



# Castrum comtal de Chiny

Modélisation 3D du site au XIII<sup>ème</sup> siècle – Proposition de plan marketing

Novembre 2019

# Plan marketing

1. Objectifs
2. Les groupes ciblés
3. Supports de communication
4. Types d'information
5. Stand d'exposition (optionnel)
6. Les outils de promotion



3

# 1. Objectifs

Faire partager à un plus grand nombre possible ...

# Objectifs

- **Faire partager ce projet à la plus large audience avec les différents médias disponibles sur le marché**
- Réaliser un plan promotionnel simple et à moindre coût
- Développer un package attractif, intrigant et innovant usant de techniques modernes
- Adapter les contenus aux différentes audiences ciblées



5

## 2. Groupes ciblés

A chaque audience un profil d'intérêt différent ...

## 2. Groupes ciblés

- ▀ Chaque groupe ciblé a ses spécificités
- ▀ Ces caractéristiques guident les choix de promotion

	Adolescent	Adulte	Senior
<b>Technologie – usage</b>	Très haute	Haute	Restreinte
<b>Attractivité e_médias</b>	Très haute	Modérée	Faible
<b>Densité d'information</b>	Superficielle	Standard	Approfondie
<b>Curiosité historique</b>	Restreinte	Modérée	Etendue
<b>Curiosité technique</b>	Restreinte	Haute	Restreinte





























7

## 3. Support de communication

Des outils adéquats pour chacun ...

## 3. Supports de communication

- Chaque support de communication est plus ou moins adapté aux groupes ciblés.
- Ces caractéristiques guident les choix de promotion

		Adolescent	Adulte	Senior
Papier				
TV				
Ordinateur				
Smartphone				
Lunette VR				
Casque VR				



-  Adapté
-  Toléré
-  Mal adapté











## 4. Type d'information

La curiosité et les pôles d'intérêts sont propres à chacun ...

## 4. Type d'information

- ▀ 3 types d'information
  - ▀ 1. Image : différents visuels techniques, calculs de rendus du modèle 3D, photographies de réalité augmentée
  - ▀ 2. Videos : différentes prises de vues du site en 3D, enregistrements écran du travail informatique, «making of» film
  - ▀ 3. Videos VR : immersion en réalité virtuelle (photos ou videos 360)
- ▀ Ces informations se déclinent sur des médias particuliers

		Image	Video	Video VR
Papier		●	⊗	⊗
TV		●	●	⊗
Ordinateur		●	●	⊗
Smartphone		●	●	⊗
Lunette VR		●	●	●
Casque VR		●	●	●



- Adapté
- Pas adapté
- ⊗ Pas possible

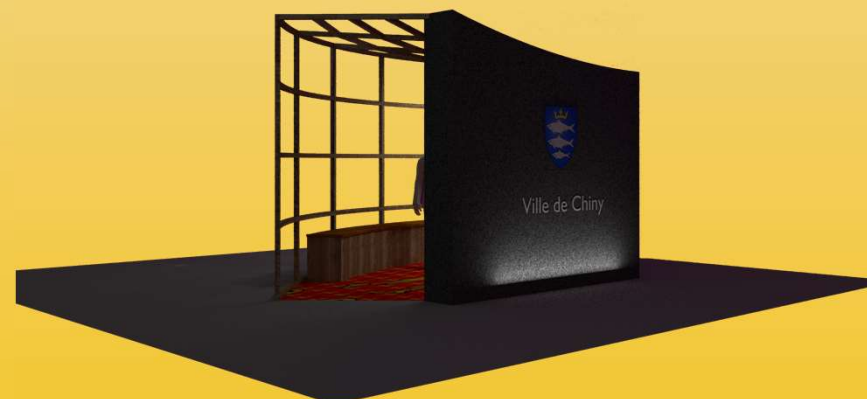


## 5. Le stand d'exposition (optionnel)

Simple, attractif, innovant et peu coûteux ...

## 5.1 Stand d'exposition (1/2)

- Endroit «physique» pour la visite du projet
- Module de conception simple
- Apparence moderne, attractive et intrigante
- Combinaison de tous les médias de communication possibles au même endroit
- Lieu convivial d'invitation de la ville



## 5.1 Stand d'exposition (2/2)

Grillage de confinement en bois rappelant la modélisation 3D

Poster avec la représentation du castrum en 3D sur photo aérienne actuelle

Espace repos pour se poser et regarder les vidéos du projet

Moniteur TV pour toutes les photos ou vidéos standards

Panneau feutré avec citation historique notable sur Chiny

Carpette avec le blason des comtes de Chiny

Promotion de la ville de Chiny avec son logo à l'approche de ce module



**Construction simple, peu coûteuse, facilement démontable et transportable avec accès à tous les médias (poster, brochures, TV, smartphones, lunettes et/ou casques VR...)**

## 6. Outils de promotion

Des outils adéquats pour chacun ...

## 6.1 Présentations / Conférences

- Contact direct avec l'audience ciblée
- Enthousiasme (ou pas) partagé avec les concepteurs du projet si celui-ci est attractif (ou pas)
- Puissance du bouche à oreille assurée en cas de succès
- Implication de l'audience pour faire progresser le projet
- Opportunité pour un soutien additionnel



## 6.2 Prints

- Un premier point d'accroche avec toutes les infos nécessaires pour consulter l'ensemble du projet
- Le moindre effort mais pas le moindre coût
- Peu attractif et risque de grand gaspillage
- Devrait être limité à un insert dans les publications locales existantes





## 6.3 TV Ultra Haute definition

- Toutes les images et vidéos standards disponibles en format 4K voire plus suivant l'équipement disponible
- Visionnement plus confortable en groupe
- Précision des détails
- Haute qualité pour la présentation de l'ensemble du projet
- Visible uniquement là où se trouve le téléviseur (stand ou autre endroit dans la commune)
- Coût élevé du téléviseur (entre 500 et 1000 Euros)
- Autrement possibilité de faire tourner une clé USB sur n'importe quel téléviseur existant dans les bâtiments publics



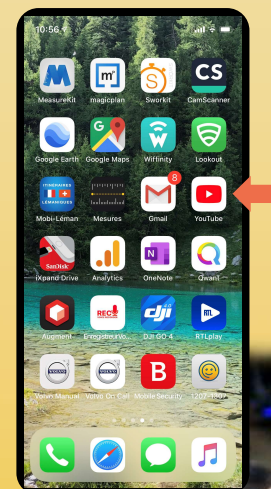
## 6.4 Laptop ou desktop

- Accès direct à tout l'ensemble des informations via des sites locaux référencés
- Partage en direct de cette expérience avec son entourage (Bouche à oreille)
- Audience très large et variée



## 6.5 smartphones app : Lunette VR

- Possible partout où une connexion internet est disponible (wifi ou 4G)
- Aucun logiciel à manipuler
- Visionner toutes les vidéos du projet directement disponibles sur Youtube
- Immersion possible avec l'application des lunettes VR (15 Euros pp) sur le smartphone
- Partage en direct de cette expérience avec son entourage (Bouche à oreille)
- Seule expérience de réalité virtuelle gérable dans un espace d'exposition public



## 6.7 Casque VR

- La meilleure option pour une immersion virtuelle
- Un groupe ciblé très limité – matériel récent sur le marché
- Requier une certaine expertise avec l'équipement
- Coût non négligeable
- Challenge au niveau de la gestion d'un tel outil dans un espace public



## 6.8 panneaux avec QR code

- Ne nécessite qu'une mise à jour du lien QR code avec toutes les supports du projet sur les panneaux existants
- Chaque touriste reçoit photos, vidéos, etc directement sur son smartphone.
- Convivial dans le contexte
- Moderne et «connecté» dans l'approche



## Evaluation des outils

- **Popularité** : rencontre une audience très large
- **Efficacité** : une partie plus ou moins complète du contenu de réalité virtuelle est perçu
- **Complexité** : facilité d'usage, d'entretien, de maintenance
- **Coût** : pour le Cercle ou le S.I. lié à l'équipement nécessaire pour l'option concernée

	Présentation Conférence	Print	TV	Laptop Desktop	Smartphone	Lunette VR	Casque VR
Popularité	Green	Yellow	Green	Green	Yellow	Yellow	Red
Efficacité	Green	Red	Yellow	Yellow	Yellow	Green	Green
Complexité	Green	Green	Green	Green	Yellow	Yellow	Red
Coût	Green	Yellow	Red	Green	Green	Yellow	Red

**Chaque option a ses avantages et désavantages  
Le casque virtuel en espace public est le plus gros challenge**