

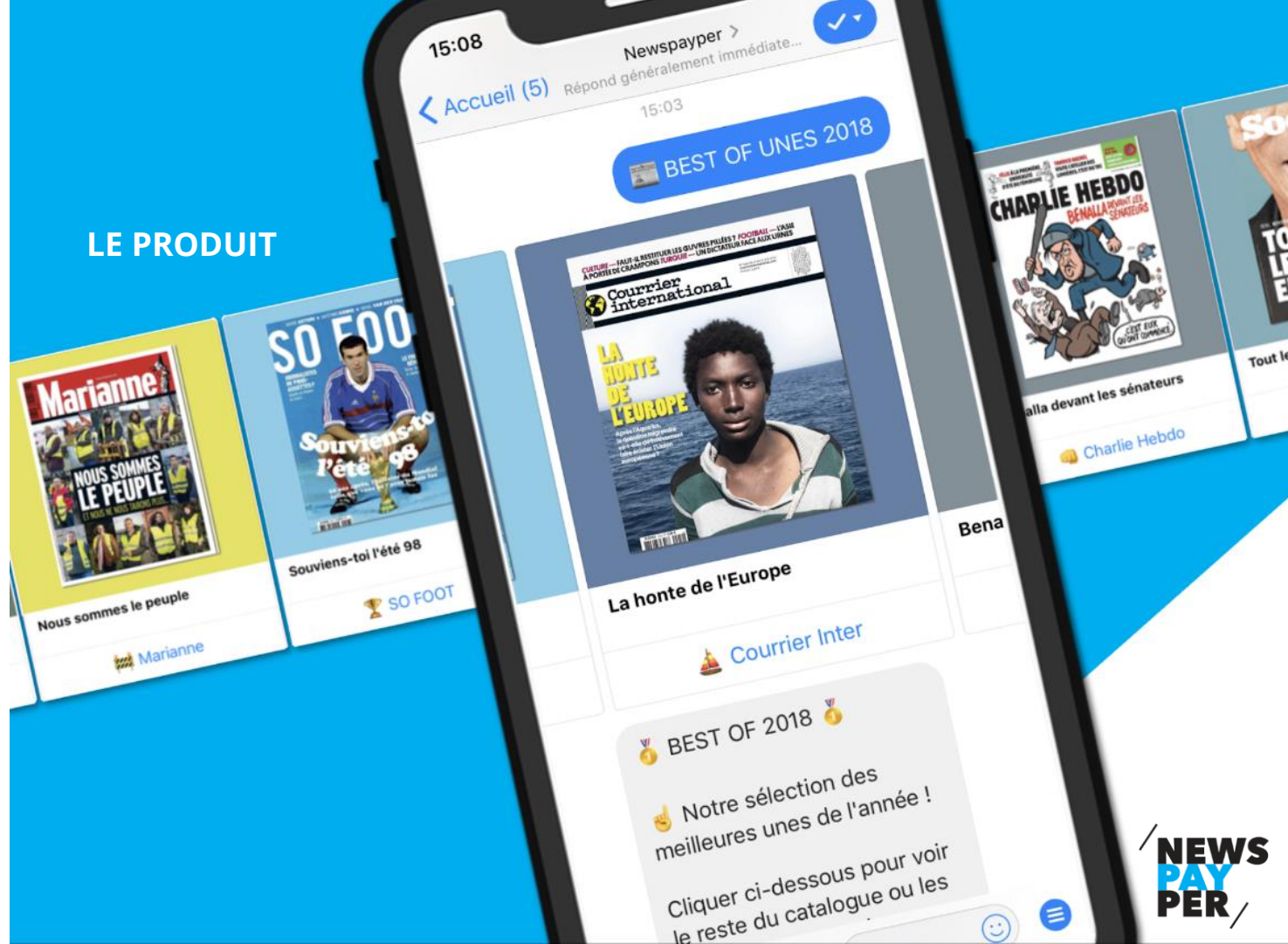


**NEWS
PAY
PER**

Stratégie de Communication

Le Brief

LE PRODUIT



ACQUISITION DE NOUVEAUX UTILISATEURS

Les Veilles

CONCURRENCE

RÉSEAUX SOCIAUX

PRESSE

CHATBOTS

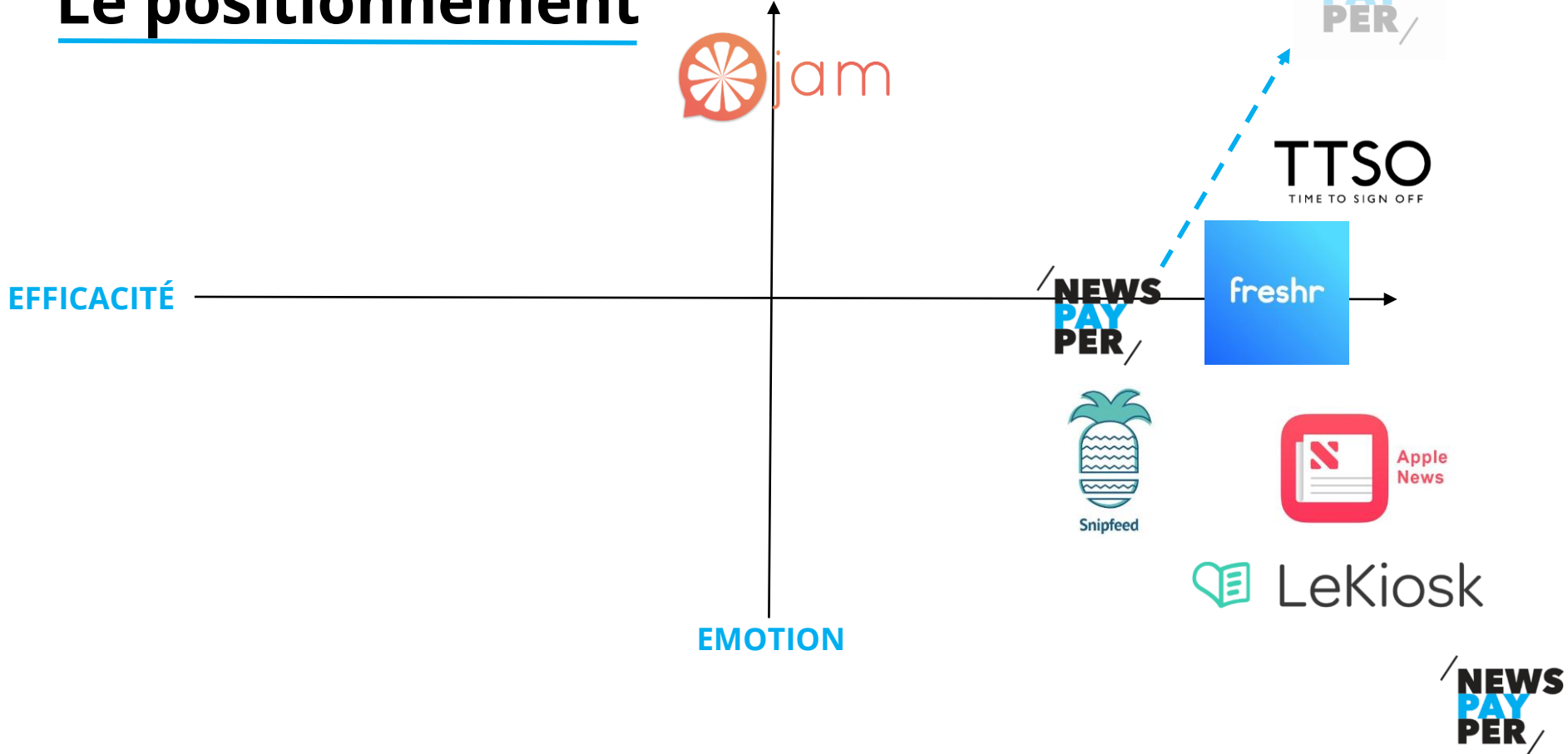
KIOSQUES
NUMÉRIQUES

CONSOMMATION DE
L'INFORMATION

Le SWOT

<p>S</p> <ul style="list-style-type: none">- Twitter (BtoB & influenceurs)- publicités payantes- posts Instagram (likes)- comptes personnels LinkedIn- salons & conférences	<p>W</p> <ul style="list-style-type: none">- pas d'équipe éditoriale- budget très faible- pas d'image, de valeurs définies
<p>O</p> <ul style="list-style-type: none">- campagne SEO- story Instagram- communication événementielle- relations presse- goodies- vidéo	<p>T</p> <ul style="list-style-type: none">- Les français ne veulent pas payer- Concurrence- Incompréhension de la proposition de valeur

Le positionnement



Les cibles

2 propositions de valeur

Condensé d'informations

(revue de presse +
catalogue)



Jeunes

de 18 à 35 ans

actifs ou étudiants

souhaitent s'informer
rapidement sur l'actualité
sans passer trop de temps
sur un seul sujet

Approfondissement

(achat de titres par intérêt)



(+) Vieux

de + de 35 ans

cadres ou retraités

prennent le temps de bien
s'informer à la source et
sont prêts à payer pour
l'info de qualité



Les problématiques

- #1** Comment faire prendre conscience de l'efficacité de Newspaper pour s'informer ?
- #2** Comment faire vivre de l'émotion sans trop travailler le contenu ?
- #3** Comment devenir viral sans budget ?

Nos recommandations

Flyers & Affiches

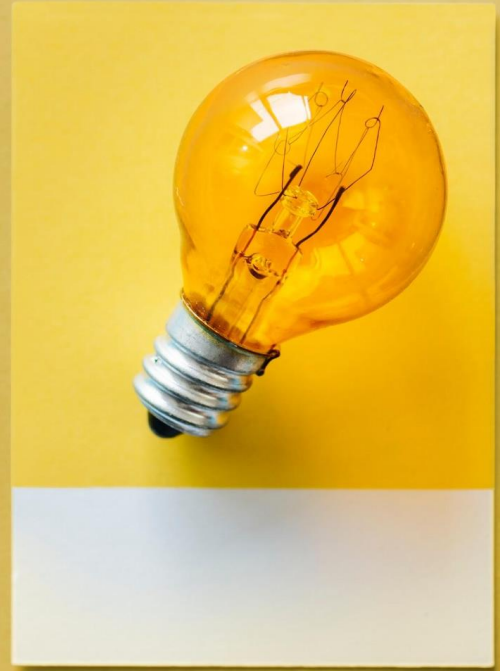
Social Posts

Annonces d'amélioration

Mode d'emploi : Communication

Relations Presse

Concours cadeaux



#1 Flyers & Affiches

Cible spécifique

portion des français qui font le moins confiance à l'information sur les réseaux sociaux, cible abonnée aux médias, qui lit et écoute la radio

Message à transmettre

L'information **fiable**, instantanée et mobile provenant de sources de premier plan

Thème à aborder

La désinformation et les fake-news (+de 90% des français ont tendance à ne pas faire confiance à l'information diffusée sur les réseaux sociaux)

Où promouvoir

tout point d'accès à "l'information fiable" (kiosques, librairies, radio...)

#1 Social Posts

Message à transmettre

mettre en avant une valeur portée par l'entreprise pour faire vivre de l'émotion à travers la communication (ex : l'information fiable instantanée et mobile)

Cible spécifique

cibler en fonction de la valeur transmise et de l'émotion voulue (en l'occurrence les personnes qui se méfient des informations divulguées en ligne)

Thème à aborder

trouver le juste thème selon le message à transmettre (en l'occurrence la guerre aux fake news)

Où promouvoir

Réseaux Sociaux (Facebook, Twitter & Instagram)

#2 Annonces d'amélioration

Message à transmettre

un post sur les réseaux sociaux annonçant la future modification pour leur Chatbot (ex : "un chatbot personnalisé avec la mise en avant pour chaque utilisateurs de ses titres ou domaines favoris")

Cible spécifique

cibler en fonction de l'amélioration mise en avant (en l'occurrence les personnes qui souhaitent retrouver toutes leurs lectures sur la même plateforme) (Co-Fondateurs, salariés, stagiaires)

Thème à aborder

"Vous n'avez plus le temps de voir tout ce qui sort ? Vous êtes bombardés de notifications pour des informations qui ne vous intéressent pas ? Tout va bien, Newspayper est là."

Où promouvoir

Réseaux Sociaux (Facebook, Twitter & Instagram)

#2 Mode d'emploi : Communication

Message à transmettre

Dossier éducatif (5 à 15 pages) complet de la communication récurrente (charte éditoriale, outils, templates, méthodologie & astuces)

Cible spécifique

les collaborateurs de Newspayper

Thème à aborder

La communication externe (Newsletters, Réseaux sociaux, Blog, Site web, Relations Presse, événementiel)

Où promouvoir

PDF et/ou document numérique modifiable partagé entre toute l'équipe + livre physique (optionnel)

#3 Relations Presse

Message à transmettre

Communiqué et/ou Dossier de presse → “En fait, Newspaper, ça existe et ça fait tout ça” (encourage la presse écrite, revue de presse hebdomadaire, catalogue de titres par thème et favoris, pas plus simple d’utilisation)

Cible spécifique

journalistes de presse générale & journalistes de presse spécialisée média, journalisme, innovation, start-up ...

Thème à aborder

Le journal papier meurt à petit feu mais le papier reste le plus beau support et beaucoup de nouveaux magazines se lancent → Newspaper les supporte

Où promouvoir

Envoi des CP & DP par mail (+) envoi des DP physiques aux rédactions (récolter en amont un maximum de contacts de journalistes)

#3 Concours cadeaux (social posts, broadcast, stories)

Message à transmettre

“Gagne un abonnement mensuel/annuel (selon budget) au titre de ton choix”
1) démarre le chatbot - 2) partage le chatbot à un ami - 3) aime la page/abonne-toi - 4) partage ce post/story sur ton profil - 5) identifie le titre auquel tu veux t’abonner

Cible spécifique

relativement jeunes, personnes engagée socialement sur les réseaux sociaux

Thème à aborder

passer par un titre d’actualité et beaucoup aimé selon l’audience du réseau social sélectionné (ex : France Football → audience FB sélectionnée : qui aime “Mbappé”)

Où promouvoir

Réseaux sociaux (Facebook, Instagram) + Chatbot

Voili Voilou

Des questions ?