



# **Hodos Company**

*Plan de communication*

**01 avril 2023**



## Table des matières

Hodos 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€/an
- Relations presse : 400€/an
- Publicité en ligne : 2000€/an
- Événements : 500€/an



## 6. Calendrier prévisionnel

RETROPLANNING COMMUNICATION																														
Qui ?																														
Événement																														
- Rédaction du dossier de présentation de l'application																														
- Validation des textes par les parties prenantes au projet																														
- Mise en ligne de l'info																														
- Conception de l'affiche et des flyers																														
- Impression des affiches et des flyers																														
- Création d'une vidéo présentant l'application																														
- Montage de la vidéo																														
- Prise de contact avec des influenceurs locaux pour tester																														
Communication interne à l'Epitech Lyon																														
- Diffusion de l'information à tous les étudiants via une asso étudiante																														
- Diffusion des affiches																														
- Opération de tractage (à Epitech Lyon, lors d'événement organisé par l'école)																														
- Dépôts de flyers (à l'Epitech, auprès du CROUS, office de tourisme lyonnais)																														
Communication externe																														
- Création de l'événement facebook																														
- Diffusion de la vidéo sur les réseaux sociaux																														
- Augmenter le nombre de followers avec des vidéos de tests de l'application																														
- Prise de contact avec la ville pour potentiel flyer dans l'office de tourisme																														
- Diffusion de l'information auprès de tous les contacts																														
- Rédaction d'un mail type pour que les partenaires relais l'événement																														
- Appel et diffusion du mail aux partenaires, autres associations...																														
- Création de la newsletter																														
- Diffusion de la newsletter																														
- Alimentation du feed Instagram (1 semaine avant et chaque jour)																														
- Envoi d'un mail de rappel à tous les contacts																														
Communication presse																														
- Rédaction du communiqué de presse																														
- Validation du communiqué de presse																														
- Rédaction du dossier de presse																														
- Prise de contact avec le journal de la ville pour diffusion																														
- Diffusion du communiqué de presse et du dossier de presse																														
- Prise de contact avec les médias étudiants																														
- Relance presse																														



## 7. Évaluation et suivi

- 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.