

Rapport de marketing - Audible



Le marketing	2
Groupes clés de l'application	2
Pyramide de Maslow	2
Hiérarchie pour l'achat du produit	2
A propos du produit	3
Catégorie d'achat de l'application	3
Courbe de vie de l'application	3
Courbe BCG	3
Orientation du produit	3
Leviers de différenciations et mapping valorisant les qualités	3
Promesses de l'application	4
Notions d'USP	4
Communication et publicité	4
Acheteur de l'application	4
Types de communication	4
Publicité sur les grands médias	5
Actions hors-média	5
Mots-clé pour travailler avec le SEO/SEA de votre site web	5

A. Le marketing

1. Groupes clés de l'application

Prescripteurs	Professeur, Auteur
Préconisateur	Auteurs de livres disponibles sur Audible, proches, influenceurs, maisons d'éditions...
Acheteurs	Adultes n'ayant pas le temps de lire, malvoyants, parents
Consommateurs	Adultes n'ayant pas le temps de lire, malvoyants, adultes et enfants

2. Pyramide de Maslow

L'application audible se situe au niveau des besoins sociaux : une écoute d'un même récit peut donner lieu à une discussion et un sentiment d'appartenance à un groupe.

3. Hiérarchie pour l'achat du produit

Audible se trouve dans la hiérarchie d'apprentissage de faible implication :

- Cognitif → Conatif → Affectif.

L'utilisateur potentiel commence par être intéressé par le concept, l'achète pour essayer puis y adhère complètement si il aime.

B. A propos du produit

1. Catégorie d'achat de l'application

Les achats effectués sur l'application sont du domaine de l'achat spécialisé : le prix de l'abonnement est assez faible mais régulier, le négociant n'a pas particulièrement d'impact et le temps de réflexion avant un achat d'un livre est en général court.

2. Courbe de vie de l'application

Audible étant une application présentant une vente continue de livres, elle suit la courbe dite "à rebondissement" : un effet de mode sur un produit peut avoir un fort impact sur le chiffre d'affaire.

3. Courbe BCG

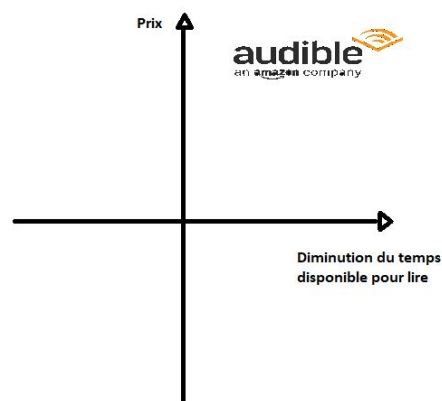
L'application se trouve au niveau de la phase "vache à lait" : l'application ne devrait à priori pas subir d'évolution majeure, son service devrait perdurer tel qu'il est actuellement.

4. Orientation du produit

L'application propose des produits (livres, conférences, podcasts) en fonction des goûts du client, elle a donc une orientation clairement orientée client.

5. Leviers de différenciations et mapping valorisant les qualités

L'application propose des livres à un prix raisonnable, bien que plus élevé qu'un livre papier classique. Elle propose une très grande diversité de livres et autres contenus audios, tel que des podcasts et des conférences.



6. Promesses de l'application

La promesse pourrait être : "Profitez de votre livre n'importe où, n'importe quand (sans lire)". La grande variété de livres audio disponibles sur une application connectée valide cette promesse.

7. Notions d'USP

L'USP pour audible serait : "On est fier de vous raconter des histoires". Nous passons, via une pointe d'humour, le message principal: "Vous pouvez écouter vos livres sur l'application".

C. Communication et publicité

1. Acheteur de l'application

Besoins/Envies	Ecouter conférence/livre/podcast, faire autre chose en même temps, pas envie de lire
Moyens financiers	Légèrement plus élevé que pour un livre classique
Processus d'achat	Recherche du produit → téléchargement/achat
Niveau de maîtrise technique	Moyen/Débutant
Freins	Prix trop élevé

2. Types de communication

Corporate	Sponsoring association pour achats de livres dans des pays en voie de développement
Commercial	Envoi de mails aux acheteurs de livres sur Amazon
Média	Affiches publicitaires dans les transports en communs pour les utilisateurs qui s'ennuient. Spot télé avant les émissions culturelles
Hors-média	Publicité internet Emailing lors d'achats de livres sur amazon

3. Publicité sur les grands médias

L'affiche publicitaire ainsi que la télévision semblent les plus adaptées pour promouvoir le lancement de l'application.

4. Actions hors-média

Pour promouvoir le lancement de l'application, il est possible de passer par une publicité/offre promotionnelle sur internet après l'achat d'un livre sur amazon, sur tout site partenaire d'Amazon ainsi que sur les sites officiels des auteurs partenaires dont les livres sont disponibles sur Audible.

De plus, un flyer peut être ajouté dans le paquet du livre.

Enfin les clients Amazon ayant par le passé commandé des livres pourront être contactés via une procédure d'Emailing.

5. Mots-clé pour travailler avec le SEO/SEA de votre site web

- conference
- podcast
- lecture
- livre audio
- livre lu
- écouter livre
- lecteur livre
- acheter livre audio
- audible
- livre audio pas cher
- livre audio amazon
- lecture livre
- livre audio gratuit
- histoire audio
- histoire lu
- lecture audio

On est fier de vous raconter des histoires

Une personne avec des
écouteurs qui lève les yeux
vers des formes (dragon,
voiture, symboles,...) qui
flottent au dessus de sa tête

Ecoutez votre livre
quand vous voulez,
où vous voulez avec
l'application
Audible

LOGO Audible

Disponible sur:
android,....