

Définir la vision marketing

Décrire le Mind map du projet. Créer le persona de (s) l'utilisateur (s) ciblé (s) par le projet. Répondre aux axiomes de Morville.

Description du jeu : SEAL RESCUE

Seal Rescue est un jeu de style Runner en 3D sur navigateur web. Nous avons pour but de sensibiliser le public à la cause animale, notamment les espèces en voie de disparition comme les phoques.

Accessible et intuitif, le jeu se veut tout-public et familial afin que son message puisse parvenir à la plus grande audience possible.

Le personnage joué est un phoque devant éviter les morceaux de glace fondue sur trois pistes.

En effet, au-delà de l'aspect amusant et compétitif du jeu, de nombreuses fonctionnalités sont proposées au joueur. Parmi elles, on y retrouve des live-camera où des animaux vivent (ou séjournent), des messages de sensibilisation ainsi que des appels aux dons pour des associations de conservation des espèces menacées.

Nous avons décidé de soutenir cette cause car nous estimons que nous pouvons apporter notre pierre à l'édifice par l'intermédiaire de cette application. À ce jour, les enjeux climatiques sont critiques, et nous avons la ferme volonté de contribuer à ce combat.

Axiome de Morville

UTILE : Seal Rescue est un jeu. Il apportera de l'amusement dans la vie de ses utilisateurs en répondant aux besoins de sensibilisation vis-à-vis du climat et de l'extinction des espèces animales.

UTILISABLE : Il sera facile à prendre en main car le type de jeu Runner est très courant et codifié. Nous pourrions donc réutiliser les mêmes codes afin de le rendre intuitif.

DESIRABLE : Les graphismes seront faits d'un design épuré et coloré de couleurs pastel et douce pour offrir une expérience visuelle agréable.

CREDIBLE : La simplicité du design suivra la tendance des sites les plus consultés (Facebook, YouTube, Google, ...). On gardera des menus du même design épuré et des mêmes coloris que le jeu avec d'offrir une cohérence visuelle pour l'utilisateur.

ACCESSIBLE : Le jeu sera disponible sur le navigateur. Il sera donc facile d'accès à toute personne possédant un ordinateur. Il sera gratuit pour être accessible à tous les publics.

TROUVABLE : Le jeu sera potentiellement hébergé sur une plateforme en ligne.

VALABLE : Le jeu aura plus à offrir que de l'amusement. Il sera également un outil de sensibilisation. Des diffusions de différents animaux en voie d'extinction seront directement disponibles dans notre jeu.

Persona

Premier persona



Profil

Prénom : Célestin Gabin

Nom de famille : Dubois

Age : 27

Emploi : Jeune artiste au chômage qui ne trouve pas de travail car il est trop occupé entre grèves, manifestations et séjours sur Twitter.

Personnalité

Gauchiste aguerri, il hait les politiciens et les multinationales, mais il fait la file tous les matins chez Starbucks en scrollant sur son iPhone 14 Pro Max. Il signe des pétitions mais ne fait jamais de dons. Dans quelques années, sa phrase fétiche sera : "C'était mieux avant !"

Objectifs

- Sauver la planète tout en restant sur son canapé à regarder des documentaires sur Arte
- Profiter de la vie
- Souvent contrarié et déçu par le service clientèle, veut parler au manager !

Interaction avec notre jeu

En buvant son café à 4€, il vapote son CBD bio tout en jouant à un petit jeu d'écolo bobo pour se donner bonne conscience.

Second persona



Profil

Prénom : Timothée

Nom de famille : Nicolas

Age : 7 ans

Personnalité

Timothée, jeune gamer, adore les Rainbow Friends. Dès qu'il le peut, il gratte le téléphone de sa mère pour installer dix mille jeux et applications du Play Store et regarde des vidéos de gaming sur YouTube.

Objectifs

- Devenir Youtubeur
- Ne pas se faire punir
- Regarder discrètement des vidéos qu'il n'a pas le droit de regarder sur YouTube
- Dormir après 22h

Interaction avec notre jeu

Une fois qu'il a gagné ses premières pièces et acheté son premier skin, il ne pourra plus s'arrêter de jouer tant qu'il n'aura pas tous les magnifiques skins du jeu...