Facteur clé de succès de notre communication !!!

Notre logiciel ne propose rien de plus que les logiciels déjà présents sur le marché. Notre seul avantage : un prix très attractif pour un rendu de qualité.

La question est : peut on communiquer juste par le prix ??

Le prix nous permettra de trouver des licenciés, des dizaines, des centaines, des milliers… mais avant que le logiciel est une renommée mondiale, nous aurons déjà été dépacés et remplacés par des plus gros que nous.

Il ne faut donc pas axer notre politique de communication sur le logiciel en lui-même. Le prix en fera parti mais il nous faut un autre élément.

Deux possibilités :

* Communiquer sur l’aspect technique du logiciel par le biais d’une démo choc !
* Communiquer sur nous

Ces deux possibilités demandent une grande imagination, pour que nous sortions du lot.

Le buzz est notre outil !!!

Quels sont les éléments qui permettent le buzz surtout dans un milieu geek ?

* Le sexe
* La violence
* Le comparateur

Combiner ces trois éléments est une erreur, surcharge de la démo. Il faut donc en choisir un et taper très fort.

Le comparateur semble être l’élément le plus pertinent. Trouver un jeu mondialement connu, et orienter notre démo dans cet univers.

Le jeu le plus vendu dans le monde : GTA

Un budget énorme pour des ventes énormes.

Toute personne saine d’esprit, se rendrait bien compte que nalah project n’est pas apte à réaliser et supporter de tels rendus.

Nous a vons besoin d’une démo d’une dizaine de minutes. Dans cette démo créer un terrain proche de GTA, importer un joueur, trouver une musique de fou …

Cette simple démo, devra avoir un titre accrocheur comme « GTA for free » ….

Trouver une signification à GTA pour montrer que nous ne nous comparons pas réélement au jeu. Si en dix minutes, nous arrivons à prouver que nous pouvons nous approcher de leur rendu par une utilisation simple …. !!!

GTA for free

Going to attak

Get the

Gamers