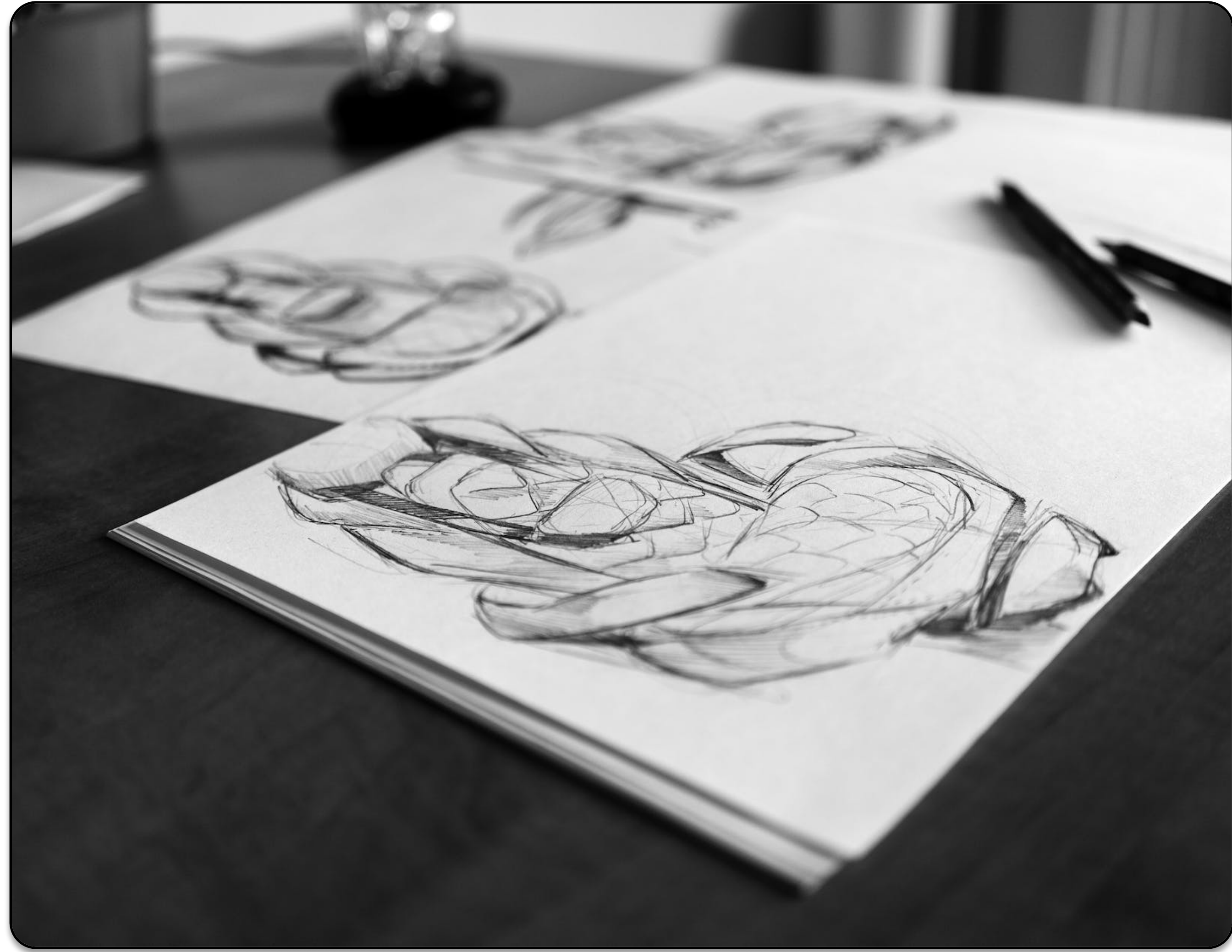
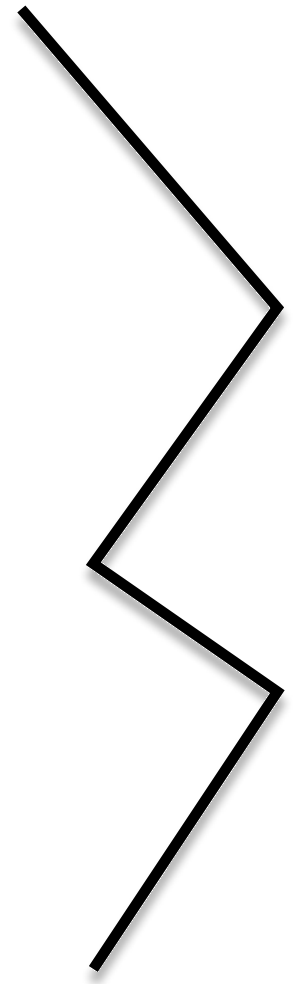


BUSINESS MODEL MARKETING PLAN



by JEAN MARC AHOUANSON



PRODUCT

MARKET FIT

Lorsque le produit rencontre la bonne audience avec le bon message.

Ici il s'agit de définir clairement la cible de BÉNIN BD et le produit qu'elle propose en tant que marque

MARCHÉ

INDUSTRIE DE LA
BANDE DÉSSINÉE
BÉNINOISE

PRODUIT

LA MARQUE BÉNIN BD
QUI SE VEND GRÂCE À
SON BRANDING

CANAUX

FACEBOOK, INSTA, X,
TIKTOK, SITE WEB DE
VENTE

MODÈLE

BD PHYSIQUES, BD
ONLINE (SCAN)



ANALYSE

S.W.O.T

S.W.O.T c'est l'analyse des Forces, Faiblesses de l'entreprise ainsi que des Opportunités et Menaces du marché dans lequel se trouve cette dernière. Il permet d'avoir une vision globale du marché et de faire un état des lieux pertinent.

FORCES

PRÉSENCE SUR LE MARCHÉ DEPUIS 10 ANS

BACKGROUND EN TERME D'ÉVÉNEMENTS SUR LA BD

UNE QUANTITÉ NON NÉGLIGEABLE D'OEUVRES DÉJÀ ÉDITÉES ET MISES SUR LE MARCHÉ

UNE COLLABORATION DIRECTE AVEC AS BÉNIN

UNE COLLABORATION DIRECTE AVEC L'INSTITUT FRANÇAIS

LA MISE À DISPOSITION DU MATÉRIEL NÉCESSAIRE POUR LA RÉALISATION DES OEUVRES, SANS CONCESSIONS

FAIBLESSES

LE MANQUE DE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

L'ABSENCE DE COLLABORATIONS EXTERNES À LA NICHE DE LA BD

UNE ÉQUIPE DE MOINS EN MOINS JEUNE

LA MONOTONIE AU NIVEAU DES ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS

L'ABSENCE DE DIALOGUE DIRECT AVEC LA CIBLE (AMATEURS)

OPPORTUNITÉS

INTÉRÊT GRANDISSANT DES JEUNES BÉNINOIS POUR L'UNIVERS DU DÉSSIN

LA CRÉATION PROGRESSIVE DE NOUVEAUX MAGAZINES ET PROJETS DE BD

LA COMPÉTITIVITÉ ACTIVE DU MARCHÉ

MENACES

LE PLAGIAT ET LA CONCURRENCE DÉLOYALE

DES FUITES AU SEIN DE L'ASSOCIATION

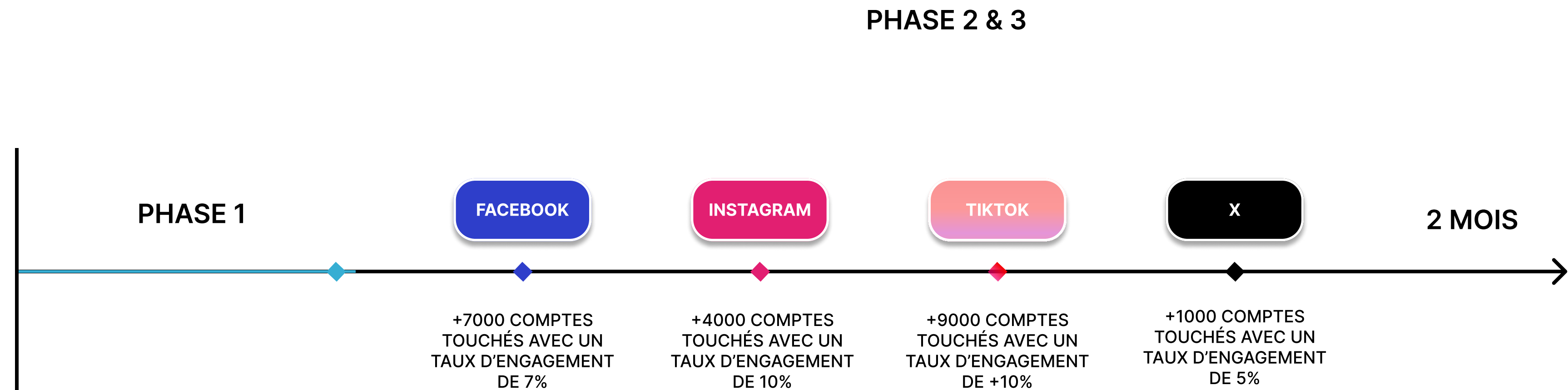
LA PERTE SOUDAINE D'INTÉRÊT DE LA CIBLE ENVERS LES BD

LE BOYCOTT D'ÉVÉNEMENTS DÉDIÉS AU DÉSSIN ET À LA BD

OBJECTIFS

S.M.A.R.T

S.M.A.R.T c'est la définition des objectifs d'une marque de manière : Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réaliste et Temporairement défini. C'est une étape primordiale pour une marque car elle permet de définir des indicateurs de performance précis.



CIBLES PRINCIPALES : BÉNIN - TOGO - CÔTE D'IVOIRE - FRANCE - MALI - BURKINA FASO

BUSINESS MODEL

FRAMEWORK

A.A.R.R.R



LE BUSINESS MODEL DE BÉNIN BD S'APPUIE SUR LE FRAMEWORK "A.A.R.R.R" QUI SE DÉCLINE EN CINQ PHASES PRÉCISES CONDUISANT À L'EXPANSION DE LA MARQUE. CES PHASES SONT : ACQUISITION, ACTIVATION, REVENUS, RÉTENTION & RÉFÉRENCIEMENT.

ACQUISITION

BOOSTAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX POUR TOUCHER UNE LARGE AUDIANCE

INTÉGRATION DE CANAUX ET GROUPES RELATIF AU DÉSSIN

MISE EN PLACE DE POSTS EN FORMAT SHORT ET RÉELS POUR PLUS DE VIRALITÉ

REPARTAGE DES POSTS SUR D'AUTRES PLATEFORMES ET PAR DES PERSONNES AVEC UN FORT NOMBRE D'ABONNÉS

UTILISATION CONVENABLE DES # ET KEYWORDS POUR UN MEILLEUR RÉFÉRENCIEMENT

ACTIVATION

MISE EN PLACE DE JEUX CONCOURS VARIÉS POUR ATTEINDRE DE NOUVELLES CIBLES

FAIRE DES COLLABORATIONS ET PARTENARIATS STRATÉGIQUE AVEC DES NICHES ANNEXES À LA NÔTRE

LANCER LES RUBRIQUES QUIZZ EN STORY AVEC À LA CLÉ DES LOTS POUR LES ABONNÉS LES PLUS STUDIOUX

PUBLICATIONS DE MINIS SYNOPSIS DES OUVRAGES PRÉSENTS AFIN DE POUSSER LE LECTEUR À VOULOIR EN VOIR PLUS

RETENTION

LANCEMENT DES RUBRIQUES HEBDOMADAIRES EN FORMAT RÉEL (1 MIN 1 DÉSSIN, BD STORIES, BD TALK)

FAIRE DES MINIS GIVEAWAY ALÉATOIRE UNE FOIS PAR MOIS

METTRE EN PLACE UNE CARTE MEMBRE DE BÉNIN BD AVEC DIFFÉRENTS ACCÈS

REVENUE

MISE EN PLACE D'UN PRICING ABORDABLE POUR LA CIBLE SANS DÉVALORISER LE PRODUIT

MISE EN PLACE D'UNE PHASE DE TEASING AVANT LA PARUTION DE CHAQUE NOUVELLE OEUVRE

NE PAS VISER LA VENTE DE MASSE

FACILITER LE PROCESSUS D'ACHAT DES PRODUITS EN L'AUTOMATISANT ET EN LE DIGITALISANT AU MAXIMUM

PROPOSER UN NOUVEAU FORMAT DE PRÉSENTATION DES OEUVRES SUR LES SOCIALS MÉDIAS

REFERRAL

UTILISER CONVENABLEMENT LES COLLABORATIONS ET PARTENARIAT RÉMUNÉRÉS

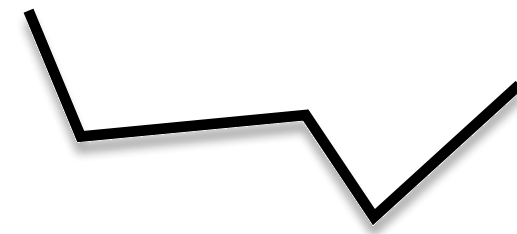
METTRE EN PLACE DES GOODIES, PRODUITS DÉRIVÉS ET BRANDING PRODUCTS VARIÉS

METTRE EN PLACE UNE BASE DE FORMULAIRES DE SATISFACTIONS S'APPUYANT PRINCIPALEMENT SUR LES RETOURS CLIENTS (LECTEURS)



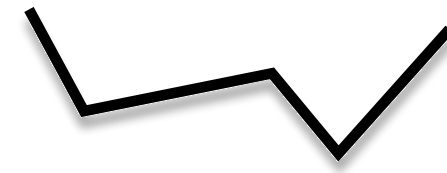
STRATEGY & MARKETING PLAN

LIGNE ÉDITORIALE



LA LIGNE ÉDITORIALE PRÉSENTE LE MODÈLE DE COMMUNICATION QU'ADOPTERA LA MARQUE TOUT LE LONG DE SON EXISTANCE ET COMPRENDS DANS UN PREMIER TEMPS, LE BRANDING VOICE DE LA MARQUE ET DANS UN SECOND LA FRÉQUENCE DE PRISE DE PAROLE ET LA TYPOLOGIE DE CONTENU.

BRANDING VOICE



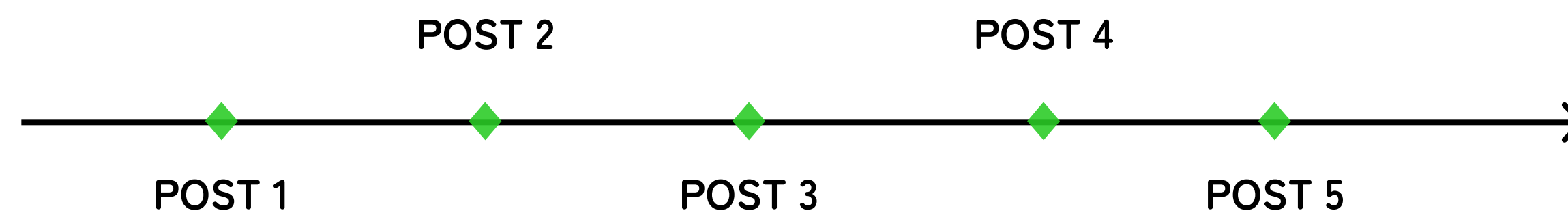
L'OBJECTIF DE LA MARQUE EST D'ÊTRE PROCHE DE SON AUDIENCE ET D'INSPIRER CONFIANCE, QUALITÉ ET ÉMOTION, LE BRANDING VOICE DE CETTE DERNIÈRE SE DOIT D'ÊTRE BASÉ SUR : L'ACCESSIBILITÉ, L'INSPIRATION, L'ÉMOTION ET L'HUMOUR. LE TON HUMORISTIQUE APPORTERA UNE PLUS VALUS À LA MARQUE ÉVOLUANT DANS UNE NICHE PRINCIPALEMENT CARACTÉRISÉE PAR LA "JEUNE GÉNÉRATION". L'HUMOUR LÉGER ET LE TON ENJOUÉ QUE L'ON RETROUVERA DANS LES INTERVENTIONS DE BÉNIN BD SUR SES RÉSEAUX FAVORISERA LA CONNECTION AVEC SES ABONNÉS AINSI QUE LA CRÉATION D'UNE COMMUNAUTÉ SOLIDE



FRÉQUENCE PRISE DE PAROLE



LA MARQUE SE DOIT D'ÊTRE TRÈS PRÉSENTE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX AVEC AU MOINS 5 POSTS HEBDOMADAIRES ET DES STORYS JOURNALIÈRES. LES VARIABLES TELS QUE LES HEURES ET LES JOURS D'AFFLUENCE DE L'AUDIENCE SERONT CALCULÉS AVEC PRÉCISION PAR LES OUTILS D'ANALYSE DES MÉDIAS SOCIAUX.



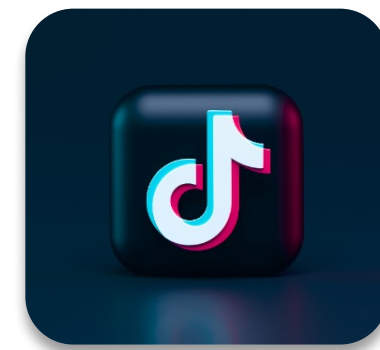
STORY
→
EVERYDAY





INSTA

RÉELS
1 MINUTE UN
DÉSSIN
BD STORIES
BD TALK
VISUELS
PRÉSENTATION DES
BD
PRÉSENTATION DES
AUTEURS
FOCUS SUR LES
HÉROS DES BD



TIK TOK

RÉELS
1 MINUTE UN
DÉSSIN
BD STORIES
BD TALK



X

RÉELS
BD TALK
BD STORIES
VISUELS
DÉBATS DE NICHE
SUR DIFFÉRENTES
OEUVRES
PRÉSENTATION DES
BD
FOCUS SUR LES
HÉROS DES BD

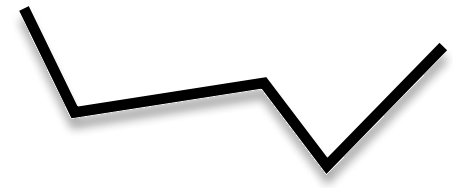


FACEBOOK

RÉELS
1 MINUTE UN
DÉSSIN
BD STORIES
BD TALK
VISUELS
PRÉSENTATION DES
BD
PRÉSENTATION DES
AUTEURS
FOCUS SUR LES
HÉROS DES BD

TYPLOGIE DE CONTENU

CALENDRIER ÉDITORIAL



INSTA

RÉELS
SAMEDI | BD TALK
LUNDI & MERCREDI |
1 MIN 1 DÉSSIN
VENDREDI | BD
STORIES

VISUELS
LUNDI, MERCREDI,
JEUDI, SAMEDI

STORY
EVERYDAY



TIK TOK

RÉELS
SAMEDI, LUNDI,
MERCREDI &
VENDREDI



X

RÉELS
SAMEDI &
VENDREDI

VISUELS
DÉBATS DE NICHE
SUR DIFFÉRENTES
OEUVRES |
MERCREDI

AUTRES POSTS
UNE FOIS EN
PASSANT



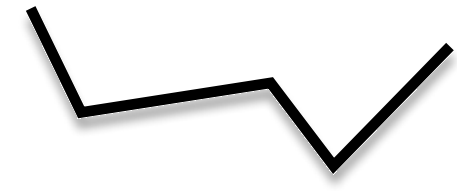
FACEBOOK

RÉELS
SAMEDI | BD TALK
LUNDI & MERCREDI |
1 MIN 1 DÉSSIN
VENDREDI | BD
STORIES

VISUELS
LUNDI, MERCREDI,
JEUDI, SAMEDI

STORY
EVERYDAY

BUDGET PUBLICITAIRE



UN BUDGET DESCENDANT SUR UNE PÉRIODE DE 3 MOIS

