un frère et une sœur

AMUSEMENT :

- Danse, lecture, séries, sortie entre amis (bowling, restaurants)

ATTITUDES :

- Sérieuse, élégante, réservée, créative
- Active, aime sortir
- A la pointe des dernières technologies et tendances
- Langage plutôt soutenu dans le cadre professionnel, sujet d'actualité, high tech, mode, design
- Apple, Swatch, Mango, Sandro,

MOTIVATIONS D'ACHAT :

- Besoin d'une vidéo de présentation pour se faire connaître

UTILISATION D'INTERNET :

- marketing, inspiration design, communication, mode,
- Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, YouTube, Snapchat
- Marketing, innovation, digital, design
- iPhone, iPad, MacBook pro, iwach, chrome, Slack, google agenda, google meet
- TF1, Arte, Léna situation, Jean Paul Gauthier, Belle Hadid, Brut, Konbini

PERSONAS

Yann VERET

En freelance



DÉMOGRAPHIQUE :

- 24 ans
- Célibataire
- Homme
- Bachelor développement web
- Brunoy (91800)
- Française

EMPLOI :

- Développeur front-end
- 3000€/mois

ENTOURAGE :

- Grand cercle d'amis, une petite sœur

AMUSEMENT :

- Musique, jeux vidéos, poker, sorties entre amis

ATTITUDES :

- Réservé, Rigoureux, Aimable, Casanier
- A la pointe des dernières technologies
- Langage courant et soutenu high tech, musique, sujets d'actualité
- Microsoft, Uniqlo, Ralph Lauren, Levis, Jack & Jones

MOTIVATIONS D'ACHAT :

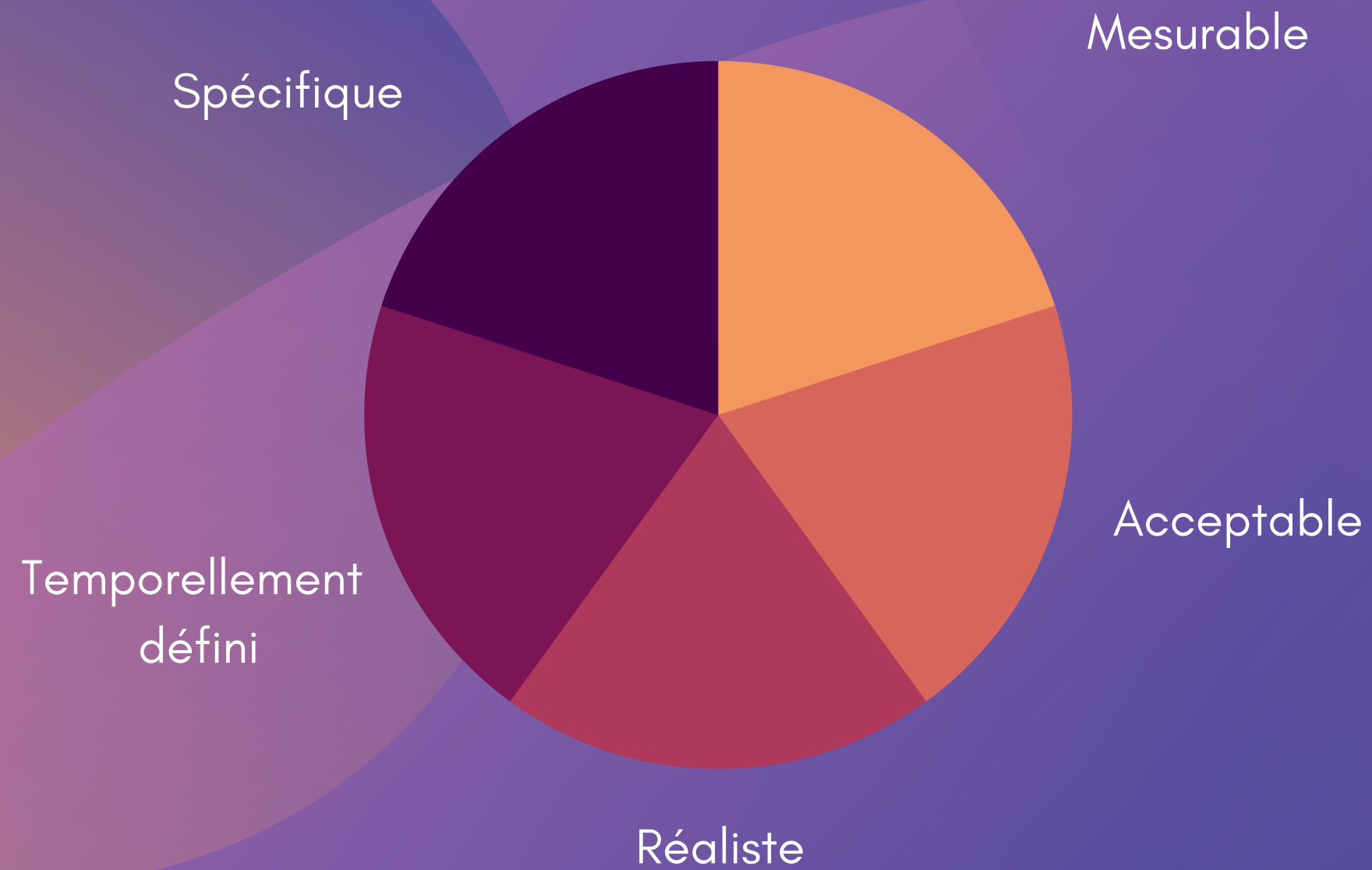
- Besoin d'une vidéo de présentation pour se faire connaître

UTILISATION D'INTERNET :

- Jeux vidéos, Musique, nouvelles technologies digital, web
- Facebook, Instagram, LinkedIn
- Web, actualité high tech, jeux
- Samsung, MSI
- Bill Gates, Squeezie, Ubisoft, Eric Barone

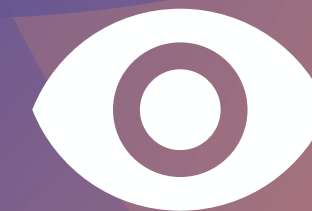
PERSONAS

OBJECTIFS SMART



Accroître sa notoriété et se faire connaître :

- + 10 abonnés par semaine
- + 50 vues par semaines
- + 15 likes par semaine



CHOIX JUSTIFIÉ DES PLATEFORMES



INSTAGRAM

Caractéristiques et fonctionnalités :

- Contenus diversifiés (stories, réels , igtv, photo, lien de redirection)
- Facilité de navigation
- Hashtag #
- Fonction de recherche
- Recommandations
- Fonction j'aime et abonnement

Nombre d'utilisateurs et croissance :
forte (2e plus utilisé)

Présence du public cible :
amateur, consommateur, partenaire, professionnelle



FACEBOOK

Caractéristiques et fonctionnalités :

- Contenus diversifiés (stories, réels , igtv, photo, lien de redirection)
- Facilité de navigation
- Hashtag #
- Fonction de recherche
- Recommandations
- Fonction j'aime et abonnement

Nombre d'utilisateurs et croissance :
forte (2e plus utilisé)

Présence du public cible :
amateur, consommateur, partenaire, professionnelle



TIKTOK

Caractéristiques et fonctionnalités :

- Contenus diversifiés (stories, réels , igtv, photo, lien de redirection)
- Facilité de navigation
- Hashtag #
- Fonction de recherche
- Recommandations
- Fonction j'aime et abonnement

Nombre d'utilisateurs et croissance :
forte (2e plus utilisé)

Présence du public cible :
amateur, consommateur, partenaire, professionnelle

USAGE DES PLATEFORMES ET/OU RÉSEAUX SOCIAUX



INSTAGRAM

- Construction communautaire
- Visibilité
- Captation
- Interactions avec les partenaires
- Vitrine des projets réalisés
- Igtv, réels, publications, stories
- Redirection vers le site

Cible principale : Amateurs Partenaires

Objectif : création d'un compte vitrine

- Se faire connaître et gagner en visibilité
- Montrer ses compétences, projets et créations
- Partenariat



FACEBOOK

- Construction communautaire
- Visibilité
- Captation
- Interactions avec les partenaires
- Publication (photos / vidéo)
- Recherche de tendances /
- Inspiration
- Redirection vers le site

Cible principale : Famille, professionnels

Objectif : Création d'une page professionnelle

- Se faire connaître et gagner en visibilité
- Montrer ses compétences, projets et créations
- Partenariat



TIKTOK

- Construction communautaire
- Visibilité
- Captation
- Interactions avec les partenaires
- Recherche de tendances / inspiration
- Redirection vers le compte Instagram / site web

Cible principale : Amateurs, partenaires

Objectif : compte d'astuce et conseils

Montrer ses compétences, projets et créations

se faire connaître et gagner en visibilité

Partenariat

III. DOCUMENTATION

IDENTITÉ DE MARQUE



REGISTRE

Informel

FRÉQUENCE DES PUBLICATIONS INTERACTIONS

Deux publications par semaines avec hashtag,
description (varie selon les tendances)

TYPE ET FORMAT DES CONTENUS

Vidéo, image, animation, conseils

DROIT D'AUTEUR

Créations non libres de droit

2 publications par semaine

IV. PLANIFICATION

3 semaines

semaine 1

Thème
Corporatif

publication 1
mardi
vidéo motion design

publication 2
vendredi
tuto after effect

semaine 2

Thème
Pâques

publication 1
mardi
vidéo motion design

publication 2
vendredi
tuto after effect

semaine 3

Thème
flat design

publication 1
mardi
vidéo motion design

publication 2
vendredi
tuto after effect



Concept

publier une vidéo motion design ou une photo en début de semaine et poster son tutoriel en fin de semaine

8 publications par mois

PLANIFICATION

6 mois

décembre

Thème
Noël

Janvier

Thème
Bonne année

Février

Thème
Animaux

Mars

Thème
Planète / Espace

Avril

Thème
Pâques

Mai

Thème
Fleurs / nature



Objectif

- Gagne en notoriété et en visibilité avec différent type de contenus suivant les tendances et évènement du mois.
- Cibles : amateurs, professionnels
- types de contenus : photos, infographies, vidéos, réels, IGTV

V. ACTIONS

1. LIVESTREAM SUR INSTAGRAM

Plateforme : Instagram

- Tutoriel sur After Effect en stream : les bases
- Heure et date de diffusion, jeudi soir à 19h00
- Durée 1h30

Objectif Gagner en visibilité, éteindre et maintenir sa communauté

Cible : amateurs, professionnels, potentiels prospects



2. CONCOURS POUR GAGNER UN ABONNEMENT 1 ANS DE SUITE ADOBE

Plateforme : Instagram

Règles du concours :

- **like** et **partage** la publication du concours et **publie ton œuvre** (dessin, animation, création graphique, montage, film, affiche -> toute œuvre artistique) avec **l'hashtag** #1concourstalent
- Si ton œuvre est retenue tu seras sélectionné pour le tirage au sort
- Début 03/01/2022 - Fin : 28/01/2022

Objectif : Gagner en visibilité grâce à une concours et en notoriété

Cible : personnes dans le domaine de l'audiovisuel : amateurs, professionnels, potentiels prospects