

Hodos Company

Plan de communication

01 avril 2023



Table des matières

H	lodos Company	1
	1. Objectifs de communication	3
	2. Cibles de communication	3
	3. Messages clés	3
	4. Moyens de communication	3
	5. Budget prévisionnel	4
	6. Calendrier prévisionnel	5
	7. Évaluation et suivi	6



1. Objectifs de communication

- Faire connaître l'application Hodos au grand public
- Créer une communauté active d'utilisateurs réguliers
- Augmenter le nombre de téléchargements et d'inscriptions sur l'application

2. Cibles de communication

- Les personnes intéressées par les visites et balades en France et à l'étranger
- Les voyageurs cherchant à découvrir les régions et les lieux d'intérêt locaux
- Les amateurs de randonnées et d'activités de plein air

3. Messages clés

- Découvrez de nouveaux lieux et des itinéraires hors des sentiers battus
- Échangez avec une communauté passionnée et découvrez les bons plans locaux
- Facilitez la planification de vos voyages et de vos activités de loisirs

4. Moyens de communication

- Site web : présentation de l'application, des fonctionnalités et des avantages, publication d'articles sur les régions et les lieux d'intérêt locaux, création d'un blog pour échanger avec la communauté
- Réseaux sociaux : promotion de l'application, partage de photos et de témoignages d'utilisateurs, création de contenus originaux (vidéos, infographies, etc.), organisation de concours et de challenges pour encourager l'engagement des utilisateurs
- Relations presse : contact avec les journalistes spécialisés dans le tourisme et les loisirs, envoi de communiqués de presse pour annoncer les nouveautés et les événements liés à l'application, organisation d'interviews et de reportages pour présenter l'application et ses avantages



- Publicité en ligne : Utilisation des réseaux sociaux pour diffuser des annonces ciblées auprès des personnes intéressées par les voyages et les loisirs, création de bannières et de visuels attractifs pour inciter à l'action
- Événements : Participation à des événements liés au tourisme et aux loisirs pour rencontrer le public, présenter l'application et créer des partenariats avec les professionnels du secteur

5. Budget prévisionnel

- Site web : 250€

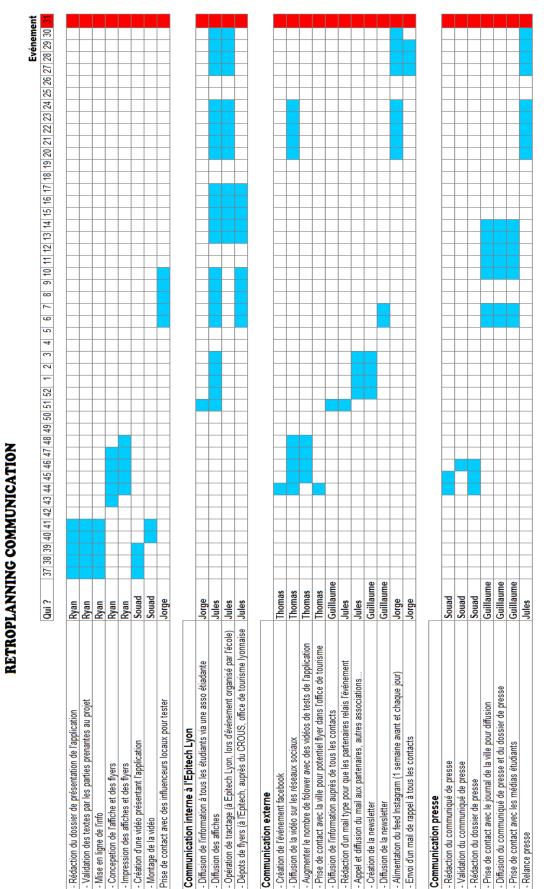
Réseaux sociaux : 100€/anRelations presse : 400€/an

- Publicité en ligne : 2000€/an

- Événements : 500€/an



6. Calendrier prévisionnel





- Analyse des retombées de chaque action (nombre de téléchargements, inscriptions, engagement sur les réseaux sociaux, retours des utilisateurs, articles et reportages publiés)
- Réajustement des actions en fonction des résultats obtenus et des objectifs à atteindre.