



ELABORATION PLAN DE COMMUNICATION

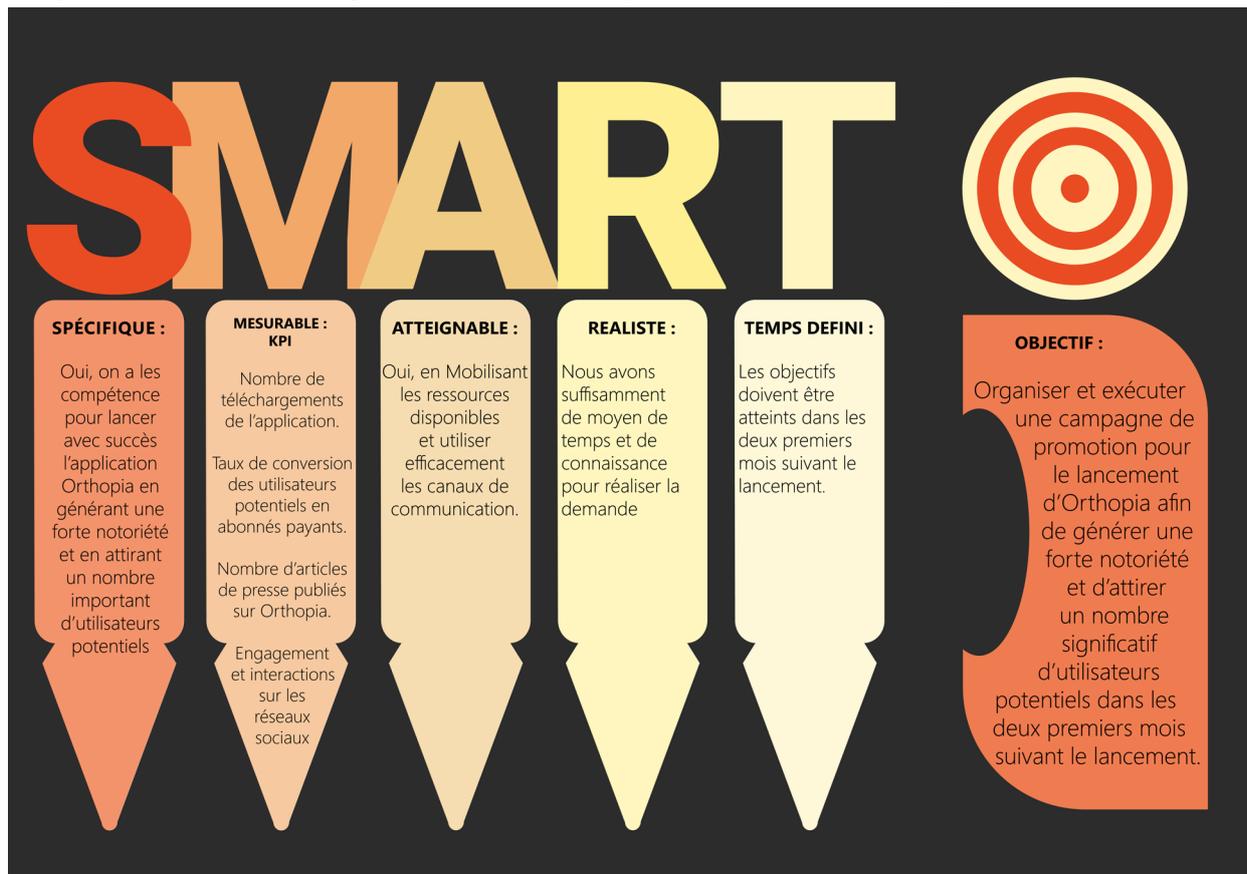
PROJET 5 : Organisez la communication de lancement d'une startup high tech

01 FEVRIER 2024
FORMATION CHEF PROJET MARKETING
Alexandre jacquet

Table des matières

Objectif SMART : organisation de la promotion d'Orthopia	2
Les cibles, canaux de communication et messages :	3
Les cibles pour l'évènement	3
Les personae	4
Les canaux de communication par cible	6
Les messages	7
L'intérêt d'Orthopia.....	7
Choix du Message selon les Canaux de Communication	9
Le rétroplanning	11
Organigramme	11
Les étapes	12
Diagramme de Gantt (voir fichier Excel ORTHOPIA GANTT).....	14
Budgétisation	15
Annexe	17

Objectif SMART : organisation de la promotion d'Orthopia



Spécifique :

L'objectif est clairement défini : développer et exécuter une campagne de promotion multicanaux qui attire l'attention sur le lancement de l'application Orthopia.

Mesurable : (tableau de bord kpi en annexe)

Pour évaluer l'impact de notre plan de communication, nous surveillerons attentivement plusieurs indicateurs clés avant et après la présentation.

Avant l'événement, nous mesurerons l'intérêt généré par les pré-inscriptions, le taux d'ouverture des e-mails, l'engagement sur les réseaux sociaux et les consultations de notre page d'inscription.

Après l'événement, nous suivrons de près le nombre de téléchargements de l'application, le taux de conversion en abonnés payants, la couverture médiatique et l'engagement sur les réseaux sociaux pour évaluer l'efficacité de notre stratégie de communication.

Atteignable :

Nous avons suffisamment de compétences en marketing et communication au sein de l'équipe, le budget alloué pour la campagne de promotion, semble correct pour assurer le succès de la promotion du lancement d'Orthopia.

Réaliste :

L'objectif de promotion du lancement d'Orthopia est réaliste

Temps défini :

La campagne de promotion sera planifiée et exécutée dans les deux mois précédant le lancement de l'application Orthopia, avec des rapports réguliers sur les indicateurs de performance pour évaluer l'efficacité de la campagne et apporter des ajustements si nécessaire.

Les cibles, canaux de communication et messages :

Les cibles pour l'évènement

Les Journalistes « tech » : Ils peuvent jouer un rôle crucial dans la diffusion de l'information sur le lancement d'Orthopia en rédigeant des articles, des critiques et des interviews sur le produit.

Influenceurs : Les influenceurs, tels que les blogueurs, les YouTubeurs, et les personnalités des réseaux sociaux passionnés par la littérature et la langue Française, peuvent avoir une grande influence sur leur public et contribuer à accroître la visibilité d'Orthopia. Nous proposerons de diffuser des codes de réduction à partager avec leur audience. Leur recommandation authentique et leur engagement peuvent contribuer à générer du buzz et à attirer de nouveaux utilisateurs vers Orthopia.

Investisseurs : Attirer l'attention des investisseurs potentiels peut aider à renforcer la crédibilité d'Orthopia et à assurer un soutien financier pour la croissance future de l'entreprise.

Bêta-testeurs : Les bêta-testeurs ont déjà une expérience pratique avec Orthopia et peuvent être des ambassadeurs efficaces pour promouvoir le produit auprès de leur réseau dans la soirée.

Collaborateurs et participants au projet : Inviter ceux qui ont contribué au développement et à la réalisation d'Orthopia peut renforcer le sentiment d'appartenance à la marque et encourager le partage de l'information sur le lancement.

Politique , la CCI et Directeur d' académie ou de grandes écoles : Ces entités peuvent jouer un rôle crucial dans la diffusion de l'information sur Orthopia auprès des entreprises locales et des établissements d'enseignement. Exemple Ministre de l'éducation, La directrice de La French Tech le Président de la Chambre des métiers ; Président de l'école supérieur de journalisme...

Agences de communication renommées : Viser les entreprises qui ont les événements nationaux important

Guest : Un écrivain de renom peut venir discuter de la langue Française.

Les personae



DIRECTEUR DE JOURNAL

LUC BONNET

48 ANS, COUPLE 2 ENFANTS
DIPLOME EN ECOLE DE JOURNALISME

BIO

DIRECTEUR D'UN JOURNAL NATIONAL RÉPUTÉ
DANS LE SECTEUR DEPUIS 15 ANS.

BESOINS EXPRIMÉS

- BESOIN D'ACTUALITÉS FIABLES ET PERTINENTES POUR SES LECTEURS,
- RECHERCHE D'OUTILS POUR SIMPLIFIER LE PROCESSUS DE PUBLICATION

FRUSTRATION

- FRUSTRÉ PAR LE TEMPS PERDU À CORRIGER LES ERREURS DE CONTENU ET PAR LES DÉLAIS DE PUBLICATION

PERSONALITÉ

- ORIENTÉ VERS LES RÉSULTATS
- EXIGEANT
- OUVERT À L INNOVATION

TECHNOLOGIE & RS

- UTILISE DES LOGICIELS DE TRAITEMENT DE TEXTE E
- DE PUBLICATION EN LIGNE
- ACTIF SUR LINKEDIN
- ACTIF SUR X



LA BOITE DE COMMUNICATION

CAMILLE LECOMPTE

43 ANS, CELIBATAIRE
MASTER EN MARKETING

BIO

GÉRANT D'UNE AGENCE DE COMMUNICATION
DIGITALE, INNOVATRICE ET CRÉATIVE

BESOINS EXPRIMÉS

- BESOIN D'OUTILS ET DE STRATÉGIES
EFFICACES POUR RÉPONDRE AUX
BESOINS DE SES CLIENTS EN MATIÈRE DE
COMMUNICATION NUMÉRIQUE

FRUSTRATIONS

- FRUSTRÉ PAR LE TEMPS PERDU À
CORRIGER LES ERREURS DE CONTENU DE SES
EMPLOYÉS

PERSONALITÉ

- CRÉATIF
- PROACTIF
- SOUCIEUX DES DÉTAILS
- SUIT LES TENDANCES
- CURIEUSE

TECHNOLOGIE & RS

- SMARTPHONE ET PC
- LINKEDIN
- X
- INSTA / FACEBOOK



L'ÉTUDIANTE

CAMILLE LECOMPTE

25 ANS, CELIBATAIRE

BIO

ÉTUDIANTE EN LETTRES MODERNES,
INTÉRESSÉE PAR LES TECHNOLOGIES
ÉDUCATIVES

BESOINS EXPRIMÉS

- BESOIN D'OUTILS D'APPRENTISSAGE EF-
FICACES ET ENGAGEANTS POUR AMÉLIORER
SES COMPÉTENCES EN FRANÇAIS

FRUSTRATIONS

- FRUSTRÉ DES REMONTRANCES DE SON
MAÎTRE DE THÈSE À CAUSE DE SES FAUTES
D'ORTHOGRAPHE TROP RÉCURRENTES.

PERSONALITÉ

- OUVERTE
- EMPATHIQUE
- ENJOUÉE
- ENGAGÉE
- CURIEUSE

TECHNOLOGIE & RS

- SMARTPHONE ET PC
- LINKEDIN
- X
- INSTA / FACEBOOK
- TIK TOK
- DISCORD

Les canaux de communication par cible

Cible	Canaux de Communication	Actions
Journalistes	Communiqués de presse, e-mailing personnalisés, rencontres en personne, phoning	<ul style="list-style-type: none"> - Annonces du lancement, - invitations à la démonstration. - Envoie du communiqué de presse
Influenceurs	Réseaux sociaux, messages privés/email, agence marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Demande de devis, signature du contrat, - Invitation - Développement d'un codes de réduction.
Investisseurs	E-mailing réseaux sociaux (LinkedIn)	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation des opportunités et de la rentabilité potentielle d'Orthopia, - Invitations à l'événement de lancement.
Bêta-testeurs	Emails personnalisés, réseaux sociaux, blog, site web	<ul style="list-style-type: none"> - Invitations à l'événement de lancement - Attribution du poste d'Ambassadeur
Collaborateurs et participants au projet	Emails internes réunions d'équipe	<ul style="list-style-type: none"> - Reconnaissance de leur travail - Invitations des événements internes, partage d'informations sur le lancement.
Politique, CCI et académie	Phoning e-mailing	<ul style="list-style-type: none"> - Envoi de cartons d'invitation
Journalistes "tech"	Communiqués de presse, e-mailing personnalisés, rencontres en personne, phoning	<ul style="list-style-type: none"> - Annonces du lancement, - invitations à la démonstration. - Envoie du communiqué de presse - Prise de rdv pour plus de détails technique
Directeur d'académie ou de grandes écoles	Phoning e-mailing	<ul style="list-style-type: none"> - Invitation personnalisée à des événements de lancement - Prise de rdv pour une devis
Agences de communication renommées Directeur de journal	E-mailing réseaux sociaux	<ul style="list-style-type: none"> - Annonces du lancement, - Prise de rdv pour une devis
Guest	E-mailing réseaux sociaux phoning	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation en avance pour le Guest - Invitation et participation à l'événement de lancement pour discuter de la langue française et des avantages d'Orthopia.

Les messages

L'intérêt d'Orthopia

1. Augmentation de la productivité et économie de temps et d'efforts :

Les statistiques révèlent qu'un salarié moyen reçoit environ 39 e-mail par jour (hors-spam) , ce chiffre triplant pour les dirigeants d'entreprise. Orthopia permet de gérer efficacement ce flux de communication, libérant ainsi du temps précieux pour se concentrer sur des tâches essentielles.

Source : [Capital.fr] <https://www.capital.fr/votre-carriere/le-nombre-efarant-de-mails-que-vous-recevez-chaque-jour-au-travail-1468527>

[arobase.org] [https://www.arobase.org/actu/chiffres-email.htm#:~:text=Nombre%20de%20mails%20envoy%C3%A9s%20chaque%20jour&text=France%20%3A%201%2C4%20milliard%20\(,39%20e%2Dmails%20par%20jour.](https://www.arobase.org/actu/chiffres-email.htm#:~:text=Nombre%20de%20mails%20envoy%C3%A9s%20chaque%20jour&text=France%20%3A%201%2C4%20milliard%20(,39%20e%2Dmails%20par%20jour.)

2. Amélioration de la communication professionnelle :



Pour 93% des employeurs,
les lacunes en expression et en
orthographe de leurs équipes ont

**DES RÉPERCUSSIONS
NÉGATIVES IMPORTANTES
SUR LEUR CRÉDIBILITÉ
EXTERNE**



© Ipsos pour le Projet Voltaire |
Attente des employeurs et maîtrise de l'expression



Les coûts cachés des erreurs d'orthographe sont significatifs pour les entreprises. Des études montrent que les erreurs linguistiques peuvent réduire les ventes jusqu'à 50%. Orthopia aide à éviter ces erreurs embarrassantes et à préserver la réputation et l'image de marque de l'entreprise.

Sources : [Radio France] <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/le-cabinet-de-curiosites/quand-les-fautes-d-orthographe-des-salaries-finissent-par-couter-cher-aux-entreprises-8102548>

[Journal du Web] <https://www.journalduweb.org/webmarketing-les-fautes-d-orthographe-peuvent-ruiner-votre-image-de-marque/>

[Orthographiq] <https://www.orthographiq.com/blog/orthographe-entreprise-optimiser-formation>

3. Priorité accordée à la maîtrise de la langue française par les employeurs :



Pour 86 %
des employeurs,
la maîtrise de
**L'EXPRESSION
ÉCRITE ET ORALE
EST UNE PRIORITÉ**



© Ipsos pour le Projet Voltaire |
Attente des employeurs et maîtrise de l'expression



Il est essentiel pour les employeurs de disposer d'équipes compétentes en orthographe et en expression. En effet, 76% des employeurs en France sont confrontés quotidiennement aux lacunes linguistiques de leurs équipes. La qualité de l'orthographe et le niveau d'expression figurent même parmi les cinq premiers critères de recrutement. Orthopia offre un moyen efficace d'assurer que les équipes répondent à ces attentes élevées.

Source : [Projet Voltaire] <https://www.projet-voltaire.fr/enquetes/ipsos-certificat-voltaire/>

[Charente libre] <https://www.charentelibre.fr/charente/angouleme/le-francais-outil-indispensable-au-monde-du-travail-17039726.php>

Renforcement de la confiance en soi

Charles Pépin : «La confiance en soi, c'est l'apprentissage de l'immaîtrise»

Il est intéressant de noter que le français est classé parmi les langues les plus difficiles à apprendre, étant attribué à la catégorie 1 sur 5 degrés établis par le Foreign Service Institute (FSI). Cette réalité met en lumière les défis inhérents à la maîtrise de cette langue.

Source : [Le Figaro] <https://www.lefigaro.fr/langue-francaise/actu-des-mots/le-francais-est-il-vraiment-une-langue-difficile-a-apprendre-20231015>

l'amélioration des compétences orthographiques et grammaticales peut avoir un impact significatif sur le subconscient humain, renforçant ainsi la confiance en soi.

La difficulté de la communication avant l'événement réside dans notre capacité à inciter nos cibles à participer en créant un mystère autour du lancement d'Orthopia et à susciter de l'excitation pour l'événement lui-même sans pour autant dévoiler l'ensemble des informations.

Événement de lancement :

- Annoncez l'événement en mettant en avant son caractère exclusif et intrigant, sans révéler tous les détails.
- Maintenez une part de mystère en ne divulguant que certains aspects de l'innovation et des fonctionnalités uniques d'Orthopia.
- Créez un sentiment d'anticipation en mentionnant des activités spéciales et des invités surprises sans tout dévoiler.

Relations publiques :

- Rédigez le dossier de presse de manière complète et détaillée avec toutes les informations pertinentes sur l'entreprise.
- Rédigez un communiqué de presse percutant qui éveille la curiosité des journalistes en annonçant l'arrivée prochaine d'Orthopia, sans révéler tous les détails.

Réseaux sociaux :

- Avant l'événement, publiez quelques annonces ou chiffres intrigants ainsi que des extraits d'interviews des bêta-testeurs.
- Pendant l'événement, diffusez en direct certains moments pour engager davantage votre audience en ligne.
- Après l'événement, partagez les avis et retours d'expérience des participants, ainsi que des vidéos et des photos.

E-mail :

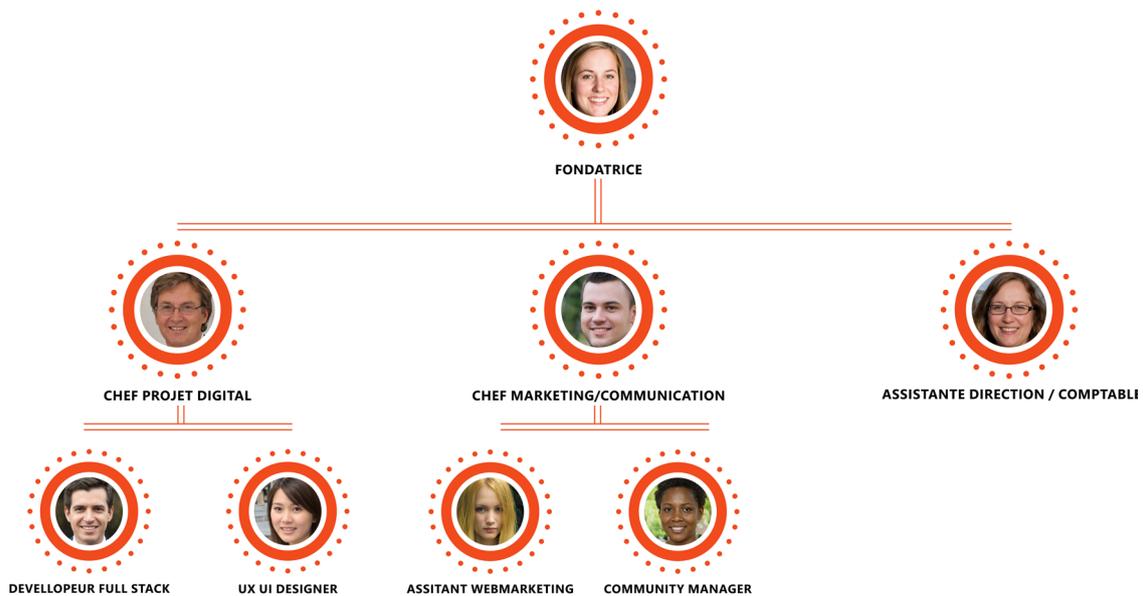
- Avant l'événement, envoyez des invitations personnalisées mettant en avant les avantages de participer et les détails pratiques.
- Après l'événement, envoyez un mail de remerciement et proposez des prises de rendez-vous pour des interviews plus approfondies ou des devis.

Site web et blog :

- Avant l'événement, créez une page d'accueil avec un formulaire d'inscription à la soirée.
- Au moment du lancement de l'événement, assurez-vous que le site ou l'application sont entièrement accessibles en ligne, offrant un accès au live et aux prises de parole des invités.

- Après l'événement, le blog proposera régulièrement des articles expliquant les bases du marketing et l'intérêt d'utiliser Orthopia, tout en reprenant les points forts du lancement.

ORGANIGRAMME



L'équipe d'Orthopia

Fondatrice (Dirigeante) : En tant que chef de projet, elle supervisera l'ensemble de la campagne, assurant la cohérence et l'alignement avec les objectifs stratégiques de l'entreprise.

Chef de Projet Digital : Responsable de la planification, de la coordination et de l'exécution globale de la création d'Orthopia.

Chef de Marketing et Communication : Responsable de l'élaboration de la stratégie de communication, de la coordination des actions marketing et de la gestion des relations avec les médias et les influenceurs.

Assistante de Direction/Comptable : Chargée de la gestion administrative, financière et logistique de la campagne, y compris la gestion des budgets, des fournisseurs et des contrats.

Développeur Full Stack : Responsable du développement technique de l'application Orthopia, en veillant à ce qu'elle réponde aux exigences fonctionnelles et techniques.

UX/UI Designer : Chargé de concevoir l'interface utilisateur de l'application, en assurant une expérience utilisateur optimale et une conception visuelle attrayante.

Assistante Marketing : Apportera un soutien administratif et logistique à l'équipe marketing, notamment dans la coordination des campagnes, la gestion des calendriers et la préparation des supports de communication.

Community Manager : Responsable de l'animation et de la gestion des communautés en ligne, ainsi que de l'engagement des utilisateurs sur les réseaux sociaux.

Les étapes

PHASE DE PREPARATION (2 MOIS AVANT LE LANCEMENT) :

- Élaboration de la stratégie de communication
- Identification et réservation du lieu de l'évènement (service all inclusive musique photobox goodies)
- Achat des goodies exclusifs ambassadeurs
- Préparation du contenu pour les réseaux sociaux (teasers, annonces)
- Identification des cibles à contacter
- Recherche du Guest
- Rédaction du communiqué de presse
- Article du blog
- Création des invitations personnalisées par e-mail
- Maquettage des pages web du site
- Réalisation des contenus pour le site web pré-évènement et post évènement et le blog
- Annoncer aux bêta-testeurs leurs implications dans l'évènement

PHASE D'EXECUTION (1 MOIS AVANT LE LANCEMENT JUSQU'A LA SEMAINE PRECEDANT L'EVENEMENT) :

- Diffusion du communiqué de presse
- Envoi des invitations aux cibles /relances
- Publication des contenus sur le site web et le blog
- Diffusion des contenus sur les réseaux sociaux (teasers, annonces)
- Organisation des démonstrations et préparation des supports visuels pour l'évènement de lancement

- Conf-call avec les bêta-testeurs
- Présentation au Guest d'Orthopia en avant-première

PHASE DE LANCEMENT (LA SEMAINE PRECEDANT ET LE JOUR DE L'EVENEMENT) :

- Dernière vérification de la logistique et des supports visuels pour l'événement
- Réception des goodies

PHASE DE LANCEMENT (LE JOUR J) :

- Mise à jour du site web
- Lancement des Lives sur le site et les réseaux sociaux

PHASE POST-LANCEMENT (APRES L'EVENEMENT) :

- Collecte des retours d'expérience et des retours des participants à l'événement
- Réalisation du bilan de l'événement et des actions de communication

Diagramme de Gantt (voir fichier Excel ORTHOPIA GANTT)

Orthopia

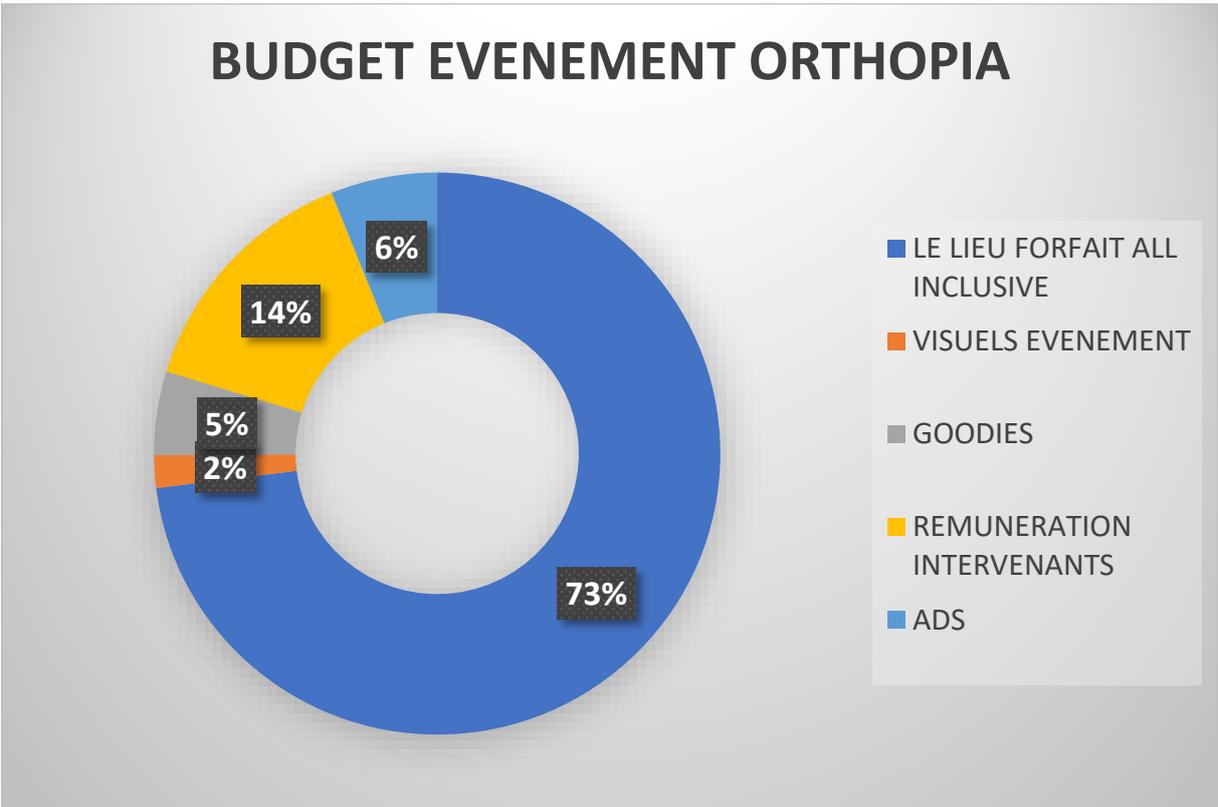
Légende : Chef Marketing Community Manager Ass.Webmarketing

Alexandre Jacquet

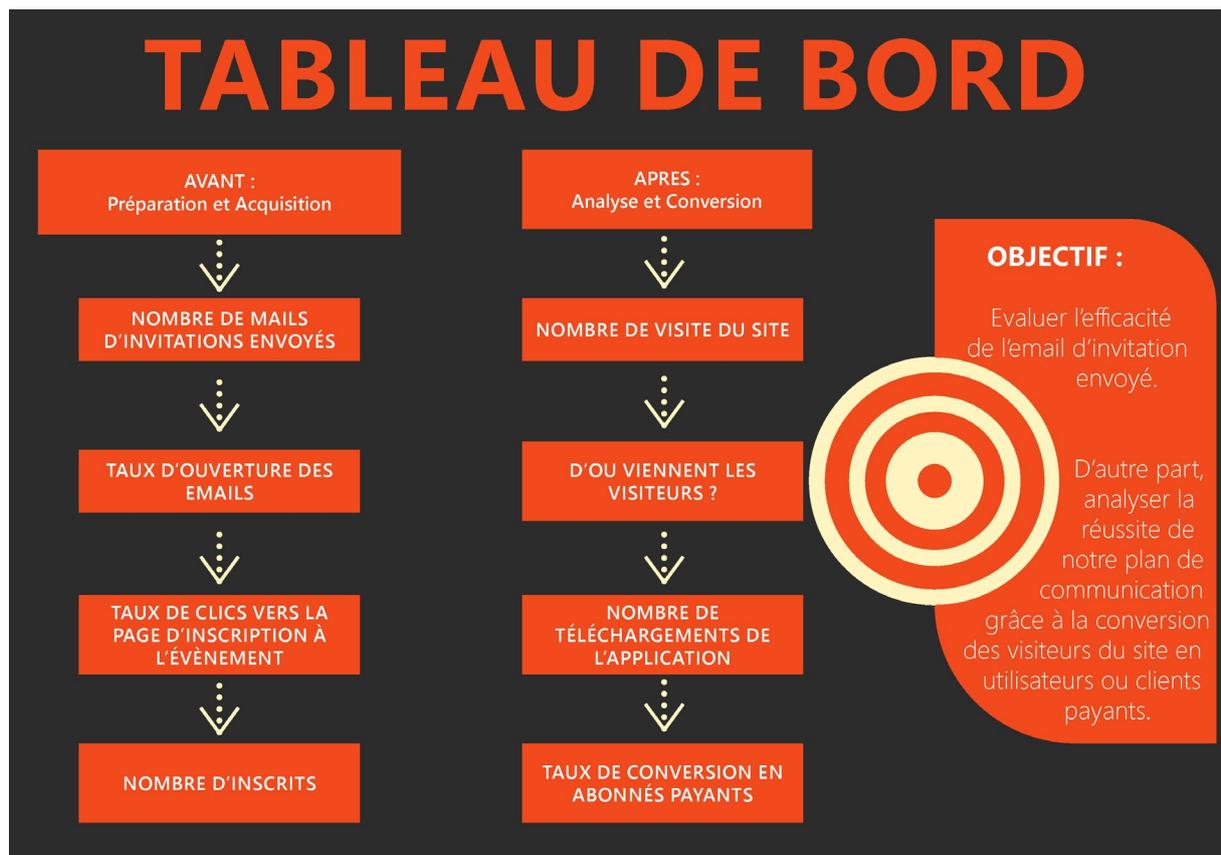
Date de début du projet : 01/03/2024 Date de l'évènement 03/04/2024

Incrément de défilement : 1

Description du Jalon	Catégorie	Attribué à	Progression	Début	Jours
Phase de préparation					
Elaboration de la stratégie de communication	Risque faible	Chef Marketing/AWM	0%	01/03/2024	7
Identification et reservation du lieu de l'évènement	Risque élevé	Chef Marketing	0%	08/03/2024	7
Achat des goodies exclusifs ambassadeurs	Risque faible	Assistante Direction	0%	12/03/2024	1
Préparation du contenu pour les réseaux sociaux (teasers, annonces)	Risque moyen	Community Manager	0%	08/03/2024	14
Identification des cibles à contacter	Risque moyen	Assistant webmarketing	0%	08/03/2024	10
Identification du Guest	Risque élevé	Community Manager	0%	04/03/2024	3
Rédaction du communiqué de presse	Risque moyen	Community Manager	0%	23/03/2024	2
Création des invitations personnalisées	Risque faible	Assistant webmarketing	0%	02/03/2024	2
Maquettage des pages web du site	Risque faible	LX designer/Graphiste	0%	12/03/2024	1
Réalisation des contenus pour le site web pré-évènement et post évènement et le blog	Risque faible	LX designer/Graphiste	0%	13/03/2024	4
Annoncer aux bêta-testeurs leurs implications dans l'évènement	Risque faible	Community Manager	0%	25/03/2024	2
PHASE D'EXECUTION 1 MOIS AVANT					
Diffusion du communiqué de presse	Risque faible	Assistant webmarketing	0%	01/04/2024	2
Envoi des invitations aux cibles/ relances	Risque faible	Assistant webmarketing	0%	03/04/2024	4
Publication des contenus sur le site web et le blog	Risque faible	DEV	0%	01/04/2024	2
Diffusion des contenus sur les réseaux sociaux (teasers, annonces)	Risque faible	Community Manager	0%	01/04/2024	2
Organisation des démonstrations et préparation des supports visuels pour l'évènement de lancement	Risque élevé	Chef Marketing + Assitant web marketing	0%	04/04/2024	4
Conf-call avec les bêta-testeurs	Risque faible	Fondatrice	0%	01/04/2024	1
Présentation au Guest d'Orthopia en avant-première	Risque élevé	Fondatrice	0%	02/04/2024	1
PHASE DE LANCEMENT J-7					
Dernière vérification de la logistique et des supports visuels pour l'évènement	Risque faible	Chef Marketing	0%	25/04/2024	2
Réception des goodies , print	Risque moyen	Chef Marketing	0%	29/04/2024	1
PHASE DE LANCEMENT (JOUR J)					
Mise à jour du site web	Risque élevé	DEV	0%	03/05/2024	1
Lancement des Lives sur le site et les réseaux sociaux	Risque élevé	DEV	0%	03/05/2024	1
PHASE POST-LANCEMENT (APRES L'EVENEMENT)					
Collecte des retours d'expérience et des retours des participants à l'évènement	Risque faible	Community Manager	0%	06/05/2024	14
Réalisation du bilan de l'évènement et des actions de communication	Risque faible	Chef Marketing	0%	24/05/2024	3



ENVELOPPE DE 30 000 €	PRIX U.HT	NOMBRE	TOTAL HT
POUR LE LIEU			
Forfait all inclusive du lieu LE PAVILLON WAGRAM	17 500 €	1	17 500 €
Boissons	0	1	0 €
Traiteur	0	1	0 €
Vestiaire	0	1	0 €
Service	0	1	0 €
Securité / Assurances	0	1	0 €
Ecrans	0	1	0 €
Son&Lumière	0	1	0 €
DJ	0 €	1	0 €
Décorations personnalisés (vieux tableaux d'école)	500 €	1	500 €
Installation Décors	0	1	0 €
Visuels évènement			
Drapeaux publicitaires (Vistaprint.fr)	100,39 €	2	201 €
Kakemono (Vistaprint.fr)	54,99 €	4	220 €
Flyer trivolet 99x210 (Vistaprint.fr)	0,20 €	200	40 €
GOODIES			
Goodies Invités			
SAC	1,84 €	200	368 €
Stylo bambou	1,34 €	170	228 €
Goodies exclusifs ambassadeurs			
Stylo bambou plus	1,84 €	20	37 €
T-shirt	13,32 €	20	266 €
Casquette	11,51 €	20	230 €
Porte badge tour de cou	1,84 €	30	55 €
REMUNERATIONS INTERVENANTS			
Guest	3 500,00 €	1	3 500 €
Influenceurs	0,00 €	1	0 €
Marketing digital			
ads	1 500 €	1	1 500 €
COUT TOTAL HT			24 645 €
TVA 20%			4 929 €
COUT TOTAL TTC			29 574 €



Recherche des kip à analyser

indicateurs de Performance	Type de KPI	Sources des Données	Période de Suivi	Résultats	Évolutions
Analyse des invitations	Qualitative	Logs d'envoi d'invitations	Avant l'événement	[Résultats]	[Évolutions]
Nb de mails d'invitation envoyés	Quantitative	Outil d'envoi d'emails	Avant l'événement	[Résultats]	[Évolutions]
Taux d'ouverture des emails	Quantitative	Outil d'envoi d'emails	Avant l'événement	[Résultats]	[Évolutions]
Taux de clics vers la page d'inscription	Quantitative	Outil d'envoi d'emails	Avant l'événement	[Résultats]	[Évolutions]
Nombre d'inscrits	Quantitative	Page d'inscription	Avant l'événement	[Résultats]	[Évolutions]
Nombre de visites du site	Quantitative	Google Analytics	Après l'événement	[Résultats]	[Évolutions]
Origine des visiteurs	Qualitative	Google Analytics	Après l'événement	[Résultats]	[Évolutions]
Nombre de téléchargements de l'application	Quantitative	Statistiques d'application	Après l'événement	[Résultats]	[Évolutions]
Taux de conversion en abonnés payants	Quantitative	Statistiques d'application	Après l'événement	[Résultats]	[Évolutions]

Tableau de bord suivi KPI

01 FEVRIER 2024



ORTHOPI@

POUR UN PARCOURS SANS-FAUTE

PROJET 5/ INVITATION PAR MAIL

ORGANISEZ LA COMMUNICATION DE LANCEMENT D'UNE STARTUP HIGH TECH

ALEXANDRE JACQUET
FORMATION CHEF PROJET MARKETING

Table des matières

Les 5 Règles pour un e-mailing d'invitation réussi :	2
Règles RGPD pour la conformité :	3

Pour créer un e-mailing d'invitation à l'événement, voici quelques règles à suivre pour un design efficace et conforme aux règles RGPD :

Les 5 Règles pour un e-mailing d'invitation réussi :

1. **Objectif clair** : Assurons-nous que l'objet de l'e-mail est clair et incite les destinataires à ouvrir le message. Utilisons un sujet concis et accrocheur.
2. **Contenu pertinent** : Le contenu de l'e-mail doit être informatif et attrayant. Incluons des détails sur l'événement, comme la date, l'heure, le lieu et le programme. Mettons en valeur les avantages et les points forts de l'événement pour inciter à la participation.
3. **Appel à l'action (CTA)** : Intégrons un appel à l'action clair et visible pour encourager les destinataires à s'inscrire à l'événement ou à obtenir plus d'informations. Nous utiliserons des boutons attractifs avec un libellé convaincant.
4. **Design attrayant** : Le design de l'e-mail doit être professionnel, attrayant et en accord avec l'image de marque de l'entreprise. Des images de haute qualité, une mise en page claire et des couleurs cohérentes sont indispensables.
5. **Adaptabilité mobile** : Assurons-nous que l'e-mail est responsive et s'affiche correctement sur tous les appareils, y compris les smartphones et les tablettes.

Règles RGPD pour la conformité :

1. **Consentement explicite** : le consentement explicite des destinataires avant de leur envoyer des e-mails promotionnels ou des invitations à des événements est obligatoire. Une case à cocher pour recueillir le consentement lors de l'inscription devra être mise en place.
2. **Opt-out clair** : toujours mettre un lien de désinscription dans vos e-mails, permettant aux destinataires de se désabonner facilement s'ils ne souhaitent plus recevoir de communications de notre part.
3. **Protection des données** : Protéger les données personnelles des destinataires conformément aux réglementations RGPD. Ne collecter que les informations nécessaires à l'invitation à l'événement et assurons-nous de les stocker en toute sécurité.
4. **Transparence** : Soyons transparent sur la manière dont nous utilisons les données des destinataires et sur la manière dont ils peuvent exercer leurs droits en matière de protection des données.
5. **Double opt-in** : En utilisant la méthode du double opt-in pour confirmer l'inscription des destinataires à notre liste de diffusion. Cela garantit que seuls les destinataires qui ont confirmé leur inscription reçoivent nos e-mails.



Vous êtes invités !

Nous avons le plaisir de vous inviter à l'évènement de lancement d'Orthopia, notre toute nouvelle application révolutionnaire !

LE PROGRAMME

- 19H00 : Ouverture des portes ;**
- 19h45 : Prise de parole de Delphine Favier CEO ;**
- 20H00 : Prise de parole de Mr Fabrice Luccini ;**
- 20h30 : Séance de questions-réponses avec l'équipe d' Orthopia ;**
- 20h45 : Cocktail et démonstrations en direct de l'application avec nos ambassadeurs.**

Mai

03

Le Pavillon Wagram
47 Avenue de Wagram 75017 Paris
Accès métro Terres ou Étoile

JE REVERVE MA PLACE

«Orthopia c'est la lumière pour atteindre l'élégance de Proust et la précision de Camus le Kiff !»

Fabrice Luccini



Contactez-nous
ORTHOPIA
3 RUE DE TOCQUEVILLE
75017 PARIS
01.56.76.89.30.
orthopia.fr

Par mail
contact-orthopia@gmail.com



Se désabonner

FEVRIER 2024



ORTHOPI@

POUR UN PARCOURS SANS-FAUTE

PROJET 5/DOSSIER DE PRESSE
ORGANISEZ LA COMMUNICATION DE LANCEMENT D'UNE STARTUP HIGH TECH

ALEXANDRE JACQUET
FORMATION CHEF DE PROJET MARKETING

TABLE DES MATIÈRES

Objectifs du communiqué de presse «Lancement Orthopia»	p 3
Les règles d'or pour rédiger un communiqué de presse efficace	p 3
Le dossier de presse	p 5

Objectifs du dossier de presse «Lancement Orthopia»

L'objectif du dossier de presse d'Orthopi@ est de présenter de manière complète et détaillée toutes les informations pertinentes sur l'entreprise et notre application.

Ce dossier vise à fournir aux journalistes et aux médias tous les éléments nécessaires pour comprendre notre mission, nos valeurs, nos produits et nos réalisations. En mettant en avant nos innovations technologiques, notre parcours entrepreneurial, nos partenariats éventuels, ainsi que les témoignages de nos utilisateurs (ici les bêtas-testeurs).

Nous souhaitons susciter l'intérêt des médias et encourager la couverture médiatique de l'événement de lancement et de l'entreprise dans son ensemble.

Les règles d'or pour rédiger un dossier de presse efficace

1. **Clarté et Concision** : Nous veillons à ce que notre dossier de presse soit clair et concis. Nous évitons les phrases longues et compliquées qui pourraient embrouiller le lecteur, en privilégiant des informations précises et pertinentes.
2. **Structure Logique** : Nous organisons le dossier de presse de manière logique, en commençant par les informations les plus importantes et en allant vers les détails. Nous utilisons des titres, des sous-titres et des paragraphes pour faciliter la lecture et la compréhension.
3. **Titre Accrocheur** : Nous choisissons un titre percutant qui résume efficacement le contenu du dossier de presse et capte l'attention du lecteur dès le départ.
4. **Contenu Pertinent** : Nous nous concentrons sur les informations essentielles et pertinentes pour les médias. Nous incluons des détails sur notre entreprise, nos produits ou services, nos réalisations, nos événements à venir, etc. Nous évitons les informations superflues qui pourraient diluer le message.
5. **Faits et Chiffres** : Nous appuyons nos déclarations avec des faits concrets, des données chiffrées et des statistiques pertinentes. Cela renforce la crédibilité de notre dossier de presse et rend nos arguments plus convaincants.
6. **Témoignages et Citations** : Nous intégrons des témoignages et des citations de sources fiables pour appuyer nos propos et ajouter de l'authenticité à notre dossier de presse. Les opinions de clients satisfaits ou d'experts du domaine renforcent notre crédibilité. Ici les bêtas-testeurs.
7. **Visuels Attrayants** : Nous incluons des visuels de qualité tels que des photos, des graphiques ou des infographies pour illustrer nos propos et rendre le dossier de presse plus attrayant visuellement. Nous nous assurons que les visuels sont professionnels et en accord avec l'image de notre entreprise.
8. **Contact Facile** : Nous fournissons des coordonnées claires et complètes pour que les journalistes puissent nous contacter facilement en cas de besoin. Nous incluons le nom, le numéro de téléphone, l'adresse e-mail et éventuellement les comptes de médias sociaux de la personne à contacter pour plus d'informations.

LE DOSSIER DE PRESSE

LE DOSSIER DE PRESSE

ORTHOPI@ : RÉVOLUTION DE L'ORTHOGRAPHE FRANÇAISE



14 . 02 . 2024

01
Bienvenue

02
Présentation de la fondatrice

03
Qui sommes-nous ?

04
Notre histoire

05
Notre vision

06
Nos chiffres

07
L'application

08
Nos offres

09
Nos clients

10
Contact



Bienvenue

L'univers d'Orthopi@, où l'excellence en langue française rencontre l'innovation technologique. Nous sommes ravis de vous accueillir et de partager avec vous notre passion pour la maîtrise linguistique et notre engagement à rendre l'orthographe accessible à tous.



Delphine Favier, fondatrice d'Orthopi@, est une passionnée de l'histoire et une entrepreneuse déterminée. Diplômée en Histoire de l'Université Paris-Sorbonne, elle a consacré son parcours académique à l'étude approfondie du passé et des civilisations, mais aussi à la maîtrise de la langue française.

Son engagement pour la promotion de la langue française est né de ses propres défis rencontrés dès le cours préparatoire. Consciente de la difficulté de maîtriser cette langue, elle a consacré une énergie considérable à perfectionner ses compétences linguistiques, malgré les obstacles rencontrés. C'est cette expérience personnelle qui l'a motivée à créer Orthopi@.

Aujourd'hui, Delphine dirige une équipe passionnée d'experts en linguistique et en intelligence artificielle, travaillant sans relâche pour offrir une expérience d'apprentissage de la langue française unique et efficace. Sa vision est claire : faire de l'orthographe un vecteur de réussite, en aidant chacun à surmonter les barrières linguistiques et à atteindre son plein potentiel.



Delphine Favier ,
FONDATRICE de la start-up Orthopi@

Qui sommes nous ?

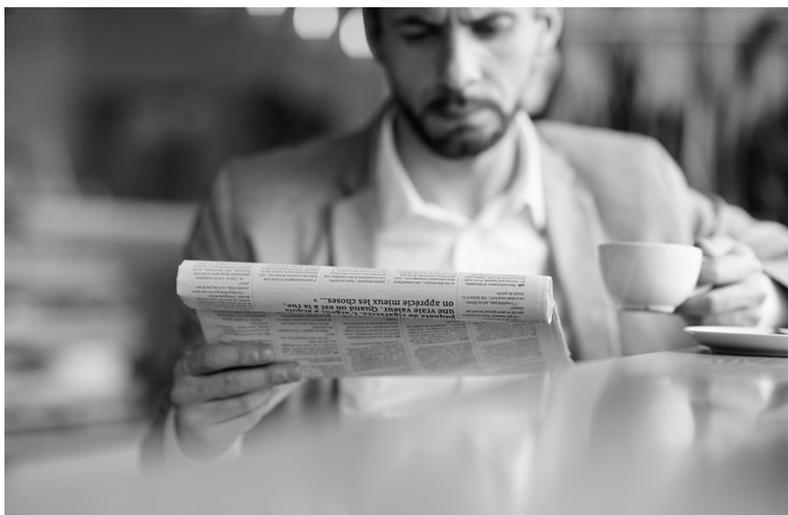
Orthopi@ est bien plus qu'une simple application de correction orthographique.

Nous sommes une équipe de professionnels passionnés, engagés à faire de l'orthographe un atout pour chacun.

Notre expertise combinée en linguistique, intelligence artificielle et éducation nous permet de proposer des solutions efficaces et personnalisées pour améliorer les compétences linguistiques de nos utilisateurs.

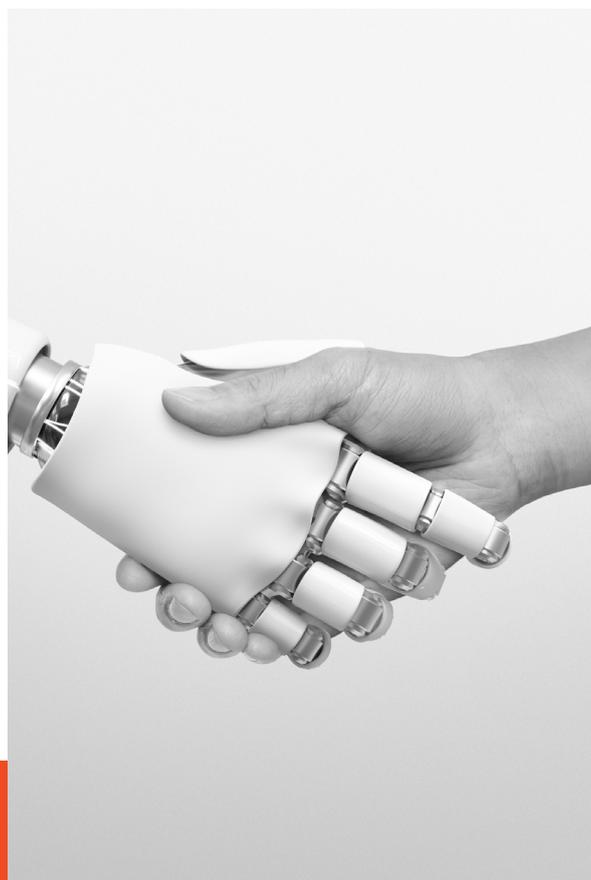


Notre histoire



Notre histoire est celle d'une équipe déterminée et passionnée, unie par une vision commune de rendre la langue française accessible à tous.

Chaque étape de notre parcours a été marquée par des défis passionnants et des réalisations gratifiantes, renforçant notre engagement envers l'excellence et notre volonté de repousser les limites de l'innovation dans le domaine de l'orthographe et de la grammaire via l'intelligence artificielle.



Le 3 mai 2024 marque une date significative dans l'histoire d'Orthopi@, car c'est le jour où notre application a été officiellement lancée. Après des mois d'efforts et de dévouement de la part de toute notre équipe, nous avons enfin pu partager notre innovation avec le monde entier. Cet événement symbolise le début d'une nouvelle ère dans l'apprentissage de maîtriser la langue écrite avec confiance et assurance.

Notre vision

Chez Orthopi@, notre vision est celle d'une communauté où l'apprentissage des langues est encouragé, célébré et rendu accessible à tous, où chacun peut s'exprimer à l'écrit avec aisance et assurance.

Orthopi@ offre une panoplie complète de solutions pour améliorer la maîtrise de la langue française.

De notre application de correction orthographique avancée à nos leçons personnalisées et à notre suivi détaillé de la progression, nous nous engageons à fournir des outils efficaces et adaptés aux besoins individuels de chaque utilisateur.

Nos chiffres

315

C'est le nombre de jours de recherche et développement qui ont été dédiés pour Orthopi@ pour garantir la qualité et la précision de nos produits.

153

C'est le nombre de règles orthographiques qui ont été minutieusement étudiées par notre équipe afin d'offrir un correcteur orthographique fiable et complet.

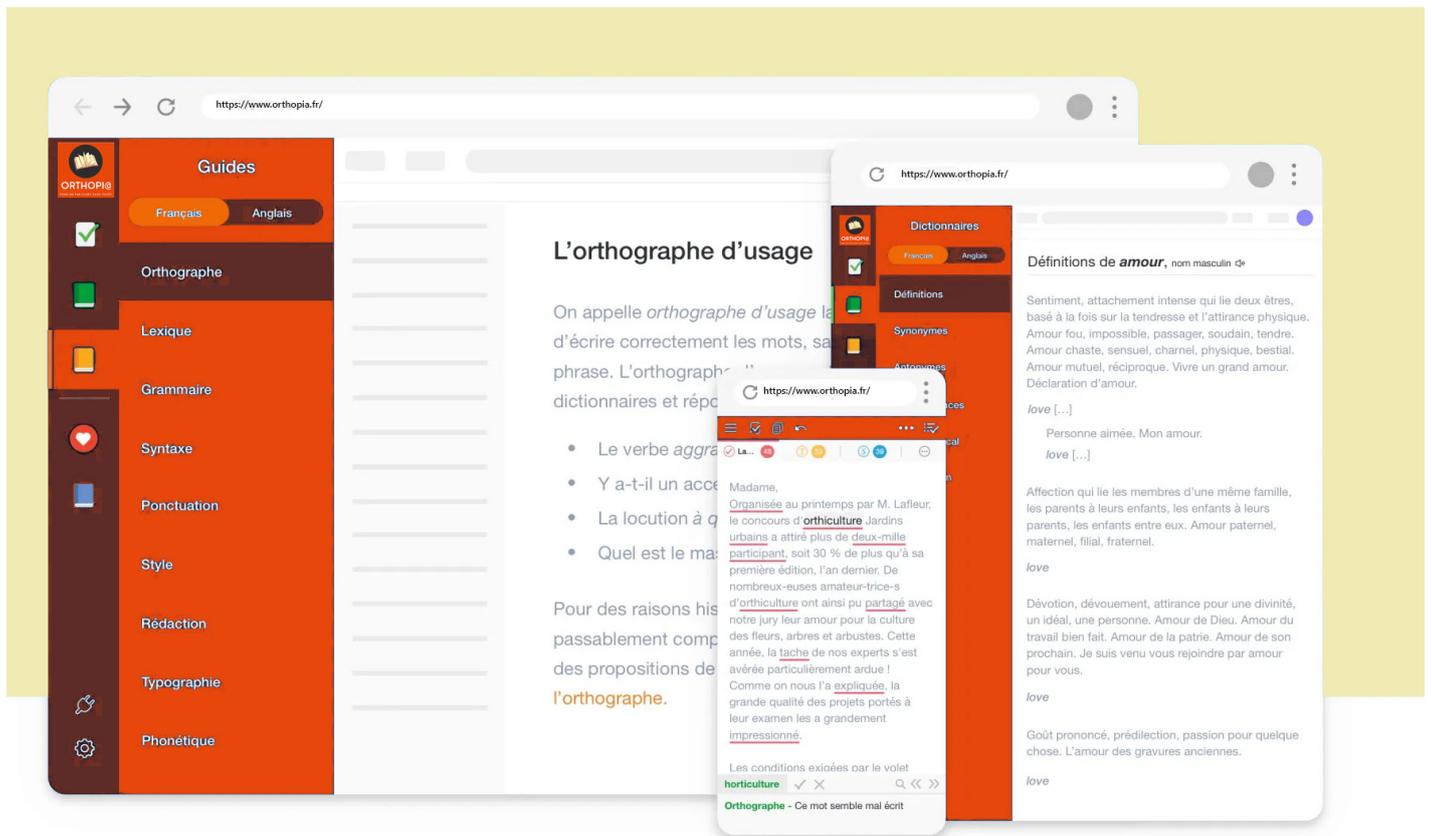
3927

C'est le nombre de fautes analysées par Orthopi@

98%

c'est le taux de précision impressionnant assurant une correction précise et efficace des erreurs d'orthographe et de grammaire.

L'application



Orthopi@ propose une interface conviviale et réactive, parfaitement adaptée à tous les navigateurs, les plus connus

Notre application s'intègre harmonieusement à votre expérience de navigation, offrant une correction orthographique précise et instantanée où que vous soyez sur le web. Avec Orthopi@, améliorez votre orthographe en un clic, sans interruption de votre flux de travail habituel.

Nos offres

Dans notre offre individuelle, nous proposons un abonnement annuel à 49,99€ pour les particuliers, avec la possibilité de payer mensuellement.

Pour les entreprises, nous avons conçu une offre spécifique afin d'éliminer les fautes d'orthographe de leur image de marque. Cette offre comprend différents tarifs en fonction du nombre d'utilisateurs :



- Pour 10 utilisateurs, le tarif est de 39,99€ par utilisateur/an.
- Pour un nombre compris entre 10 et 25 utilisateurs, le tarif est de 36,99€ par utilisateur/an.
- Pour un nombre compris entre 25 et 50 utilisateurs, le tarif est de 34,99€ par utilisateur/an.
- Pour un nombre compris entre 50 et 100 utilisateurs, le tarif est de 29,99€ par utilisateur/an.
- Pour plus de 100 utilisateurs, les tarifs sont à négocier.

Nos clients

Selon une étude Ipsos récente, **93%** des employeurs considèrent que les lacunes en expression et en orthographe dans leurs équipes ont des répercussions négatives sur leur crédibilité.

De même, **86%** d'entre eux estiment que l'expression écrite et orale est une priorité.

Nos clients sont des particuliers et des entreprises soucieux de cette démarche sont avec nous pour améliorer et obtenir l'excellence de leur communication écrite.

Les particuliers qui utilisent notre application sont des étudiants, des professionnels, toute personne désireuse d'améliorer son niveau en orthographe et en français.

Pour les entreprises, notre clientèle comprend des sociétés de toutes tailles et de tous secteurs d'activité, conscientes de l'importance d'une communication écrite irréprochable pour leur image de marque et leur crédibilité.

En choisissant Orthopi@, nos clients bénéficient d'un outil fiable et performant pour corriger leurs textes et améliorer leur maîtrise de la langue française, ce qui contribue à renforcer leur professionnalisme et leur succès dans leurs activités.



«Grâce à Orthopi@, j'ai pu rédiger mes rapports professionnels avec plus de confiance et d'assurance, sachant que mes écrits étaient impeccables et professionnels.»

Théa Lamante,
Bêta-testeuse Orthopia



ORTHOPI@
POUR UN PARCOURS SANS-FAUTE

Adresse :

ORTHOPIA
3 RUE DE TOCQUEVILLE
75017 PARIS

Contact

contactpresse@orthopia.fr
01.56.76.89.30
orthopia.fr



LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Paris, 3 avril 2024

LANCEMENT D'ORTHOPI@ RENDEZ-VOUS LE 3 MAI 2024 !

Orthopi@ : Lancement le 3 mai 2024 - Découvrez pourquoi notre application révolutionne l'orthographe française et comment elle peut vous aider à réussir, progresser et communiquer avec confiance en français.

À propos de l'événement

L'événement de lancement d'Orthopi@ promet d'être une occasion incontournable pour tous ceux qui partagent notre passion pour la langue française. Rejoignez-nous le 3 mai accompagné de Frabrice Luccini pour découvrir en avant-première ce que nous réservons pour vous et pour célébrer ensemble le début d'une nouvelle ère dans l'apprentissage de l'orthographe.

Orthopi@ : L'importance cruciale de l'orthographe pour votre réussite professionnelle

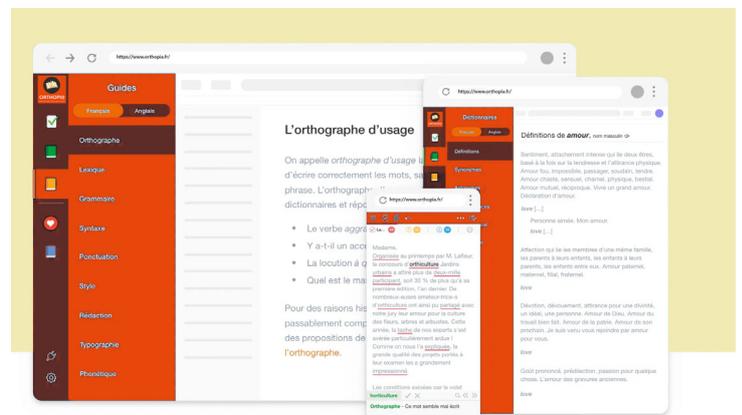
93% des employeurs trouvent que les lacunes et expression et orthographe dans leurs équipes ont des répercussions négatives sur leur crédibilité !

86% des employeurs estiment que l'expression écrite et orale est une priorité.

Nous croyons fermement en notre mission de rendre l'orthographe accessible à tous et de faire de cette langue un vecteur de réussite. L'événement de lancement marque le début d'un voyage passionnant où nous nous engageons à accompagner chacun dans sa quête de perfectionnement linguistique.

À propos d'Orthopi@

Orthopi@ est bien plus qu'une simple application de correction orthographique. C'est une communauté dynamique de personnes passionnées par la langue française et désireuses de s'améliorer chaque jour. Avec Orthopi@, vous trouverez non seulement un outil puissant pour améliorer votre orthographe, mais aussi une source d'inspiration et de soutien pour atteindre vos objectifs linguistiques.



Quelques mots de la fondatrice Delphine Favier

Un vieux diction dit que l'orthographe est la science des imbéciles ! Je ne le crois pas du tout. Pour ma part, j'ai eu, dès le cours préparatoire, des difficultés pour écrire correctement le français. Il faut dire que c'est une langue dont la grammaire est particulièrement difficile. J'ai donc dépensé une énergie considérable afin de maîtriser l'orthographe de ma langue maternelle. J'y ai mis toute mon intelligence ! Souvent, pourtant, je me sentais bien seule avec mon dictionnaire ou des correcteurs d'orthographe qui m'induisaient souvent en erreur. J'ai donc décidé de prendre ce problème à bras le corps et de me lancer, avec des amis passionnés d'intelligence artificielle, dans l'aventure d'Orthopia : proposer à tous ceux qui ont des difficultés, notre correcteur d'orthographe surpuissant et fiable, à un prix accessible. C'est formidable d'apprendre en s'amusant ! Mon objectif : faire que l'orthographe ne soit plus un obstacle à la réussite.



ORTHOPI@ en quelques chiffres

C'est **315** jours de recherche et développement, examinant **153** règles orthographiques et analysant **3927** fautes, Orthopi@ atteint une précision de **98%**.

Rendez-vous le 3 mai 2024 à 18h00 au pavillon Wagram

UNIQUEMENT SUR RESERVATION

**Réservez dès maintenant votre place en envoyant un e-mail à :
reservation@orthopia.fr**



Adresse :

ORTHOPIA
3 RUE DE TOCQUEVILLE
75017 PARIS

Contact

contactpresse@orthopia.fr
01.56.76.89.30
orthopia.fr

**Photos Hd et logo
(droits+ charte)**

[Telechargement](#)



ORTHOPI@

POUR UN PARCOURS SANS-FAUTE

PROJET 5/COMMUNIQUER DE PRESSE
ORGANISEZ LA COMMUNICATION DE LANCEMENT D'UNE STARTUP HIGH TECH

ALEXANDRE JACQUET
FORMATION CHEF DE PROJET MARKETING

TABLE DES MATIÈRES

Objectifs du communiqué de presse «Lancement Orthopia»	p 3
Les règles d'or pour rédiger un communiqué de presse efficace	p 3
Le communiqué de presse	p 5

Objectifs du communiqué de presse «Lancement Orthopia»

L'objectif principal de ce communiqué est de faire connaître Orthopia, en mettant en avant la date de lancement et en incitant les lecteurs à y participer.

Nous souhaitons également susciter l'intérêt des destinataires en annonçant la présence de notre invité spécial, Fabrice Lucchini. Il est crucial de ne pas trop dévoiler les détails de l'événement, afin de maintenir un certain mystère et inciter les gens à se rendre sur place pour en savoir plus.

Dans un deuxième temps, le communiqué de presse vise à faciliter le travail des journalistes en leur fournissant toutes les informations nécessaires pour rédiger leurs articles sur l'événement. Cela inclut la mise à disposition de photos en haute résolution, un lien téléchargeable pour accéder à davantage de ressources, ainsi que des titres accrocheurs et un texte percutant contenant toutes les informations pertinentes.

Les règles d'or pour rédiger un communiqué de presse efficace

1. Clarté et concision : Assurons-nous que notre message soit clair et direct, évitons les phrases longues et compliquées.
2. Titre accrocheur : Choisissons un titre percutant qui capte l'attention dès le départ et donne envie de lire la suite, en intégrant des mots clés utiles pour le référencement.
3. Respect de la charte éditorial et graphique : Notre communication adopte un ton bienveillant, simple et encourageant. Le style est informatif, et descriptif pour présenter les avantages et les fonctionnalités du produit.

Nous maintenons un discours formel tout en restant dans un registre de conversation courante, privilégiant le vouvoiement et la forme active.

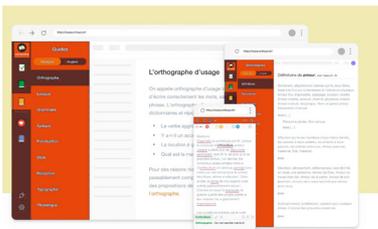
Dans notre vocabulaire de référence, nous utilisons des hashtags tels que #orthographe, #correcteur, #orthopia pour renforcer notre présence en ligne.

Pour le référencement comme indiqué nous utiliserons les mots-clés comme : *orthographe, correcteur orthographique, intelligence artificielle, et français.*

Nous suivrons scrupuleusement la charte graphique.

4. Structure bien définie : Organisons notre communiqué de presse de manière logique, en commençant par les informations les plus importantes et en allant vers les détails.
5. Contenu pertinent : Concentrons-nous sur l'objectif, faire parler du lancement d'Orthopia et sur ce qui est vraiment important et pertinent pour notre public cible.
6. Utilisation de citations : Intégrons des citations de sources fiables pour renforcer la crédibilité de notre message et ajouter de l'authenticité.
7. Données chiffrées : Appuyons nos déclarations avec des données chiffrées et des faits concrets pour rendre notre communiqué de presse plus convaincant.
8. Appel à l'action : Terminons notre communiqué de presse par un appel à l'action clair et incitatif, invitant les lecteurs à agir.

Ensemble des images proposées en HD dans le communiqué



LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Paris, 3 avril 2024

LANCEMENT D'ORTHOPI@ RENDEZ-VOUS LE 3 MAI 2024 !

Orthopi@ : Lancement le 3 mai 2024 - Découvrez pourquoi notre application révolutionne l'orthographe française et comment elle peut vous aider à réussir, progresser et communiquer avec confiance en français.

À propos de l'événement

L'événement de lancement d'Orthopi@ promet d'être une occasion incontournable pour tous ceux qui partagent notre passion pour la langue française. Rejoignez-nous le 3 mai accompagné de Frabrice Luccini pour découvrir en avant-première ce que nous réservons pour vous et pour célébrer ensemble le début d'une nouvelle ère dans l'apprentissage de l'orthographe.

Orthopi@ : L'importance cruciale de l'orthographe pour votre réussite professionnelle

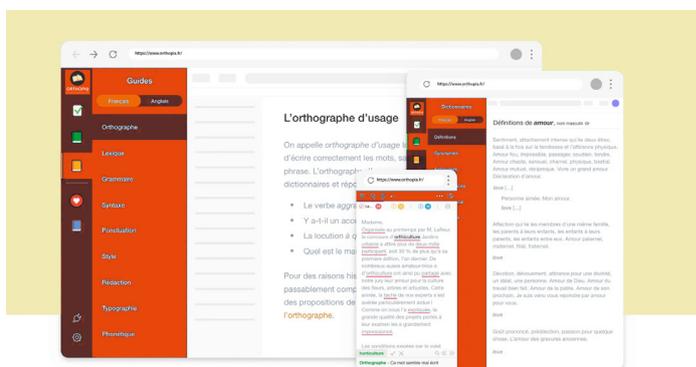
93% des employeurs trouvent que les lacunes et expression et orthographe dans leurs équipes ont des répercussions négative sur leur crédibilité !

86% des employeurs estiment que l'expression écrite et orale est une priorité.

Nous croyons fermement en notre mission de rendre l'orthographe accessible à tous et de faire de cette langue un vecteur de réussite. L'événement de lancement marque le début d'un voyage passionnant où nous nous engageons à accompagner chacun dans sa quête de perfectionnement linguistique.

À propos d'Orthopi@

Orthopi@ est bien plus qu'une simple application de correction orthographique. C'est une communauté dynamique de personnes passionnées par la langue française et désireuses de s'améliorer chaque jour. Avec Orthopi@, vous trouverez non seulement un outil puissant pour améliorer votre orthographe, mais aussi une source d'inspiration et de soutien pour atteindre vos objectifs linguistiques.



Quelques mots de la fondatrice Delphine Favier

Un vieux diction dit que l'orthographe est la science des imbéciles ! Je ne le crois pas du tout. Pour ma part, j'ai eu, dès le cours préparatoire, des difficultés pour écrire correctement le français. Il faut dire que c'est une langue dont la grammaire est particulièrement difficile. J'ai donc dépensé une énergie considérable afin de maîtriser l'orthographe de ma langue maternelle. J'y ai mis toute mon intelligence ! Souvent, pourtant, je me sentais bien seule avec mon dictionnaire ou des correcteurs d'orthographe qui m'induisaient souvent en erreur. J'ai donc décidé de prendre ce problème à bras le corps et de me lancer, avec des amis passionnés d'intelligence artificielle, dans l'aventure d'Orthopia : proposer à tous ceux qui ont des difficultés, notre correcteur d'orthographe surpuissant et fiable, à un prix accessible. C'est formidable d'apprendre en s'amusant ! Mon objectif : faire que l'orthographe ne soit plus un obstacle à la réussite.



ORTHOPI@ en quelques chiffres

C'est **315** jours de recherche et développement, examinant **153** règles orthographiques et analysant **3927** fautes, Orthopi@ atteint une précision de **98%**.

Rendez-vous le 3 mai 2024 à 18h00 au pavillon Wagram

UNIQUEMENT SUR RESERVATION

**Réservez dès maintenant votre place en envoyant un e-mail à :
reservation@orthopia.fr**



Adresse :

ORTHOPIA
3 RUE DE TOCQUEVILLE
75017 PARIS

Contact

contactpresse@orthopia.fr
01.56.76.89.30
orthopia.fr

Photos Hd et logo

(droits+ charte)

[Telechargement](#)



PROJET 5 : ORTHOPI@ ELABORATION PLAN DE COMMUNICATION

4eme support de communication : les interviews des Bêta-testeurs et de la fondatrice

alexandre jacquet formation chef markeketing
14/02/2024

Table des matières

Choix des réseaux sociaux	2
Statistique des réseaux sociaux choisis	3
Utilisation des Interviews des Bêta-Testeurs ou l'utilisation d'UGC	5
Interview de la Fondatrice	5
Utilisation des Mots-clés, Vocabulaire Spécifique et Hashtags	5
Annexe : Les posts	6
Annexe : Les scripts des vidéos.....	9

Préambule

Dans le cadre de la promotion de son événement de lancement, une stratégie de communication complète a été développée pour atteindre nos objectifs de notoriété, d'engagement et de conversion.

Pour ce 4e support de communication nous avons choisi les postes sur les réseaux sociaux notamment les interviews des bêta-testeurs ainsi qu'un interview de la fondatrice.

Choix des réseaux sociaux

Les personae ayant été détaillés dans le plan de communication nous avons décidé de cibler sur LinkedIn les patrons d'entreprise et les freelances, et sur Instagram les freelances et les étudiants.

Avec les statistique ci-dessous, investir du temps et des ressources sur Instagram et LinkedIn semble être un choix judicieux pour Orthopi@

Ces deux plateformes offrent des fonctionnalités uniques et complémentaires pour des stratégies de marketing en ligne efficaces.



Instagram

1

Instagram compte désormais plus d'un milliard d'utilisateurs mensuels et près de 24 millions en France.

30%

C'est le nombre d'internaute touché par les publicités d'Instagram.

25/34

C'est le groupe démographique le plus représenté sur Instagram.

91%

Se sont utilisateurs actifs d'Instagram affirment regarder des vidéos sur la plateforme toutes les semaines.

50%

Se sont les utilisateurs d'Instagram déclarent avoir déjà consulté le site web d'une marque après l'avoir vue dans une story.

18/34 ans

Les publicités sur Instagram ont le plus de chances de toucher les hommes et les femmes âgés de 18 à 34 ans.

3" à 60"

Les utilisateurs d'Instagram ont une durée d'attention courte, optez donc pour des vidéos concises et accrocheuses de 5 à 15 secondes.



25 <ans>

34

Près de 60 % des utilisateurs de LinkedIn ont entre 25 et 34 ans.

29%

des utilisateurs de LinkedIn dans le monde affirment se servir de la plateforme pour rester informés de l'actualité.

27

millions de Français possèdent un profil LinkedIn.

16%

des utilisateurs de LinkedIn consultent la plateforme tous les jours.

2' à 4'

c'est la durée idéale d'une vidéo de culture d'entreprise.

30" à 90"

c'est la durée idéale d'une vidéo de vente.

Source piktochart.com <https://piktochart.com/fr/blog/duree-de-video-ideale/#:~:text=Dur%C3%A9e%20de%20vid%C3%A9o%20id%C3%A9ale%20pour%20les%20r%C3%A9seaux%20sociaux,- Chaque%20plateforme%20de&text=Dur%C3%A9e%20d'une%20vid%C3%A9o%20TikTok,YouTube%203A%205%20C3%A0%2015%20minutes>

Utilisation des Interviews des Bêta-Testeurs ou l'utilisation d'UGC

Nous avons opté pour des interviews de bêta-testeurs afin d'humaniser la cible et de le rendre plus interactif et authentique pour les futurs utilisateurs.

Interview de la Fondatrice

L'interview de la fondatrice permet d'humaniser l'entreprise Orthopi@ elle-même en donnant un visage et une voix à notre projet.

Cette démarche renforce la connexion émotionnelle avec notre public cible et établit un lien de confiance.

Utilisation des Mots-clés, Vocabulaire Spécifique et Hashtags

Nous respecterons la charte éditorial en utilisant des mots-clés tels que "orthopia", "orthographe", "correcteur orthographique", "intelligence artificielle", etc., ainsi que des hashtags pertinents comme #orthographe, #correcteur, #correction, etc., pour renforcer notre présence en ligne et améliorer notre référencement. Car le sous-titrage automatique des vidéos permettent d'améliorer le référencement naturel.

De plus, le sous-titrage automatique des vidéos offre une opportunité supplémentaire aux algorithmes des réseaux sociaux d'améliorer le référencement, à la fois en tant que vidéos et en tant que liens externes vers le site.

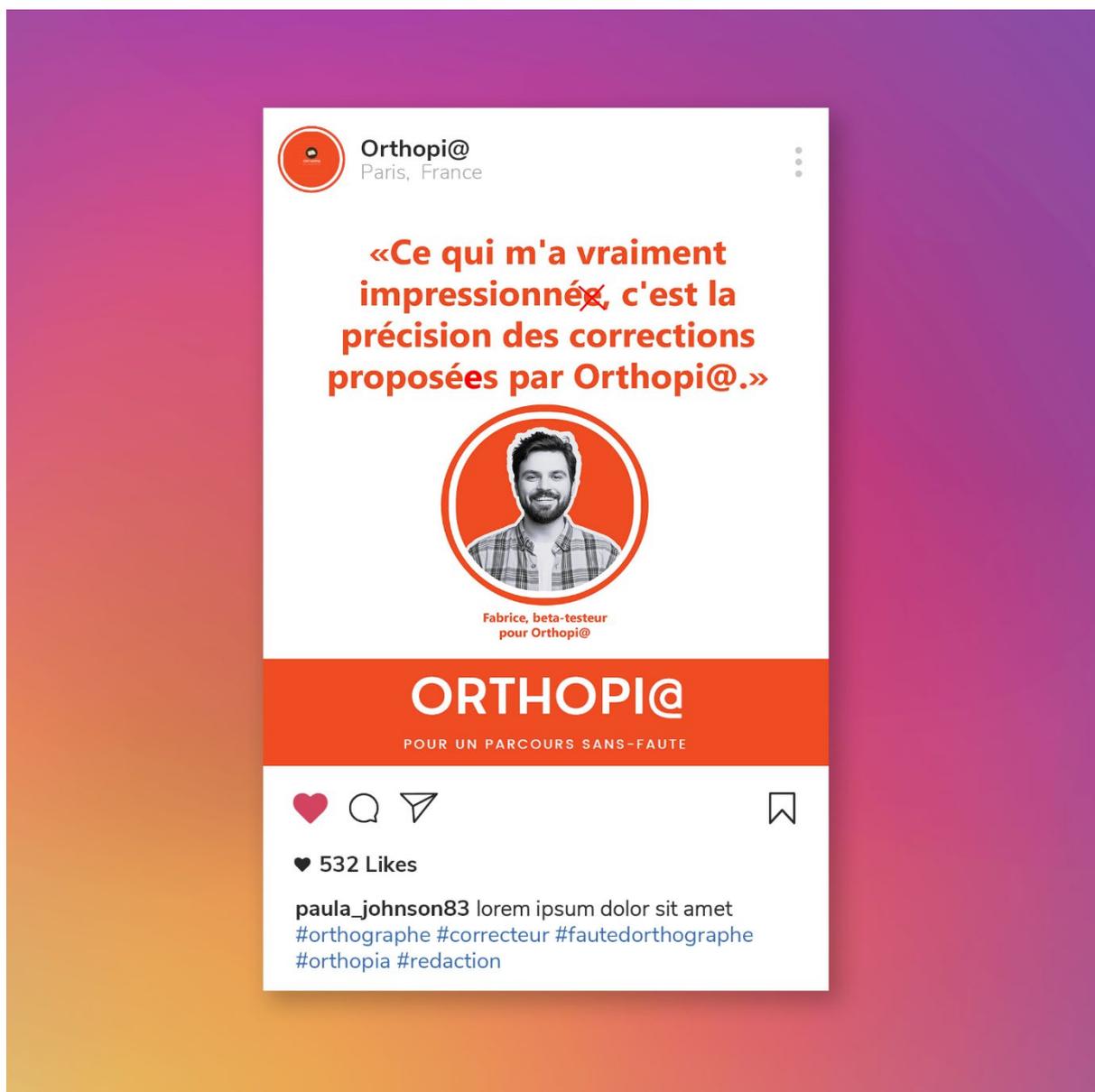
Stratégie Publicitaire payante sur LinkedIn et Instagram ADS

Dans notre plan de communication, nous avons dédié une partie de notre budget au marketing digital, notamment aux publicités payantes, avec une allocation de 1500€.

Ce montant sera utilisé judicieusement dans le mois précédant l'événement pour maximiser notre visibilité et notre impact.

Grâce aux outils avancés de ciblage disponibles sur LinkedIn et Instagram, nous pourrons atteindre de manière précise les utilisateurs les plus pertinents pour Orthopi@.

Annexe : Les posts





Orthopi@
Paris, France



«Même les erreurs les plus subtiles sont détectées et corrigées instantanément.»✕



Candice, beta-testeuse pour Orthopi@

ORTHOPI@

POUR UN PARCOURS SANS-FAUTE



♥ 532 Likes

paula_johnson83 lorem ipsum dolor sit amet
#orthographe #correcteur #fautedorthographe
#orthopia #redaction



Search

Orthopi@
Post sponsorisé
2 days · 🌐

Découvrez comment Orthopi@ révolutionne l'apprentissage de l'orthographe française pour tous! #Orthopi #CorrecteurOrthographique #Réussite

 Interview
Delphine Favier
Fondatrice
d'Orthopi@

Cliquez maintenant pour maîtriser de la langue française!

120k

Recommend Comment Share Send

Home People + Notifications Profile

Annexe : Les scripts des vidéos

Script de l'interview des bêta-testeurs :

Bêta-Testeur 1 : "Orthopi@ a vraiment changé ma façon d'écrire en français. Avant, j'avais toujours peur de faire des fautes embarrassantes, mais maintenant, je me sens beaucoup plus confiant grâce à cette application."

Bêta-Testeur 2 : "Ce qui m'a vraiment impressionné, c'est la précision des corrections proposées par Orthopi@. Même les erreurs les plus subtiles sont détectées et corrigées instantanément."

Bêta-Testeur 3 : "Je suis étudiant en lettres et Orthopi@ m'a été d'une grande aide pour mes travaux de rédaction. C'est comme avoir un professeur particulier d'orthographe dans ma poche !"

Script de l'interview de la fondatrice :

Interviewer : Bonjour à tous ! Aujourd'hui, nous avons l'honneur d'accueillir Delphine Favier, fondatrice d'Orthopi@, pour nous parler de son parcours et de sa vision derrière cette application révolutionnaire.

Interviewer : Quels sont les principaux objectifs que vous avez en tête pour Orthopi@ ?

Delphine Favier : Notre objectif principal est de rendre l'orthographe accessible à tous, quel que soit leur niveau initial. Nous voulons aider les utilisateurs à gagner en confiance dans leur expression écrite et à atteindre leurs objectifs linguistiques, que ce soit dans un cadre personnel ou professionnel.

Interviewer : Quelle est votre vision pour l'avenir d'Orthopi@ ?

Delphine Favier : Nous aspirons à devenir le partenaire incontournable de tous ceux qui souhaitent perfectionner leur orthographe et leur français. Nous voulons continuer à innover et à proposer des fonctionnalités toujours plus avancées pour répondre aux besoins de notre communauté grandissante.

[Conclusion]

Interviewer : Merci beaucoup, Delphine, pour cet éclairage sur Orthopi@ et votre engagement envers l'amélioration de la langue française. Nous sommes impatients de voir tout ce que l'avenir nous réserve avec cette application innovante !