

\
via: <http://www.lesterreshegoa76.fr>

Marketing pour RevEvolutionAir Arts, Sciences et Libertés.

Association Loi 1901

Ou comment réunir une communauté de plus de 3500 contributeurs ou./et Acteurs./Créateurs./Bénéficiaires prêt à investir 35€ ./an chacun autour de notre opération de financement participatif.

Ainsi assurer la pérennité de nos principes et objectifs dans le respect de nos valeurs et nos modes de gouvernances via toutes les ressources de la communauté de la marque déposée à L'INPI de et par Samuel LAÏ « Libertribes » en s'appuyant sur toutes les ressources compilées autour du TAG “ #LTLTH “ et éventuellement les acquis de sa branche “libre et ouverte” Liber.Hegoa.eu et la mise en valeur par l'autonomie de terrains agricoles de très petites tailles (inf 1 Ha) en Normandie.

Notre Projet et son histoire

Bien que je sois l'initiateur et le porteur de ce projet, à ce jour, je suis le représentant d'une équipe de plusieurs personnes actives, aussi j'utiliserais le 'nous' pour parler de notre projet.

Le projet est l'animation d'une association de l'ESS, facilitatrice, créatrice, productrice et éditrice de contenu médias et multimédia, indépendante et rentable issue du monde de la Culture nourricière.

Nourricière pour les corps, la terre, l'esprit, les mémoires et Imaginaire.
en Normandie.

L'objectif est de faire vivre et d'enrichir notre univers baptisé « Hégoa » à travers des actes, actions et objets ou, de manière textuelles et documentées, multimédia dans un premier temps, puis, dans des jeux

vidéos, ou non, films, séries, livres et bandes dessinés qui se complètent et s'enrichissent avec le temps.

Cette communication est appelé « transmédia », ou Transmédialité
http://fr.wikipedia.org/wiki/Narration_transm%C3%A9dia

Notre structure s'appelle « RevEvolutionAir »
Son slogan est « Arts, Sciences et Libertés ».

Notre logo :



Notre premier produits, historiquement, issue de notre univers Hégoa:

“Libertribes, les tribus d’Hégoa”
www.hegoa.eu

Notre jeu multijoueurs de gestion / stratégie orienté jeu de rôle en similitemps réel baptisé « Libertribes, Les tribus d'Hégoa » qui fonctionnera sur une technologie de blockchain de type Tezos.
En cours de développement.

Pour notre communication nous utilisons deux logos en fonction du support et de l'espace disponible pour notre expression.

Nos logo et leurs déclinaisons en plusieurs couleurs :



Notre second projet est “Les Terres d’Hégoa 76 fr” Normandie:

Qui consiste en l’exploration de l’agroforesterie vers un jardin nourricier en 2022 puis une forêt nourricière en 2027 sur un terrain de 5000m² situé à Saint Pierre de Varengueville en bordure de l’Austreberthe 76480.

<http://www.lesterreshegoa76.fr>

Et à dans ces termes et en parallèle participer à la remise en valeur de terres de très petites surface 10000m² et moins, et leur transmission sur la Normandie idéalement située dans un rayon de +/-50 Km autour de saint Pierre de Varengueville 76480.

Notre 3 ème projet sera la création d’un tier lieu probablement en SCIC:

“LTH, l’auberge d’Hégoa”

Une auberge, un marché? un free-shop? ou tu manges ce qui est produit et transformé à 50 km autour du point de consommation./vente./livraison ou producteurs trices débutant viennent une journée par semaine pour nous approvisionner de leur produits et ils en profitent pour vendre les produits de tous les producteurs avec qui il sont associés dans le cadre de SCIC

Où s'échangent à loisir:

Les idées, savoir-faire, réalisation et retours d'expériences entre créateurs, producteurs, acteurs et bénéficiaires des projets culturels en Normandie lors de banquets de produits locaux produits et transformés par nos bénévoles.

Un peu d'histoire pour nous comprendre :

2003, Décision de Samuel LAÏ de lancer la création de son jeu de gestion stratégie orienté jeu de rôle.

Création et officialisation du projet en ligne par le forum :

<http://projetmmo.bbgraph.com/>

Pour trouver des illustrateurs et développeurs motivés par le projet, campagne d'information et de présentation du projet sur de nombreux forums dédiés.

2006, avec la participation d'une communauté d'étudiants francophone recruté sur internet, nous remportons le concours « DEFIS jeune » section « Envie d'agir 2006 » et sommes sélectionné pour représenter le département 76 au concours national de la même année.

Durant les deux années suivantes, le projet évolue doucement, au gré de la vie des étudiants.

2009, je décide d'agir pour que « libertribes, Les tribus d'Hégoa » deviennent un projet économiquement viable. De le professionnaliser.

J'épargne afin de recruter des professionnels indépendants avec, comme objectif avoué à moyen terme, la création de « RevEvoltionAir, Arts, Sciences et Libertés SARL.

Depuis octobre 2012, j'étudie, je recrute et j'investis afin que ce projet prenne vie.

Le développement du jeu en lui-même est en pause .

Le développement du terrain est en cours depuis le 8 novembre 2019.

Notre projet lesterreshegoa76.fr est lauréat de "Rouen Metropole nouriciere 2021".

"De l'avant" 2026 à 2035:

"#LTH, L'auberge d'Hegoa" 76

Laboratoire lowtech

Pour la valorisation des ressources naturelles et à bilan carbone ≤ 0

l'orties de Saint pierre de Varengueville:

de sa feuille fraîche et/ou séchée, cuite à l'eau ou à la lumière, à sa tige longue ou jeune, en fleur, en pesto, en gelée, en purin: désherbant ou activateur de floraison. et ses rhizomes?

Structures de l'annuaire de contacts

61.lesterresdhegopa76.fr

14.lesterreshegoa76.fr

14000.lesterresdhegopa76.fr

50.lesterresdhegopa76.fr

76.lesterresdhegopa76.fr

jj.lesterreshegoa76.fr

76480.lesterreshegoa76.fr

76140.lesterreshegoa76.fr

76000.lesterreshegoa76.fr

76100.lesterreshegoa76.fr

27.lesterresdhegopa76.fr

27000.lesterreshegoa76.fr

chapel darblaiy.lesterreshegoa76.fr

chapel des JJ.lesterreshegoa76.fr

chat-pelle-teusees.lesterreshegoa76.fr

streamer de temps en temps ^^

l'émision meduse.culturesenluttres-normandie.com

Notre équipe et ses fonctions en détail :

Samuel LAÏ :

porteur et initiateur des projets

« Libertribes, Les terres d'Hégoa » c'est quoi ?

1/ Un terrain de 5000m² en migration vers une forêt nourricière par l'agroforesterie et le maraîchage de type "du miracle de la grande couronne parisienne des années 1800-1920".

2/ L'association d'experts locaux afin que ce terrain soit autogérée par ses membres et visent à l'autonomie en eaux, énergies et nourritures pour ses membres actifs.

3/ L'installation de micro fermes périurbaines et leurs exploitation à terme en Normandie par les bénévoles de notre association loi 1901 RevEvolutionAir.

Comment fédérer une communauté?

Après étude, il existe de nombreux moyens pour se faire connaître sur internet.

La grande majorité coûte chère (plusieurs milliers d'euros).

C'est à force d'analyses et de tests que nous avons compris que la finance participative ou 'crowdfunding' pouvait être un élément de notre solution.

Elle est à la fois une action de e-communication, un espace de fédération et un moyen de collecter des fonds.

Elle oblige à structurer la communication comme tout travail de e-marketing mais offre trois bénéfices en contrepartie :

1/ Elle peut rapporter un budget immédiatement disponible si elle est correctement orchestrer

2/ Chaque contributeur est un futur acteur qui a payé pour une contrepartie.

3/ En cas de bonne réussite, elle légitimiste notre démarche auprès d'investisseurs ou de partenaires financier

Par contre, il apparaît aussi que pour réussir réellement une bonne campagne de crowdfunding le produit doit déjà exister, les contreparties doivent avoir une valeur réelle et à venir..

Mais... Que faut il pour réussir une campagne de financement participatif ?

Tout d'abord une campagne à un rythme et une durée.

Le rythme observable pour une réussite, est un démarrage fort, une période d'inactivité puis un nouvel élan à quelques jours de sa fin.

La durée d'une campagne va de quelques jours à quatre vingt dix jours, en général les sites de financement participatif conseillent des opérations de 45 jours.

Les supports de e-communication :

Il faut un site vitrine correctement mis en forme et accueillant.

<http://lesterreshegoa76.fr>

Un forum en ligne prêt à fédérer et informer les futurs acteurs.
sur discord #LTLTH

Une personne qui maîtrise le référencement internet (SEO).

Un scénariste, réalisateur et/ou illustrateur pour créer une vidéo initiale de promotion.

Au fil de la campagne, des articles et nouvelles vidéos événementielles devront aussi être publiés.

Selon les statistiques:

Les projets proposant une animation de moins de trois minutes ont 64 % de chances de réussir leur campagne.

Un community manager qui a pour objectif de communiquer sur internet, d'aller chercher de nouveaux contributeurs, créer de l'actualité et proposer des jeux concours.

Il doit écouter la communauté, la sonder, pour nous permettre de proposer les services ou contreparties attendus et/ou espéré par la communauté

Enfin, notre dossier doit être accepté par un site de finance participative qui respecte la législation française.

Nous ciblons le site

<http://miimosa.com>.

Quelle cible de contributeur ?

Notre objectif premier n'est pas de soulever des fonds par l'intermédiaire de cette opération, c'est de fédérer le plus d'acteurs possible sur le

projet, de le faire assez vite et massivement pour bénéficier d'un effet de buzz.

De plus, pour nous, il est préférable de trouver 3600 contributeurs à 5€ plutôt que 1200 à 15€.

Aussi, notre objectif "ultime" serait de fédérer 2600 contributeurs à 35€ de moyenne.

Ces 2600 contributeurs à 35€ nous permettraient d'envisager la création complète de la forêt nourricière et l'animation de partie maraîchère en association de cultures sur "les terres d'Hégoa" de Normandie.

Cultures maraîchères inspiré du livre:

"Le Maraîchage sur petite surface" La french méthode, Une agriculture urbaine ou périurbaine de Christian Carnavalet chez Terran 25€.

Pour la campagne, nous ciblons toute personne qui peut investir au moins 5€ pour devenir membre de notre association RevEvolutionAir, et nous soutenir par ce biais.

Nous avons donc construit notre offre pour les contributions autour de ces données :

5€ soutien./ don./ pot de l'amitié en auberge "pou' toul mond'!" en 2022
valeur : 15€

15€ compte membre lesterreshegoa76.fr 1 an valeur : 35 €

35€ compte premium 1 an + soutien valeur : 40€

50€ compte premium 2 ans + soutien valeur : 80€

70€ compte premium 3 ans + soutien valeur : 100€

Quels sont nos objectifs ?

L'objectif officiel chiffré de cette campagne sera de trouver un budget de 90000€.

Pourquoi 90000€ ?

Simplement parce que c'est le budget nécessaire à l'investissement en une et unique année, en plantation et de temps de travail de conception et réalisation pour un terrain de 5000m² en forêt nourricière.

Décompté comme ci:

4000m²

en migration jardin nourricier

à 22€/m²

soit 88000€

et

1000m²

en maraîchage 'french méthode' de vieux légumes et plantes rustiques de pleine terre

à 3€ /m² sur 3 ans

soit 180000€

de actuellement à 2025 au moins pour une installation dans le long terme

^^...

Une jachère tournante des terres maraîchères et forêts nourricières devrait être installée dans un plant de cultures à 15 ans.

Une grainothèque devrait être mise en place et enrichie par thème en partenariat avec Florian Allate SARL et Avec la scierie mobile thierry morisset pour le bois imputrescible et les conseils pour l'exploitation forestière des terres d'Hegoa.

Synergie? Complétude? rapprochement chêne de caux, plantes./

Lecuyer arbre et arbuste et haie et nous semencier et fournisseur de filet

de truites fumée ou séchée dans le cadre d'une installation autour plan de serre bio maîtrisable ^^ modulable et mobile!!!)

Le résultat en 2026?

Dans l'idéal, deux personnes en CDI à 24h semaine et 6 bénévoles impliqués sur trois sites géographiques serait idéale.

Organisable commes suit:

12h encadrement./ initiation , formation./decouverte.

12h maraîchage sur terrains

12h de vente, animation, création, artisanat...

transformation....saisie de texte... :(

12h community management en deux langue parlé mais 3 alphabet lu :p

avec un pt'i coup de pouce?

deux sites géographiques en exploitation, du miel, des fruits, des œufs d'escargot d'oie de poule cannes et la préservation de leur reproduction...

Une Auberge d'Hégoa....

Focus sur le plan de prospection et fidélisation :

La prospection sur internet :

A ce jour nous avons gagné le concours "Rouen Métropole Nourricières 2021" mais nous ne savons pas ce qui nous sera accordé en moyens et subventions.

C'est donc un bon moment pour capitaliser sur cet événement et lancer notre campagne de crowdfunding sur laquelle nous travaillons depuis novembre 2019.

La plupart des outils commerciaux de prospection massive nécessitent des investissements lourds.

Aussi nous devons aborder la problématique autrement.

Dans un premier temps, étudier le marketing afin de comprendre les problématiques et d'apprendre à maîtriser les outils.

Il faut ensuite comprendre ce que l'on appelle le « coût par clic » (CpC) ou le rendement d'un investissement « e-marketing ».

Il s'agit simplement du rapport « investissement sur nombre de visite ou d'inscription ».

J'anime régulièrement depuis de nombreuses années une page facebook : <https://www.facebook.com/projetmmo> qui compte à ce jour 1100 suiveurs.

Facebook fonctionne un peu comme un écosystème fermé, très peu de suiveurs 'sortiront' pour aller directement sur notre site lesterredHegoa76.fr

De plus, sans financement, la portée effective d'une publication est très faible.

Facebook est l'un des CpC les plus élevés du marché.

Nous travaillons aussi à rendre notre site vitrine simple, accueillant et clair, afin de donner envie au visiteur de nous inclure dans ses favoris ou de nous suivre en s'inscrivant sur notre « news letter et flux RSS » ou nous contacter directement.

Le site doit vivre, créer de l'événement régulièrement, aussi, plutôt que d'intégrer tout notre contenu d'un coup, nous proposons une ou deux fois par semaine un nouveau texte, des images que nous vous autorisons à télécharger en HD pour en faire vos fonds d'écran par exemple.

Afin de permettre de l'interactivité entre nous et les bénévoles, nous avons mis en place un forum Discord.

Actif sur #LTLTH

Il doit être le point d'entrée, de fidélisation et d'information vivante et à jour.

A terme, les futurs bénévoles en ligne pourront demander un rôle de modération ou d'animation.

Ce forum est le relais de communication de notre communauté.

L'action combinée entre notre site vitrine, notre propre forum ainsi que notre communication sur les forums dédié doit nous permettre d'être plus visible car mieux référencer par les moteurs de recherche comme google.com

Ces techniques de 'cross posting' et de reformulation sont des techniques performantes de SEO (Search engine optimization).

C'est une part de ce que l'on appelle le 'référencement naturel'.

Ce référencement est plus long, plus chronophage, mais le résultat est durable.

La fidélisation :

Un bénévole qui participe à 35€ via notre campagne de crowdfunding se verra proposer au bout de 12 mois une ré inscription à notre association pour 15€.

La bonne fidélisation est de faire se réabonner un bénévole mais surtout, c'est de faire en sorte que notre qualité pousse nos bénévoles à attirer de nouveaux bénévoles par le biais du parrainage.

Nous mettrons en place une politique forte de parrainage.

Nous proposons un package de services numériques lié à l'adhésion de notre association loi 1901 Rev'EvolutionAir.

un exemple de services :

une adresse mail en @lesterreshegoa76.fr est possible.

une quantité de mémoire en ligne tanque que l'association existe.

un filtre anti publicité et un VPN

Notre "newsletters"

s'il veut sa propre newsletters c'est possible...

Acces à backstage.lesterreshegoa76.fr ^^

=====

“LTH, l'auberge d'Hégoa” hashtag: #ATH c'est quoi?

Un tiers lieu d'échanges, clairement loca producteurs pour tous les locavores de produits et services dans le champ de L'ESS culturelles de Normandie!

“Des pommes de votre compote, aux textes ou décors de vos spectacles vivants, en passant par les manuels d'aide à la création d'une serre chauffante, tout est conçu, développé et mis en conserve dans notre auberge”.

=====

« Libertribes, Les tribus d'Hégoa » c'est quoi ?

Techniquement :

Il nécessite un navigateur

Il nécessite une connexion internet .

Caractéristiques du jeu :

Dès l'origine, nous voyons notre création non comme un simple jeu mais comme une œuvre d'art collaborative.

Notre jeu prend vie dans un univers héroïque fantaisie entièrement inventé qui ne reprend pas les codes existants.

L'objectif du jeu est d'être le mieux classé, pour cela il faut gagner le plus de points possible que nous appelons 'mana' (ou crypto jeton MANA sur une blockchain Tezos).

C'est un jeu de gestion / stratégie orienté jeu de rôle.

Pour gagner ses 'mana', le joueur doit assurer le développement de sa tribus par toutes les stratégies qu'il souhaite jouer.

C'est un univers persistant, que le joueurs soit connecté ou non, les autres joueurs peuvent interagir avec lui et sa tribus 24h/24 7jours/7.

C'est un univers graphique entièrement dessiné à la main.

C'est un jeu de type « Free To Play ». Nous proposons dans le jeu des avantages concurrentiels pour les joueurs payants. Un joueur qui ne paie pas, s'il passe plus de temps ou gère mieux sa stratégie, peut tout à fait être mieux classé qu'un autre joueur payant.

Tout joueur peut :

Jouer entièrement seul ou s'associer en groupe reconnu (gilde).

Se spécialiser dans la production des ressources naturelles ou/et les vendre.

Se spécialiser dans le commerce ou la spéculation sur les marchés.

Se spécialiser dans la guerre, la diplomatie ou la fabrication d'objets.

Quant aux aspects 'jeu de rôle', ils sont multiple :

Le joueur incarne son avatar, un 'D'jun', esprit qui guide sa tribus.

Son D'jun a quatre indicateurs de personnalité qui évoluent avec ses actions dans le jeu.

Il peut aussi invoquer autant de héros qu'il souhaite et les faire évoluer comme il l'entend.

Enfin, il peut aussi créer et faire évoluer autant d'objets qu'il le souhaite.

Les leviers du succès liés aux règles du jeu, le gameplay :

Les règles de « libertribes, les tribus d'Hégoa » sont pensées pour être chronophage et plaire à tout public.

L'un des points fort des règles de « Libertribes, les tribus d'Hégoa », c'est la multiplicité des actions dans le jeu.

Contrairement à la majorité des jeux par navigateur qui se limite à deux styles de jeu avec une quinzaine d'actions répétitives.

Les règles permettent à un joueur d'utiliser un style de jeu simple avec quinze actions répétitives en s'amusant ou de choisir d'être ultra spécialisé et impliqué dans la vie du jeu.

La création d'une économie propre au jeu, avec la possibilité de vendre TOUT sur les marchés, du bout de bois, au village entièrement équipé, sans permettre aux joueurs d'acheter directement des ressources par le biais d'offres commerciales.

Le succès d'un jeu multijoueurs est sa communauté de joueurs :

Plus un jeu multijoueurs rassemble de joueurs plus le jeu est un succès.

Cela semble évident mais dans notre contexte de « Free To Play » ce qui est appelé « taux de conversion », soit: le rapport entre le nombre de comptes créés et le nombre de joueurs qui paie, est un indicateur stratégique.

Aujourd'hui selon les études de marché comme IDATE, l'on considère qu'il faut 20 joueurs inscrits pour un joueur qui paie.

Aussi c'est dès à présent qu'il faut fédérer une communauté active.

Quelle sera la cible de clientèle une fois le jeu en ligne ?

Nous ciblons tout joueur de jeu massivement multijoueurs, peu importe son age et son sexe ou ses habitudes de jeu, qui peut dépenser 50€/an dans un jeu.

Dans un premier temps, nous nous adressons au marché francophone :

Selon l'étude IDATE la part de marché du Free-to-play massivement multi joueur en France est de 1,8 Million pour 2015 et en progression constante jusqu'à 2,1 Million en 2017.

En Belgique, où 30 % de la population est francophone et le niveau de vie comparable, le marché est estimé à 1,1 Million de joueurs en 2015 jusqu'à 1,2 Million en 2017

Avec la traduction réalisée en anglais, nous nous ouvrirons au marché anglophone

Toujours selon la même étude :

Amérique du nord, 10,5 Million de joueurs en 2015 pour 11,6 Million en 2017.

UK, 1,9 Million de joueurs en 2015 pour 2,4 Million en 2017.

Si tout se passe bien, nous nous ouvrirons au marché germanophone deuxième marché européen pour le jeu :

Allemagne, 2,6 Million de joueurs en 2016, pour 2,6 Million en 2017.

Notre stratégie commercial :

Notre objectif est de vivre décemment de notre art et nous épanouir dans nos prochaines créations pas d'amonceler.

Pour cela, nous avons notre premier jeu, bien plus intéressant à jouer pour les joueurs, que la concurrence.

Nous avons une identité graphique forte qui plaît autant aux parents qu'aux enfants et un univers propre.

Notre stratégie est un peu la même que celle de FREE, être les meilleurs et les moins chers tout en respectant les joueurs.

Mais, afin d'être réaliste il faut prendre en considération deux autres aspects dans notre étude :

la concurrence :

A ce jour et selon le site <http://www.jeuxonline.info/encyclopedie> , nous nous attaquons à un marché avec quelques 1300 titres concurrents de toute taille et de toute culture.

La part de marché réellement adressable par « Libertribes, Les tribus d'Hégoa » :

Afin d'être au plus prêt, compte tenu de notre limite de budget pour les investissements en communication et de la part de la population réellement adressable culturellement, par exemple en Belgique seul 30%

de la population est francophone, nous pondérons nos prévisions comme suit :

Nous pondérons aussi la progression de notre part de marché. Notre étude part des postulats : « A partir de la 7ème année après notre lancement, nous aurons une part de marché sur 1300 » et « La première année nous aurons un tiers de part de marché en progression constante pendant les sept années ».

Nos principaux concurrents :

Il faut savoir qu'aucun éditeur ne publie ses chiffres économiques. Toutes les données sont transmises à titre indicatif en fonction des informations ou spéculations trouvées sur internet.

Quatre indicateurs importants :

Le nombre de comptes créés : signe de la popularité du jeu

Le nombre de comptes actifs : signe de l'activité du jeu

Le taux de conversion : nombre de joueurs payants sur nombre de joueurs total

Le ARPU : Average Revenue Per User, revenu moyen par utilisateur. En général estimé par mois, c'est le chiffre d'affaires du jeu divisé par le nombre de joueurs total.

En fonction des sites consultés et des jeux ciblés, les ARPU vont (en dollars) de 0,10 cent à 0,75 cent.

Le top dix :

Dans le monde du « free to play » la création d'un compte est simple, rapide et gratuite.

Un jeu peut donc avoir une base de comptes créés importante mais intéresser peu de joueurs qui arrêtent d'y participer après quelque temps.

Le nombre de comptes actifs représente les comptes dont les possesseurs ont agit dans le jeu depuis une date donnée et avec régularité.

Nous avons choisis de vous présenter nos deux principaux concurrents directs, dont la réussite est acquise et soutenue par des majors depuis plus de dix ans :

Ogame par Gameforge :

<http://fr.wikipedia.org/wiki/OGame>

Décliné en de nombreuses langues, c'est un jeu de gestion / stratégie par navigateur massivement multijoueurs dans un univers de science fiction.

Ce jeu existe depuis octobre 2002 en Allemagne et septembre 2004 en France.

Il compte à ce jour, selon les sources, plus de 150000 comptes créés.

Le nombre de comptes actifs exact n'est pas connu.

De fait, le coefficient de transformation n'est pas connu de la même manière que l'ARPU.

L'ensemble des ressources et variables de ce jeu sont achetables à volonté, on achète d'abord une quantité de monnaie du jeu (l'anti-matière ou AM) et ensuite on les dépense dans les services que l'on souhaite.

Ce jeu est un « Free to Play » de catégorie « Pay To Win », plus on investis d'argent réel plus on est puissant.

Leur offre commerciale :

Les produits :

Analyse des produits :

Trois catégories :

Les conseillers, qui ont une durée de vie d'une semaine à 3 mois

Les matières premières achetables par lot à volonté.

Les bâtiments et agrandissement achetés une fois mais cumulables.

La stratégie commerciale est claire :

Favoriser le payeur au détriment des joueurs.

« Le volume » avec pour premier objectif d'augmenter l'ARPU.

Fidéliser le payeur par de petites sommes hebdomadaire ou trimestrielle,

un conseiller pour une semaine vous coûtera au minimum 0,16€ et au

trimestre 1,65€ si vous achetez le pack à 99,99€ en CB

Chaque conseiller vous en coûtera au minimum le même prix pour 5

conseillers possibles et cumulables.

Les ressources et avantages concurrentiels, à volonté et cumulables,

8,25€ à moindre coût pour un achat.

Le mode de fonctionnement d'Ogame a évolué en 10 ans.

A l'origine, le seul avantage que pouvait acheter le joueur était une option

à 1,5€ + coût d'un appel tous les 15 jours qui supprimait toute publicité et

ne limitait plus sa boîte mail à 10 messages.

Il est passé d'un vrai « Free to play » à un 'pure' « Pay To Win ».

Travian travian.fr :

Décliné en de nombreuses langues, c'est un jeu de gestion / stratégie par navigateur massivement multijoueurs dans un univers médiéval.

=====

1) Un diagnostic pour permettre une synthèse de l'analyse et des problèmes à résoudre (SWOT)

2) Une ou des propositions d'actions marketing (choix stratégiques, définition d'objectifs, définition du positionnement, recommandations mix-marketing et plans d'action opérationnels)

a. Stratégie de communication,

b. Site web

5) Une conclusion permettant d'explicitier l'atteinte ou non des objectifs, les moyens de contrôle et de suivi des actions à entreprendre.

=====

SWOT /Porter

SWOT : La question étudié : « Quelles sont nos principales forces et faiblesses par rapport à la concurrence existante ? »

SWOT de RevEvolutionAir	Positif	Negatif
Interne	Forces : Équipe motivé, soudé et compétente. Travail dématérialisé. Objectif à long à long terme partagé par toute l'équipe.	Faiblesses : Peu de moyens financiers. Pas de travail à temps plein.

	<p>Conseillé par des experts.</p> <p>Contrats de sous traitance bien négocié.</p> <p>Bonne relation avec les sous-traitants.</p> <p>Suivi quotidien de l'activité, management par micro-projets.</p> <p>Implantation possible en ZRU/ZFU.</p> <p>Notre univers (scénario, règles, ambiance sonore, design et code informatique).</p> <p>Projets suivants « Libertribes, les tribus d'Hégoa » déjas à l'étude.</p>	<p>Manque de maîtrise des techniques de e-marketing.</p> <p>Pas de chef de projet professionnel.</p> <p>Très petite équipe de travail.</p>
Externe	<p>Opportunités :</p> <p>Possibilités de subventions partiel par le centre national cinématographique (CNC).</p> <p>Possibilité d'être enregistré comme</p>	<p>Menaces :</p> <p>Puissance financières des concurrents.</p> <p>Réactivité des concurrents.</p> <p>Méconnaissance des chiffres clés des concurrents</p>

	<p>Jeune Entreprise Innovante (JEI).</p> <p>Diverses aides possible à la création d'entreprise par la région, le département, l'état ou l'europe.</p> <p>Nombreuses écoles de formation aux métiers du jeu vidéo.</p> <p>La « french touch » dans le jeu vidéo.</p> <p>Business angels/ capital risque</p>	<p>Fiscalité national.</p> <p>Pas de partenariat financiers.</p>
--	--	--

Nom prochains produits : déclinaison de l'univers « Libertribes, contes et légendes d'Hégoa »

2/ tarification (prix dégressif par quantités + en fonction type paiement (lié frais) micro paiement)

Principe et objectif du free to play : avoir le meilleur taux de conversion joueurs inscrit/ joueurs payant par mois et avoir l'indicateur ARPU par mois (Average Revenu Per User, revenue moyen par joueur) le plus élevé possible.

Les éditeurs ne publient pas leurs chiffres, ils sont stratégiques.

Selon les sources auxquelles on se réfère pour les jeux qui nous sont concurrents sur notre secteur les estimations d'ARPU vont de 0,10e à 0,75e

Analyse de deux concurrents direct : Ogame.fr et Travian.fr

Nous étudions simplement les offres en paiement CB et paypal. Les offres en micro paiement SMS ou téléphone sont, selon les statistiques, peu usité pour notre cible.

Aucun ne publie de chiffre mais nous pouvons analyser leur offre.
et travian

3/ explicité coût création avatar/ création objet

4/ carte perceptuel

5/ produit explicité ergonomie produits

6/ explicité stratégie pénétration marché avec crowdfunding

7/ Explicité finalité : financer le developpement d'autre jeux (4 pour etre rentable selon les chiffres)

8/ explicité distribution, concours pub online

9/ explicité perimètre lié à la langue

explicité communication, concours, community management (hors media et media (via forum

PESTEL / Porteur + soncas (developper Nouveauté et Confort) le cœur de cible doit être précis (15-50 ans ayant 50€/ an à dépenser dans un jeu)

Pour federer communauté

1/ structure (site vitrine multimedia + forum de discution + page facebook)
vidéo, illustrations textes

2/ SEO, référencement, bon mot clé, bonne structure de site, textes formater différemment sur forum dédié

3/ communication : embauche community manager, créer événement (jeu concours / recrutement et info) poster sur facebook + forum dédié

Le tout avec le plus petit budget possible.

Bonjour Samuel,

Je viens de lire vos documents, votre idée me semble très originale.

Quelques questions :

J'imagine que pour faire payer vos joueurs, à un moment dans votre jeu, vous allez proposer des services supplémentaires pour accéder à des niveaux supérieurs.

Avez-vous pensé à proposer des abonnements mois coûteux et ne pas rendre votre jeu gratuit ?

Je vous dis cela car j'ai auparavant développé un site d'annonces gratuites ,qui ne générera pas de revenus en tant que tel, seul les annonceurs payaient.

Avec le recul, il est mieux de proposer des tarifs très bas mais payants moyennant service. Où d'appliquer le mode Candy Crush, où vous avez un nombre de vies limitées et rendre les gens accros à votre jeu.

Si je m'abonne et paye 50 Euros, quels vont être les avantages proposés ?

Avez-vous écrit une plaquette descriptive de votre jeu ?

Pour trouver vos 3600 utilisateurs et les fidéliser : avez-vous créé une page Facebook avec un compte à rebours en mettant chaque jour une information nouvelle sur votre jeu et créer un suspense ? avez-vous monté une chaîne youtube avec votre actualité, un petit film de votre jeu ?

Ensuite, un salon des jeux vidéos, pourrait vous permettre de distribuer des flyers, de vous faire connaître auprès d'une clientèle ciblée, sans forcément avoir un stand : renseignez-vous pour être distribué à l'entrée d'une manifestation de jeux.

Ciblez aussi les manifestations d'adolescents .

En ce qui concerne le e-marketing, il faudrait que vous vous inscriviez sur une plate-forme de bande dessinée , de livres médiévaux...

Vous pourriez également proposer un contenu explicatif déjà écrit par vous même à des forums, des blogs, des sites spécialisés de jeux, de créer des échanges de bannières sur le web, d'organiser un jeu concours en faisant gagner des tee-shirt aux logos de votre jeu et de récupérer un maximum d'adresse e-mail.

Autre idée : échanger la bannière pub de votre jeu contre celle d'un autre site.

Il faut que vous identifiez tous les sites en liens directs ou indirects avec votre activité.

Ensuite, lister l'ensemble de vos mots clés en lien également avec votre jeu.

Grâce à cette étude, vous allez cibler tous les sites susceptibles de parler ou d'accueillir le votre sous forme

d'un lien ou d'une bannière (gratuitement), en échange chez vous d'un espace prévu à cet effet pour vos partenaires.

Surtout étudier comment vos concurrents communiquent sur leur jeu et par quels moyens web ou autre.

Vous pouvez m'envoyer le fruit de vos recherches pour que je vous oriente dans les actions de webmarketing à mener.

Toute cette partie, nous la verrons en cours, je vous expliquerai comment mettre en place tous ces liens et ainsi gagner du trafic, de la notoriété et toucher vos clients, donc du CA.

Je n'ai pas de recul nécessaire dans ce domaine pour évaluer vos 3600 joueurs abonnés., pour savoir si c'est réaliste ou pas.

Avez-vous des jeux similaires pour que je puisse évaluer leur communication.

De plus, quand est-ce que vous avez prévu votre date de sortie officielle de votre jeu ?

Voilà le fruit de mes premières réflexions en quelques minutes, je vous propose pour notre prochain cours que vous m'ameniez vos éléments nécessaires pour bâtir un plan marketing à moindre coût .

Préparez également un petit dossier de presse qui vous servira pour vous présentez sur des sites spécialisés.

Je suis à votre disposition quand vous allez avancer dans vos recherches, je vous conseille de les structurer par thématique pour être plus efficace :

Bannière

Jeux concours

échange de contenu

inscription sur plate-forme de jeux

inscription sur les site de bons plans

chaine youtube

Page Facebook

Site vitrine

Site internet

Blogs

échange de liens

vos mots clés

dossier de presse

Salons de jeux

reportage télé

partenariats

écoles d'informatique...

Bonjour Madame Ernst,

Tout d'abord merci de votre retour.

Quelques éléments de réponses.

J'attends la suite des cours avec impatience.

Quelques questions :

J'imagine que pour faire payer vos joueurs, à un moment dans votre jeu, vous allez proposer des services supplémentaires pour accéder à des niveaux supérieurs.

Avez-vous pensé à proposer des abonnements mois coûteux et ne pas rendre votre jeu gratuit ?

Je vous dis cela car j'ai auparavant développé un site d'annonces gratuites ,qui ne générai pas de revenus en tant que tel, seul les annonceurs payaient.

Avec le recul, il est mieux de proposer des tarifs très bas mais payants moyennant service. Où d'appliquer le mode Candy Crush, où vous avez un nombre de vies limitées et rendre les gens accros à votre jeu.

A ce jours le business modèle du "Free to Play" est le plus rémunérateur, il reste très peu d'éditeur sur mon segment qui pratique l'abonnement.

Ces état de fait est montré dans l'étude de marché IDATE que je vous ai proposé, c'est suite à la lecture de cette étude que j'ai décidé que mon offre de produit serait "Free to Play".

Si je m'abonne et paye 50 Euros, quels vont être les avantages proposés ?

Pour 50€ vous pouvez acheter un pack d'amélioration (avantages compétitif) pour une période de 6 mois.

Amélioration productivité (+15 % de ressources/heure)

Amélioration natalité (+15% de naissances/heure)

Amélioration déplacement d'unité (15 % de vitesse)

Vous pouvez aussi vous achetez des "dés virtuel" (autant que vous le souhaitez) qui vous permettrons d'améliorer

les chances d'obtenir un objet puissant ou un grand village ou un héros puissant.

par exemple : 48 dés pour 11 euros

Le coût de mes produits est très faible une fois le jeu développé aussi je vais faire des prix dégressif en durée et en volume afin d'arriver à mon objectif de faire dépenser 50 annuel à mon joueurs

Avez-vous écrit une plaquette descriptive de votre jeu ?

Pas réellement, nous avons notre wiki mais pas de plaquette à ce jours.

Pour trouver vos 3600 utilisateurs et les fidéliser : avez-vous créé une page Facebook avec un compte à rebours en mettant chaque jour une information nouvelle sur votre jeu et créer un suspense ?

Oui nous avons une page facebook mais en dehors de l'échange de 'like' commerciaux pas de réel suiveur.

Créer une communauté sur facebook cout extrêmement chère, je cherche aujourd'hui un autre moyen d'action.

avez-vous monté une chaine youtube avec votre actualité, un petit film de votre jeu ?

Le petit film d'animation est en cour d'élaboration, il servira pour la promotion de notre campagne de crowdfunding.

Aujourd'hui je pense que monter une campagne de crowdfunding reste un bon moyen de communiquer mais la création de la communauté reste difficile à réaliser.

Ensuite, un salon des jeux vidéos, pourrait vous permettre de distribuer des flyers, de vous faire connaître auprès d'une clientèle ciblée, sans forcément avoir un stand : renseignez-vous pour être distribué à l'entrée d'une manifestation de jeux.

Cette action peut être envisagé une fois le jeu fonctionnel, à ce jours nous sommes en développement.
J'admet avoir peu être écarté cette option un peu rapidement au profit d'une focalisation sur le e-marketing...

Ciblez aussi les manifestations d'adolescents .

En ce qui concerne le e-marketing, il faudrait que vous vous inscriviez sur une plate-forme de bande dessinée , de livres médiévaux...

Vous pourriez également proposer un contenu explicatif déjà écrit par vous même à des forums, des blogs, des sites spécialisés de jeux, de créer des échanges de bannières sur le web, d'organiser un jeu concours en faisant gagner des tee-shirt aux logos de votre jeu et de récupérer un maximum d'adresse e-mail.

Pour cette partie je pensais que mon community manager s'en occuperait, je n'ai pas assez de recul avec cette personne pour savoir s'il est sérieux.

Je vais me préparer à le faire par moi même.

Autre idée : échanger la bannière pub de votre jeu contre celle d'un autre site.

Il faut que vous identifiez tous les sites en liens directs ou indirects avec votre activité.

Ensuite, lister l'ensemble de vos mots clés en lien également avec votre jeu.

Grâce à cette étude, vous allez cibler tous les sites susceptibles de parler ou d'accueillir le votre sous forme d'un lien ou d'une bannière (gratuitement), en échange chez vous d'un espace prévu à cet effet pour vos partenaires.

Surtout étudier comment vos concurrents communiquent sur leur jeu et par quels moyens web ou autre.

Vous pouvez m'envoyer le fruit de vos recherches pour que je vous oriente dans les actions de webmarketing à mener.

Toute cette partie, nous la verrons en cours, je vous expliquerai comment mettre en place tous ces liens et ainsi gagner du trafic, de la notoriété et toucher vos clients, donc du CA.

Je n'ai pas de recul nécessaire dans ce domaine pour évaluer vos 3600 joueurs abonnés., pour savoir si c'est réaliste ou pas.

Avez-vous des jeux similaires pour que je puisse évaluer leur communication.

<http://fr.ogame.gameforge.com/>

<http://www.travian.fr/>

<https://apps.facebook.com/epicarena/>

Il y en a de nombreux autres.

De plus, quand est-ce que vous avez prévu votre date de sortie officielle de votre jeu ?

C'est toujours un sujet épineux!

Aujourd'hui de mon point de vue nous aurons une beta pour la fin du 1er semestre 2015, je n'ai pas de date plus précise.

Notre équipe est composé de 4 personnes et tous sont chargé de famille et ont un travail à plein temps, l'objectif de création d'entreprise est tout d'abord de pouvoir consacrer le plein temps de chacun autour de la création.

Voilà le fruit de mes premières réflexions en quelques minutes, je vous propose pour notre prochain cours que vous m'amenez vos éléments nécessaires pour bâtir un plan marketing à moindre coût .

Préparez également un petit dossier de presse qui vous servira pour vous présentez sur des sites spécialisés.

Je suis à votre disposition quand vous allez avancer dans vos recherches, je vous conseille de les structurer par thématique pour être plus efficace :

Bannière : en pièce jointe "Couv-FB.jpg"

Jeux concours : La législation autour du jeu concours nous oblige à être en société avant de pouvoir en mettre en place.

échange de contenu :

inscription sur plate-forme de jeux

inscription sur les site de bons plans : pas en période de développement
chaine youtube

Page Facebook : <https://www.facebook.com/projetmmo>

Site vitrine : <http://forum.hegoa.eu>, <http://hegoa.eu/>

Site internet: <http://forum.hegoa.eu>, <http://hegoa.eu/>

Blogs

échange de liens:

Pour les échange de bannières, servez vous :p
vos mots clés

dossier de presse

Salons de jeux

reportage télé

partenariats

écoles d'informatique...