

Nooba

L'application des évènements

CESI - (CUBES 2) PROJET "SO DIGITAL!"

PAR Eliza DE ANTONI / Florian HOCHET / Lucie FABER / Audren PERRIN



DÉROULEMENT DE LA PRÉSENTATION

1. LE CONCEPT
2. NOS CIBLES
3. BUSINESS PLAN
4. LA GESTION DE PROJET
5. LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION
6. PLAN DE COMMUNICATION N°1 : NOOBA'FEST
7. PLAN DE COMMUNICATION N°2 : PROSPECTION B2B
8. LA STRATÉGIE DE CONTENU
9. HOP! X NOOBA
10. PRÉCONISATIONS & BILAN

Le concept

LE CONCEPT

en vidéo



LE CONCEPT

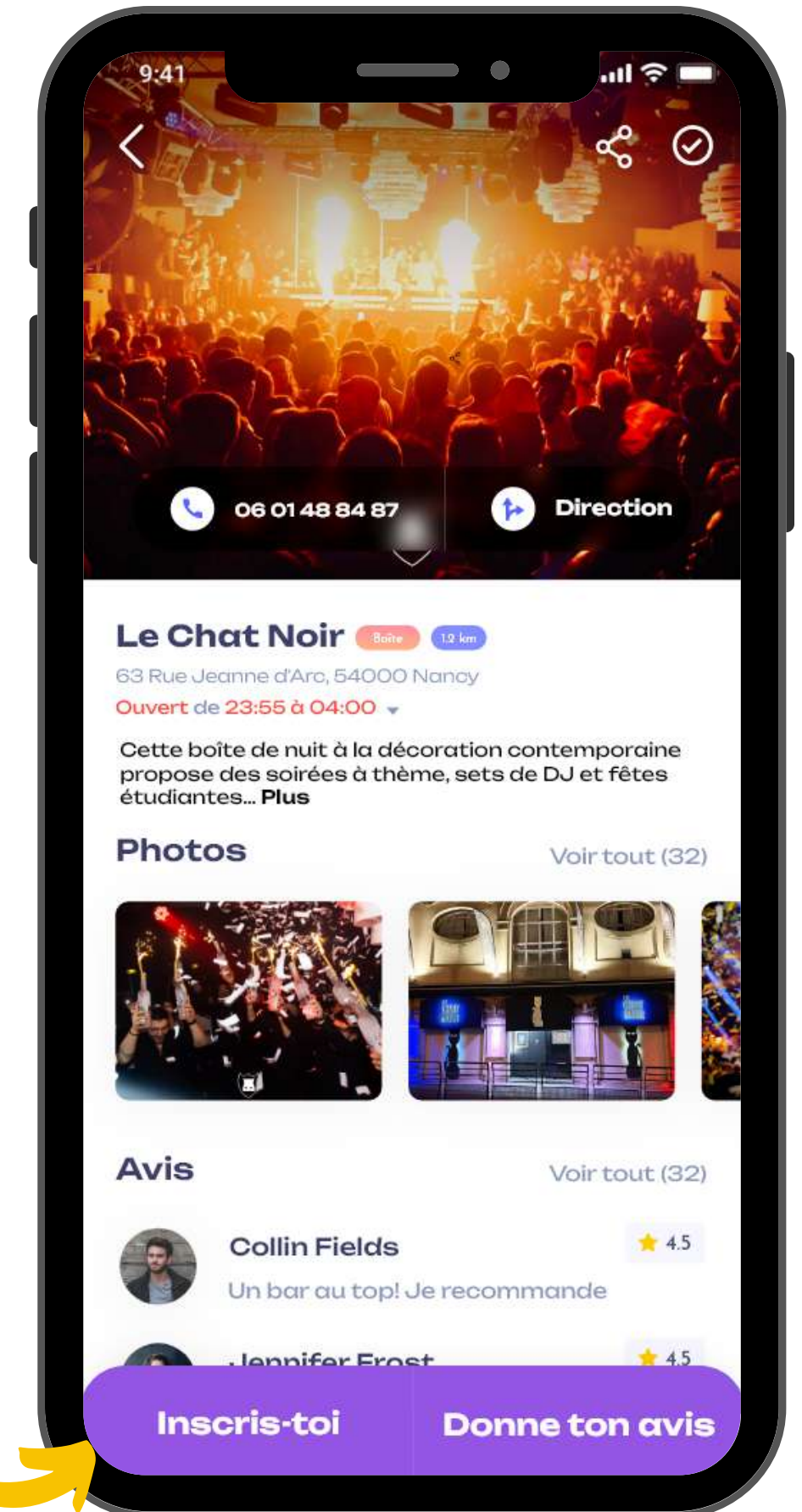
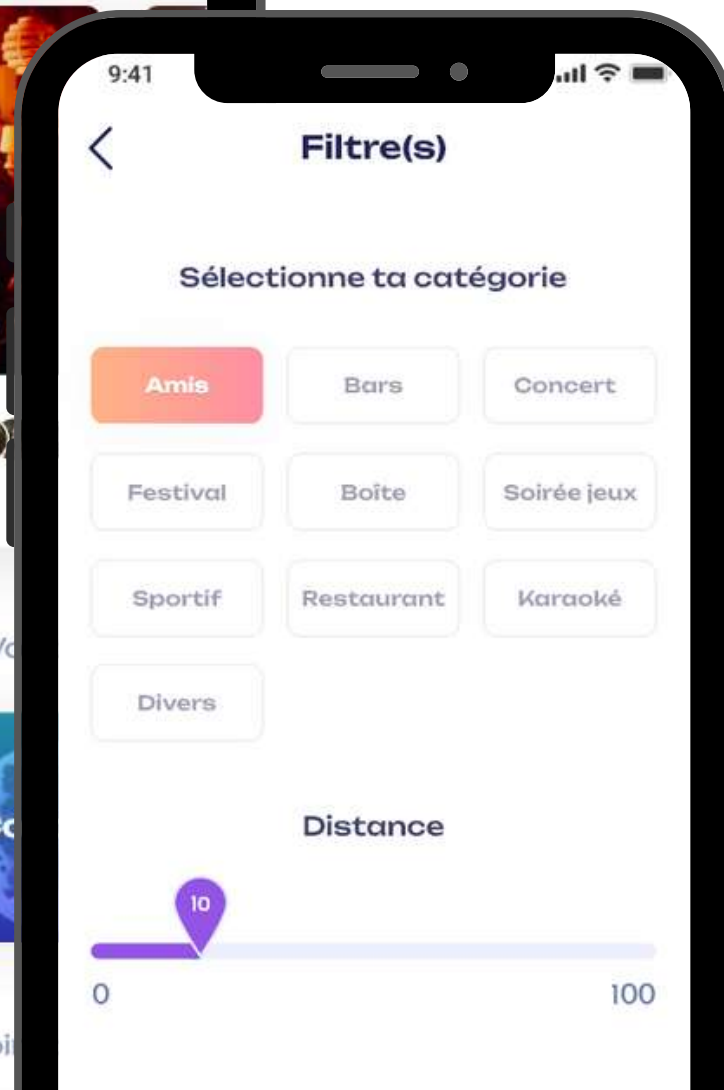
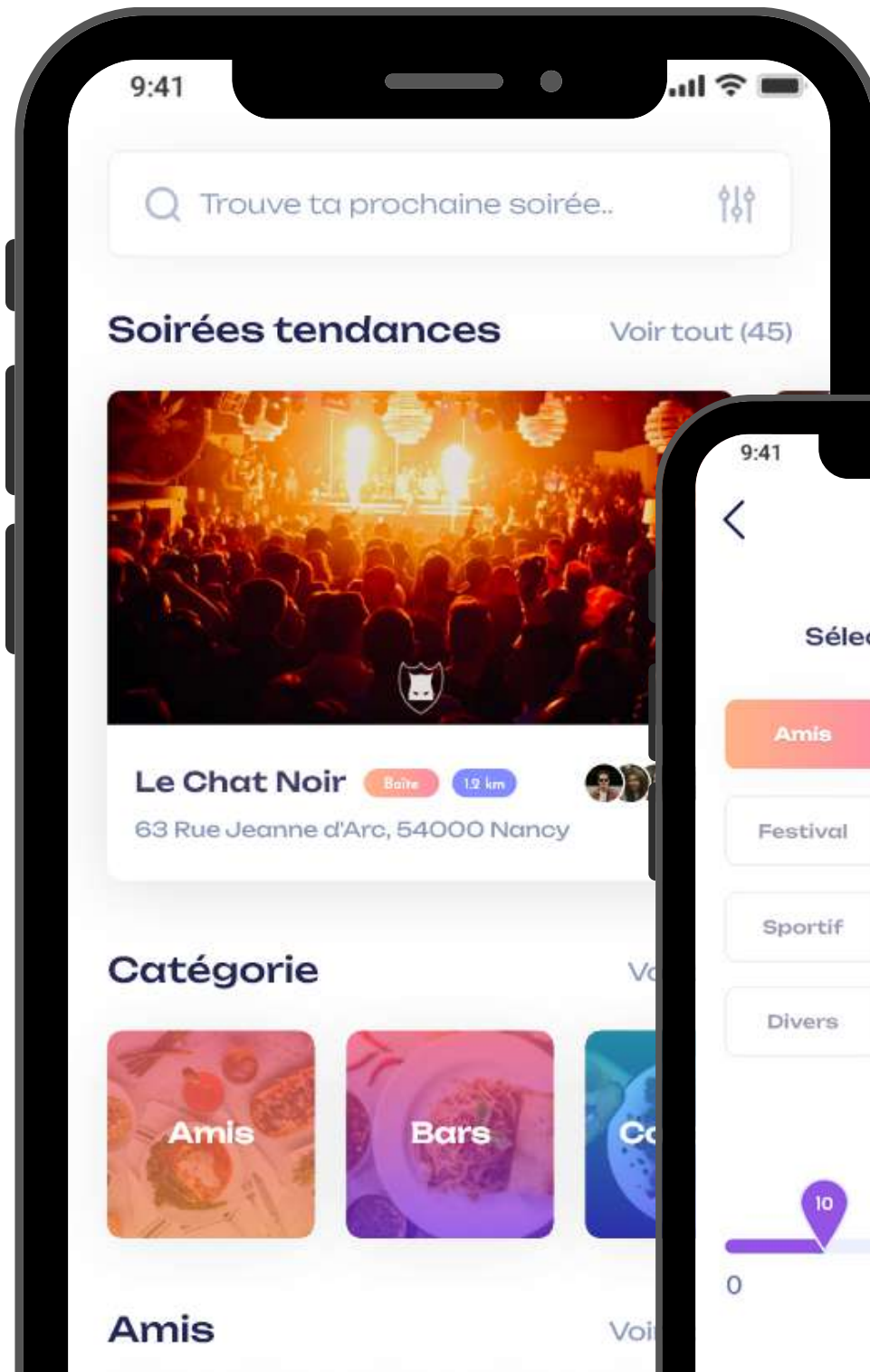
— TROUVEZ DES ÉVÉNEMENTS

Découvrez notre sélection de soirées du moment

Filtrez les événements en fonction de vos envies !

Toutes les informations essentielles au même endroit

Inscris-toi en quelques clics seulement !



LE CONCEPT

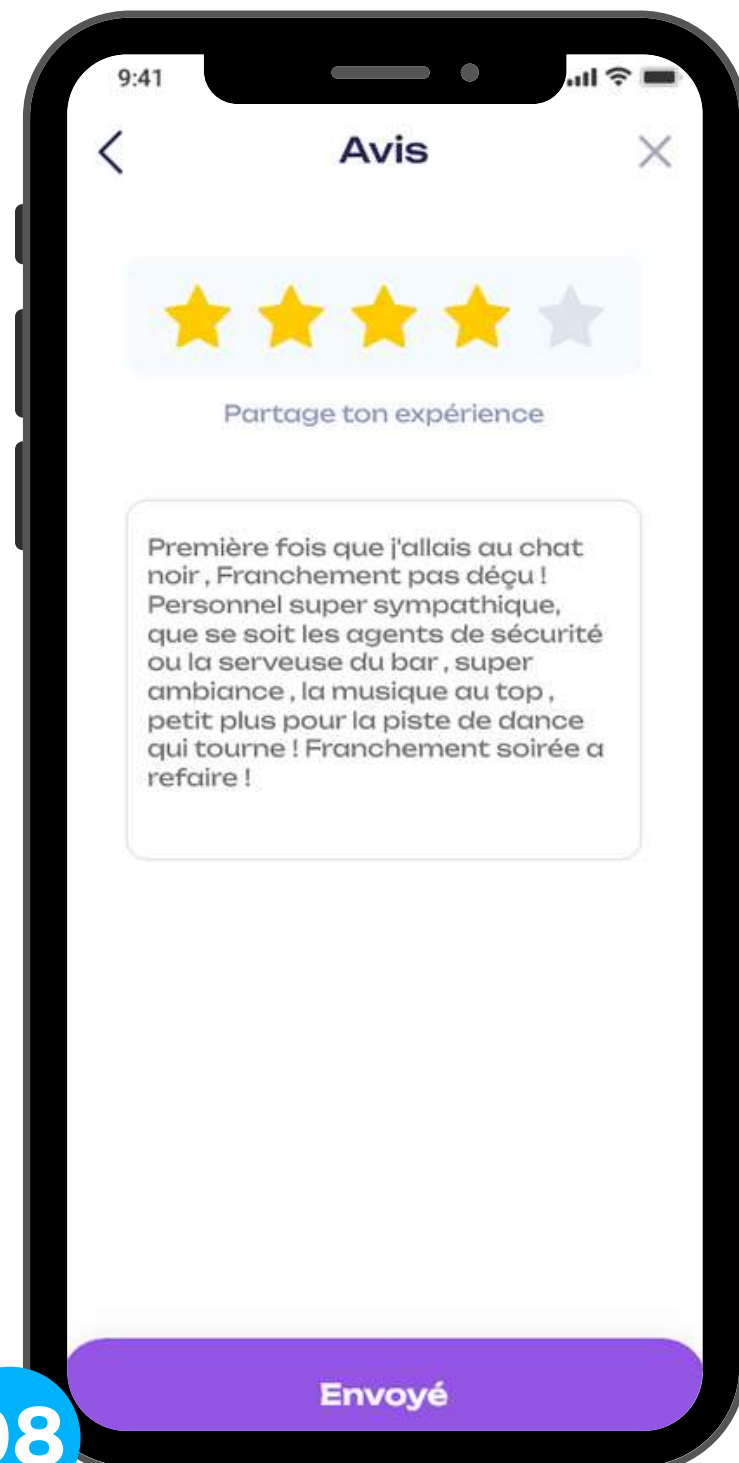
— CRÉEZ VOTRE ÉVÉNEMENT



Nooby vous accompagne dans la création de chacun de vos événements

LE CONCEPT

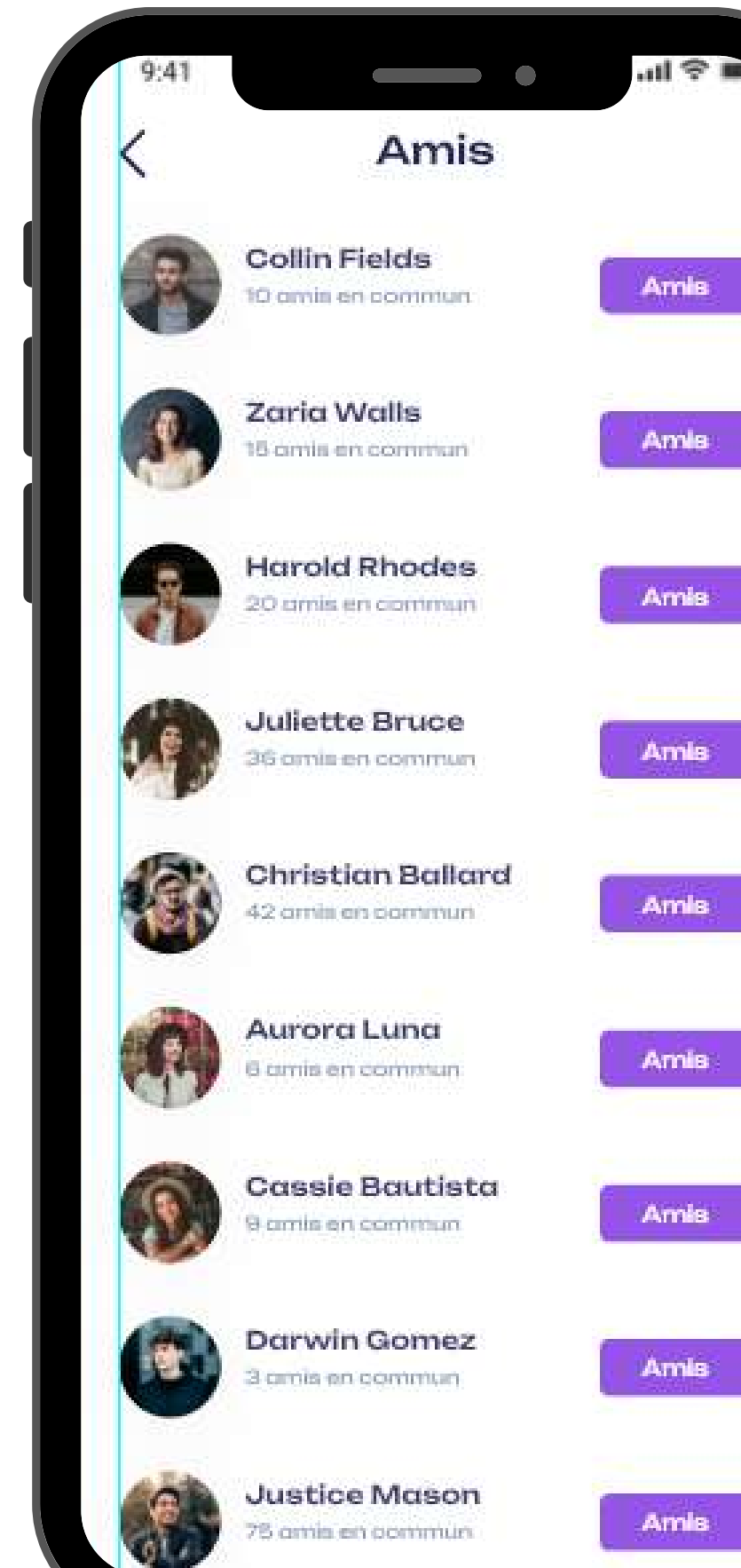
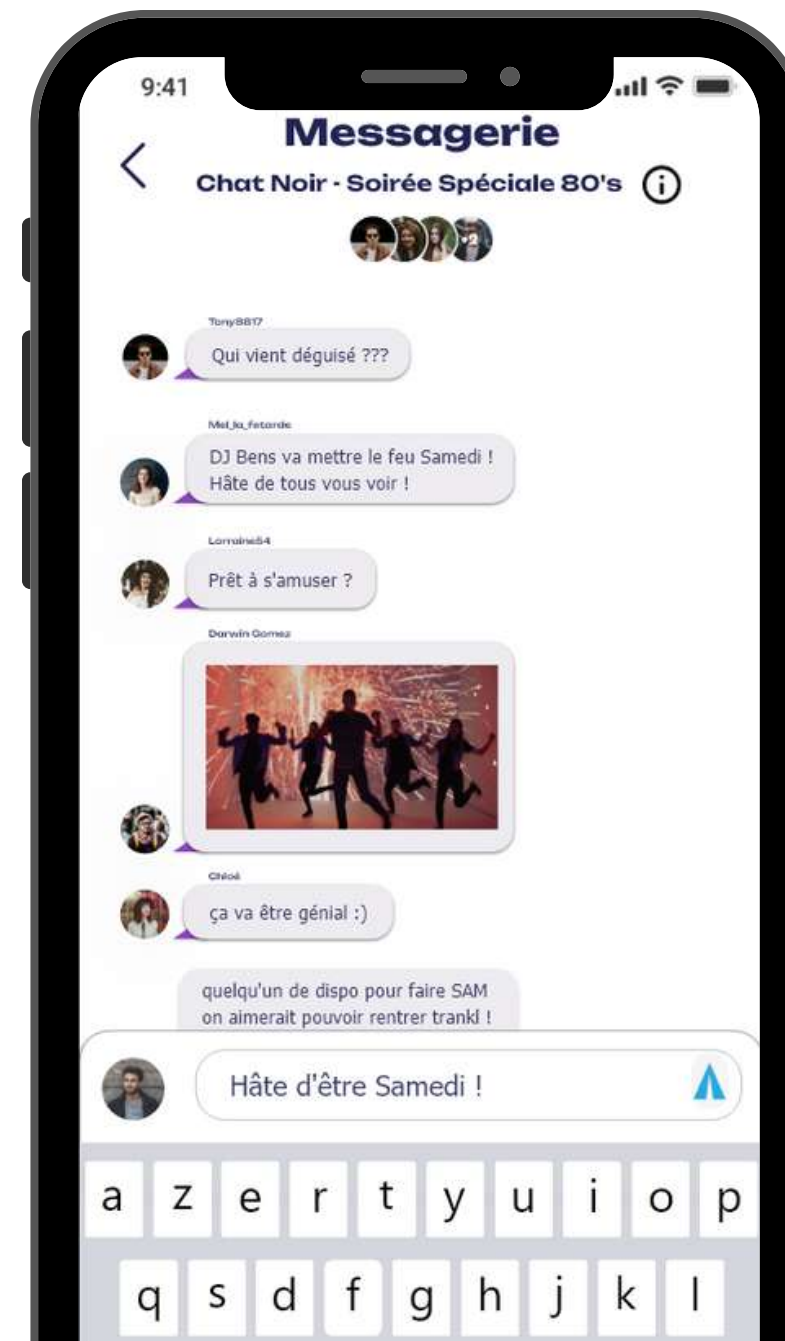
— PARTAGEZ !



Donnez votre avis sur les événements auxquels vous avez participé

Échangez avec les participants grâce à la "Messagerie"

Ajoutez vos amis et partagez avec eux votre prochaine soirée



Nos cibles

NOS CIBLES



Coeur de cible :
Etudiant de 18 à 25 ans



Tranche de la population
passant le plus de temps
dans des événements festifs



Cible secondaire :
Mère de famille



Répondre à des besoins
organisationnels



Cible B2B :
Gérant de bar



Mise en avant de leurs événements,
développement de la notoriété...

PERSONA MARKETING

Identité :

Age : 21 ans

Activité : Etudiante en école de commerce

Situation : Célibataire, sans enfant

Ville : Nancy

Personnalité : Extravertie, à l'écoute, Dynamique, Aimable, Organisée.

Centre d'intérêts : La danse, sortir avec ses amies, Netflix, la musique.



🎯 Objectifs

- Réussir ses études et obtenir son diplôme
- Profiter de sa jeunesse
- Simplifier l'organisation de ses soirées
- Centraliser l'organisation de ses événements

😞 Freins

- Ne souhaite pas que des inconnus soient présents dans sa soirée
- Frais sur les transactions intégrées

PERSONA MARKETING

Identité :

Age : 38 ans

Activité : Infirmière

Situation : Mariée, 2 enfants

Ville : Lyon

Personnalité : Accueillante, sociable, joyeuse, sentimentale.

Centre d'intérêts : le shopping, sa famille.

🎯 Objectifs

- Simplifier l'organisation des événements familiaux
- Trouver rapidement des événements proches de chez elle.
- Mettre en place des cagnottes pour les événements qu'elle organise

😞 Freins

- L'application est compliquée à utiliser !
- Je vais avoir des frais supplémentaires



PERSONA MARKETING

Identité :

Age : 34 ans

Activité : Gérant d'un bar

Situation : Marié, sans enfant

Ville : Paris

Personnalité : Compétiteur, créatif, dynamique, expressif.

Centre d'intérêts : Les innovations, son bar, le football.



🎯 Objectifs

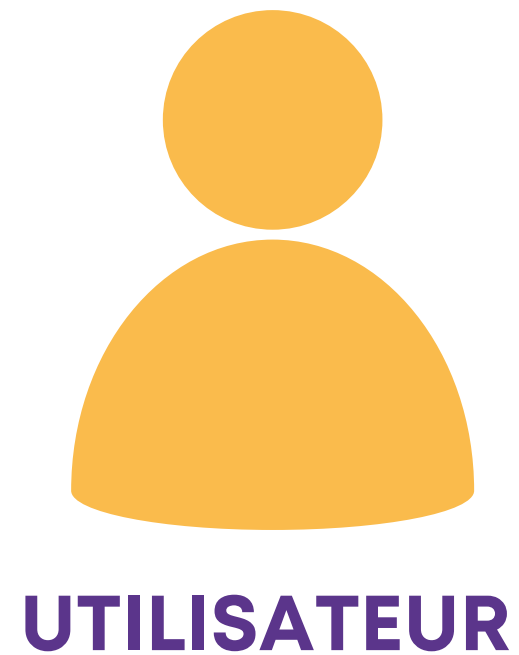
- Augmenter le nombre de clients dans son bar
- Faire davantage parler de ses événements
- Optimiser la gestion de ses événements

😬 Freins

- J'ai un très faible budget pour la communication
- J'ai peur de me perdre dans l'organisation de mes événements

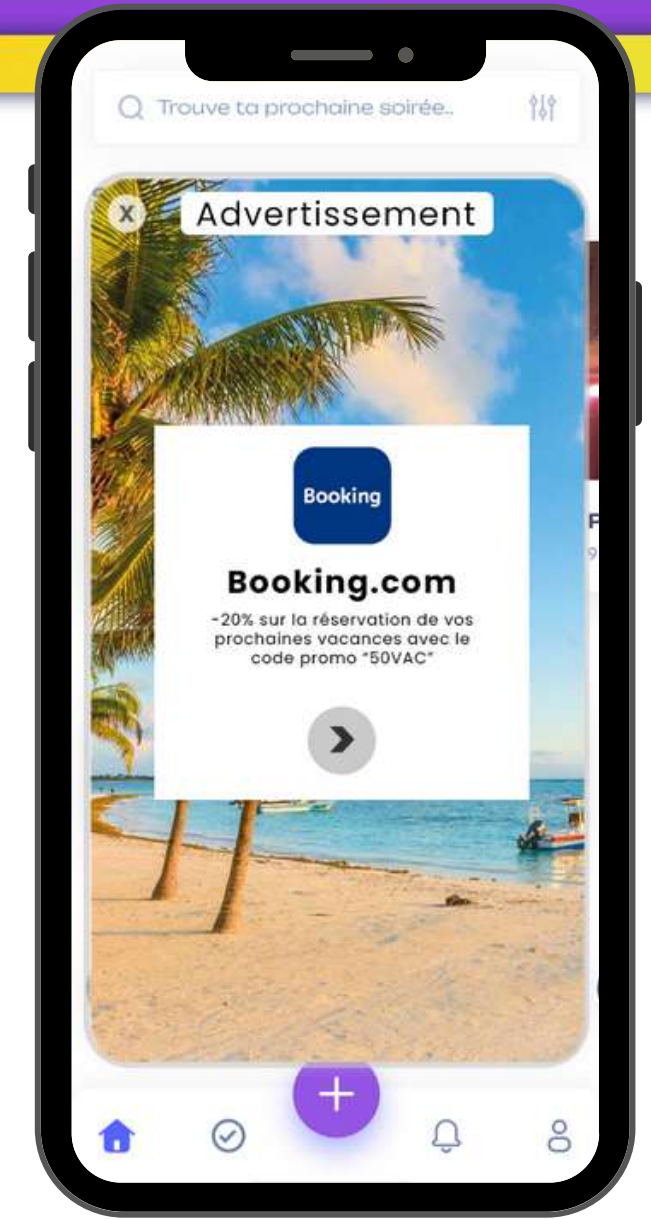
Notre business plan

LE BUSINESS PLAN



Pour répondre à nos charges :
472 000 pubs affichées/Année 1

= + 47 200€ / Année 1



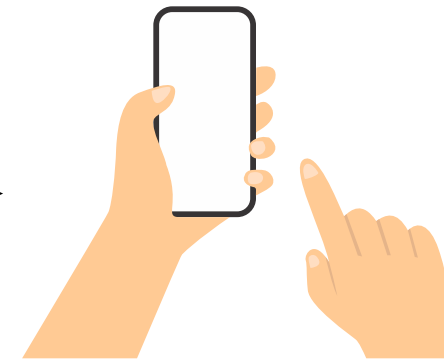
NOS REVENUS ADMOB ANNÉE 1

Nous avons besoin de :

78 659

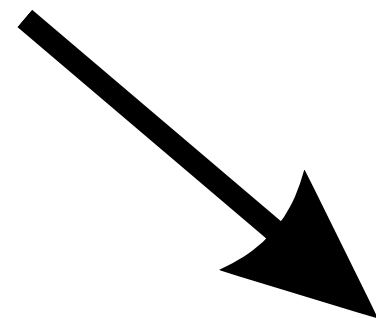


UTILISATEURS



Qui se connectent :
6x par mois

 **471 954** Pub affichées



Soit un chiffre d'affaires de :
47 195€

PRÉVISIONNEL ANNÉE 1

Charge Totale Année 1 : **71 420€**

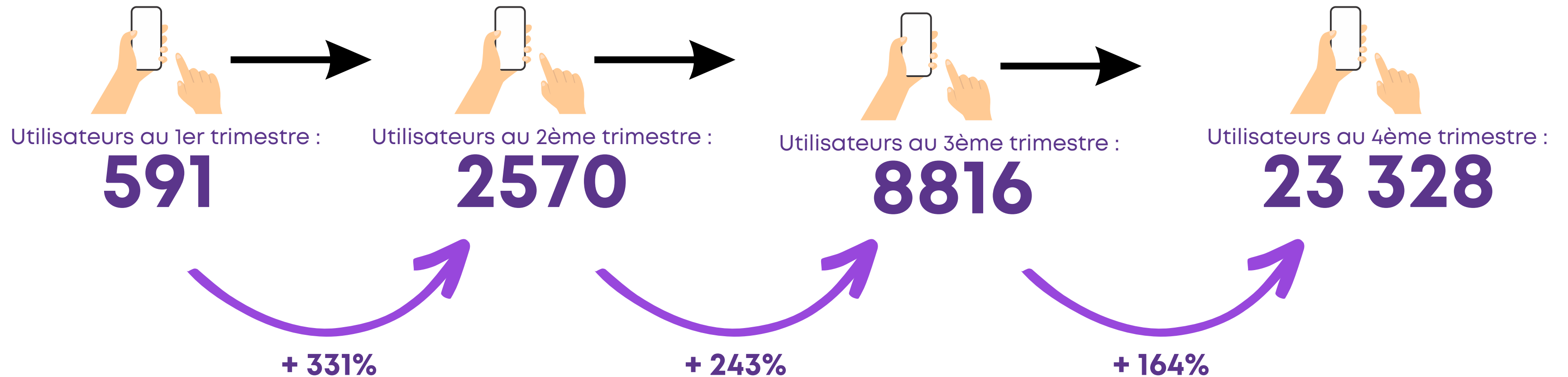
- Salaires = **43 200€**
- Matériels et Licences = **4 080€**
- Hébergement et Frais Store = **1 449€**
- Charges externes = **4 840€**
- Budget Communication = **17 850€**

Recettes Totales Année 1 : **60 445€**

- AdMob (Publicité sur l'application) = **47 195€**
- CapJeune = **2 000€**
- Apport personnel = **6 000€**
- Soirée de lancement = **5250 €**

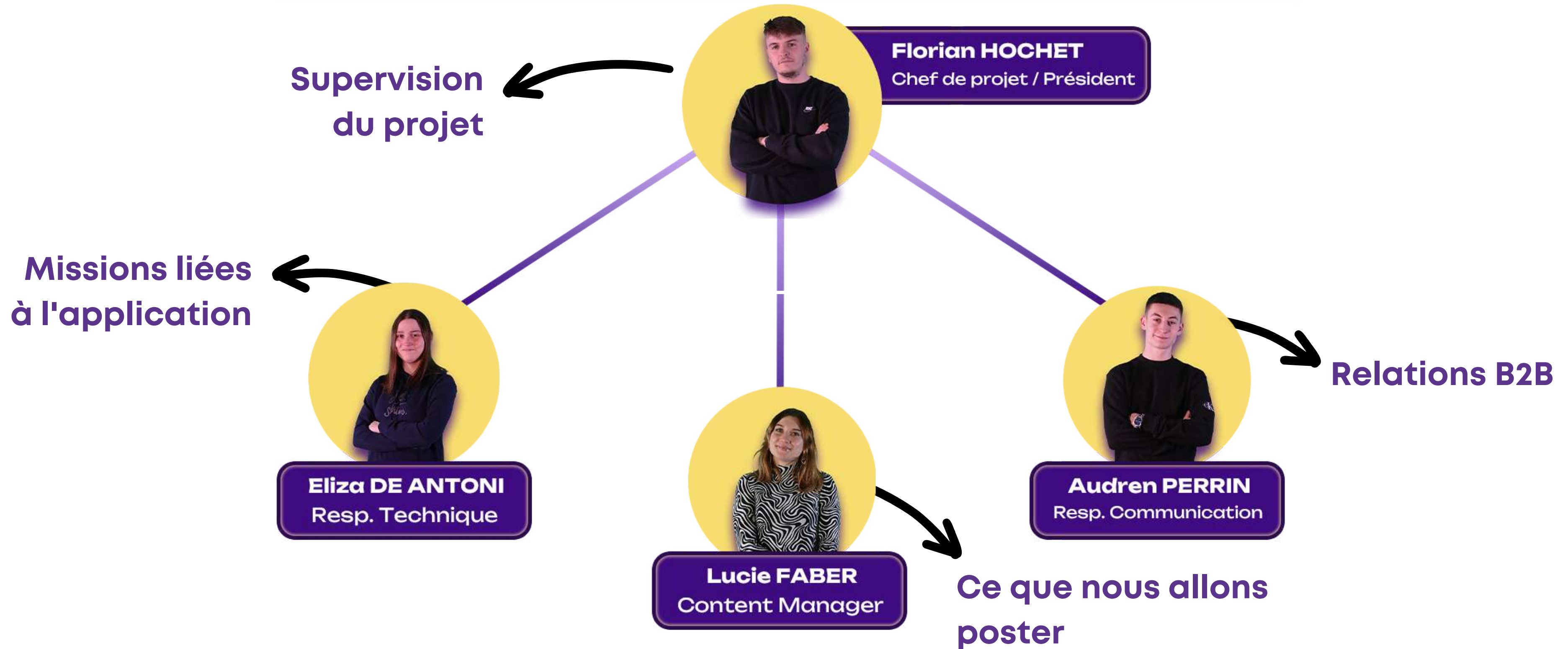
Résultat Net - Année 1 : **-10975€**

PRÉVISIONNEL UTILISATEURS



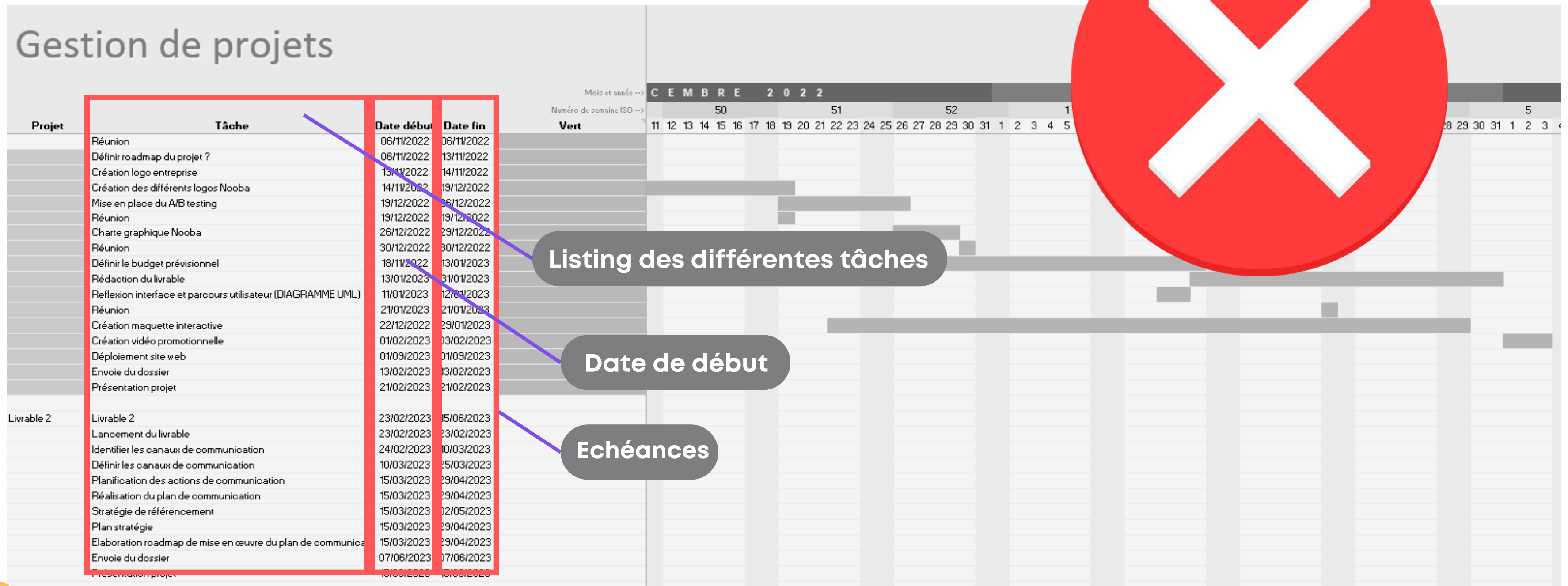
La gestion de projet

NOTRE ORGANISATION



GESTION DE PROJET

— Gestion par un Gantt



GESTION DE PROJET

— Restructuration de la gestion du projet :

Plan de communication
Dans la liste Terminé

Membres
AP LF +

Notifications
Suivre ☒

Description Modifier

- Définir le mandat
- Analyse de la situation
- Définir nos objectifs
- Identifier notre public cible
- Etablir l'axe de communication
- Elaborer notre stratégie de communication
- Déterminer les moyens de communication
- Le message à faire passer
- Définir le budget
- Evaluation des résultats
- Bilan

Ressources :
[Comment faire un plan de communication ? \[exemples & modèles\]](#)

Tableau des "Grandes Lignes" :
[Plan de communication - Nooba.docx.xlsx](#)

Activité
AP Écrivez un commentaire...

Assigner des utilisateurs

Ressources partagées

Commenter l'avancement

Nooba - Livable 2 Visible par l'espace de travail Tableau

À faire
Evaluer les performances du projet
+ Ajouter une carte

En cours
Définition des KPI(s)
Etablir des plans d'actions concrets
DIAPORAMA - CUBES 2
+ Ajouter une carte

A valider avant d'être dans la case terminé
Tableau concurrence en se basant sur les réseaux sociaux
Budget de communication prévisionnel
Créer une plaquette à destination des "pro" pour accueillir la soirée de lancement
+ Ajouter une carte

Terminé
Plan de communication
Création du site Web (landing page)
Idées de contenus sur les réseaux (visuels, concepts)
Roadmap du plan de communication
Email Pro Nooba
Création des pages réseaux sociaux
Faire un tableau pour justifier le choix de chaque réseau (son apport, des données chiffrées, cibles de base) et mettre en parallèle avec Nooba.
+ Ajouter une carte

QUESTIONS
Doit on réaliser un plan de communication par cible ?
La soirée de lancement fait-elle partie de notre plan de communication ?
+ Ajouter une carte

Zone de questions

ROADMAP PARTIE 1

Réflexion

- Le concept
- Notre cible
- Identité visuelle
- Notre organisation
- Moyens de financement

Analyse

- Etude de marché
- Nos cibles
- A/B Testing
- Dossier technique

Mise en place

- Création de la maquette interactive
- Création des éléments visuels
- Vidéo promotionnelle

Développement

- Développement de l'application
- Prise de contact avec les cibles B2B dans la région



ROADMAP PARTIE 2

— La Roadmap à ce jour :

Réflexion

- Identification des canaux de communication
- Réflexion sur la création de contenu
- Stratégie de communication

Préparation

- Stratégie de lancement
- Stratégie d'acquisition de partenaires

SEPTEMBRE 2023

SORTIE OFFICIELLE DE L'APPLICATION

- Soirée de lancement
- Début de l'application

La suite..

- Développement dans la France métropolitaine
- Amélioration des fonctionnalités
- Création de contenu sur les réseaux sociaux pour conserver l'engagement

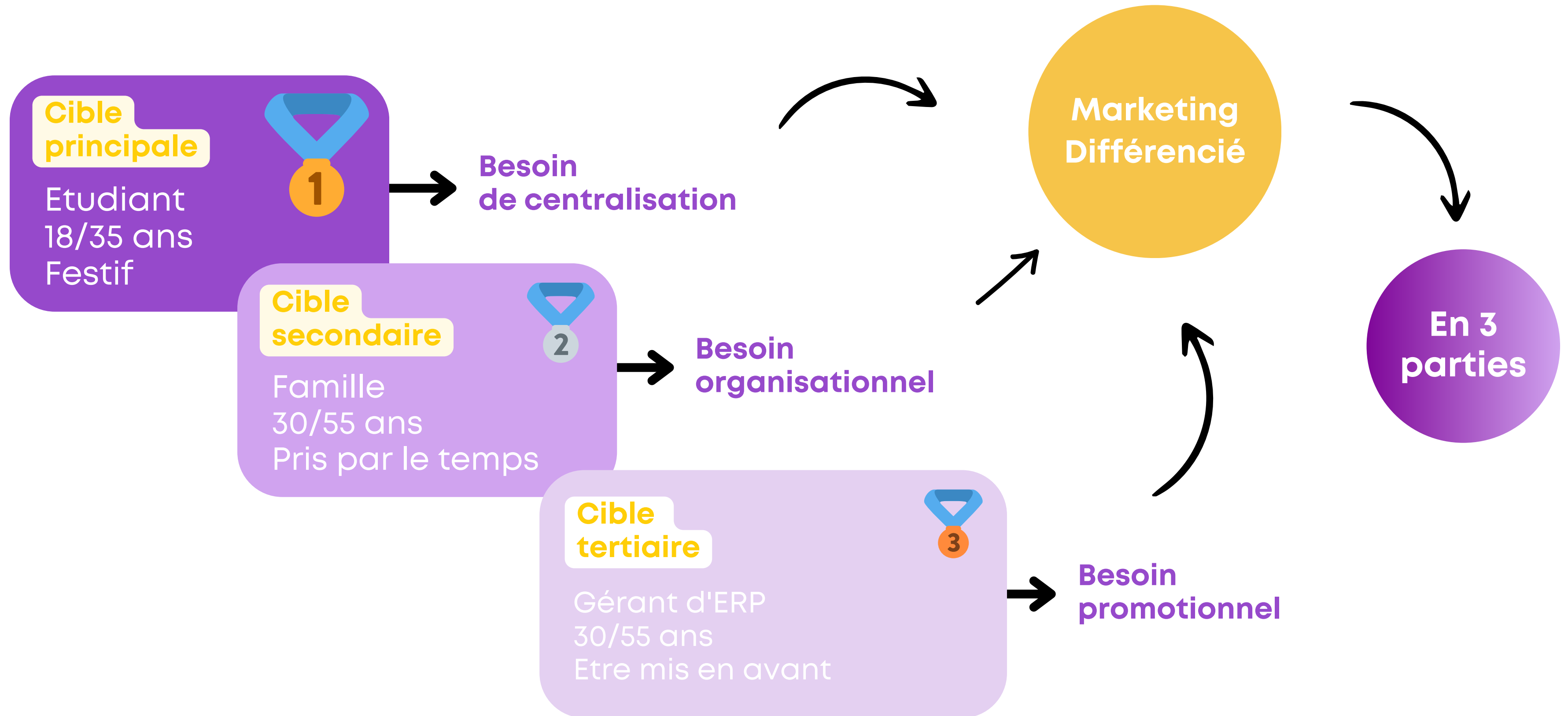


Nous sommes ici..

La stratégie de communication

Générale

LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION



LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Stratégie
de teasing



PARTIE 1

- Début 4 mois avant la sortie officielle
- Stratégie à court terme
- Acquérir une notoriété locale
- Le NoobaFest x Le Chat Noir

LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

PARTIE 2

- Se faire connaître auprès des professionnels
- Une prospection atypique
- Des premiers partenaires sur notre application

Stratégie de
prospection



LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION



Acquisition
de Leads

PARTIE 3

- Différents moyens pour nos différentes cibles
- Stratégie à long terme
- Devenir une référence dans le Grand Est

LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

**Lancement de
l'application**



**Septembre
2023**

Stratégie de teasing

Axée sur notre cible principale & tertiaire
(Court terme)

Acquisition de Leads

Axée sur l'ensemble de nos cibles
(Long terme)

Plan de communication N°1

La soirée de lancement

LA CIBLE



Coeur de cible :

Etudiant de 18 à 25 ans



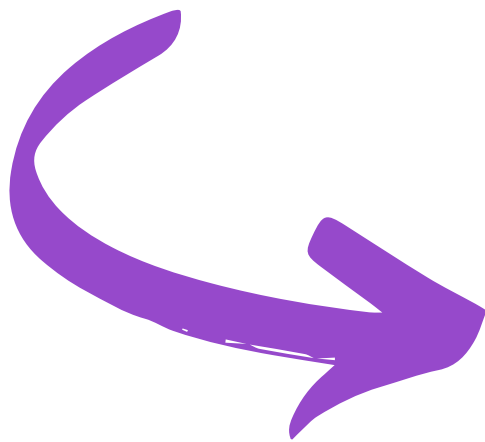
Lieu de vie :

Nancy et ses alentours



Aime :

- *Sortir en boîte de nuit*
- *Participer à des concerts*
- *La musique urbaine (RAP)*



Mise en place d'une soirée dans un lieu fréquenté par notre cible et animée par des artistes tendances

LES SUPPORTS DE COMMUNICATION



Instagram

Centraliser
l'information et la
communauté



Snapchat Ads

Acquisition de Leads
via la vidéo
promotionnelle



TikTok Ads

Acquisition de Leads
via la vidéo
promotionnelle

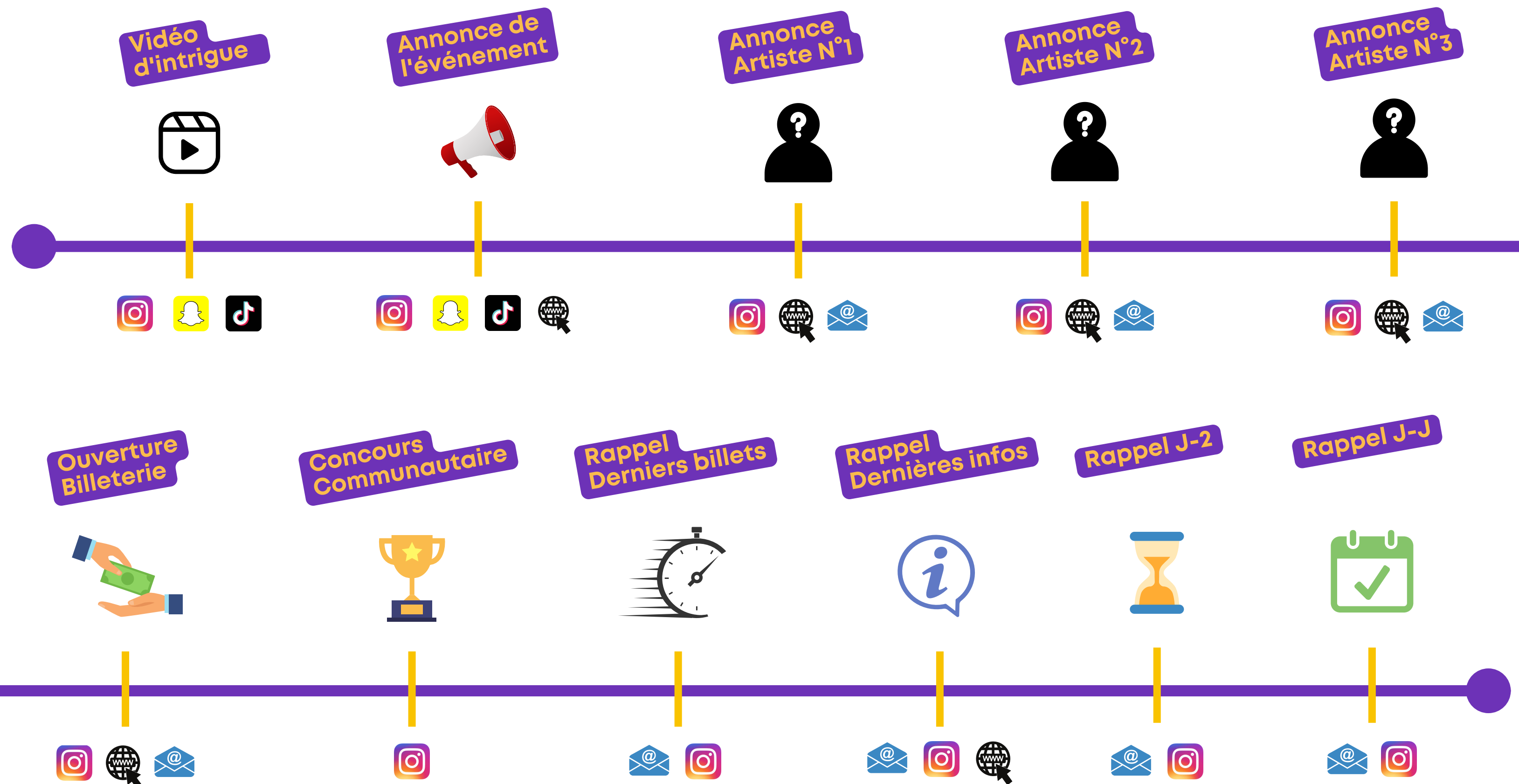


Newsletters

Informar les
"pré-inscrits"



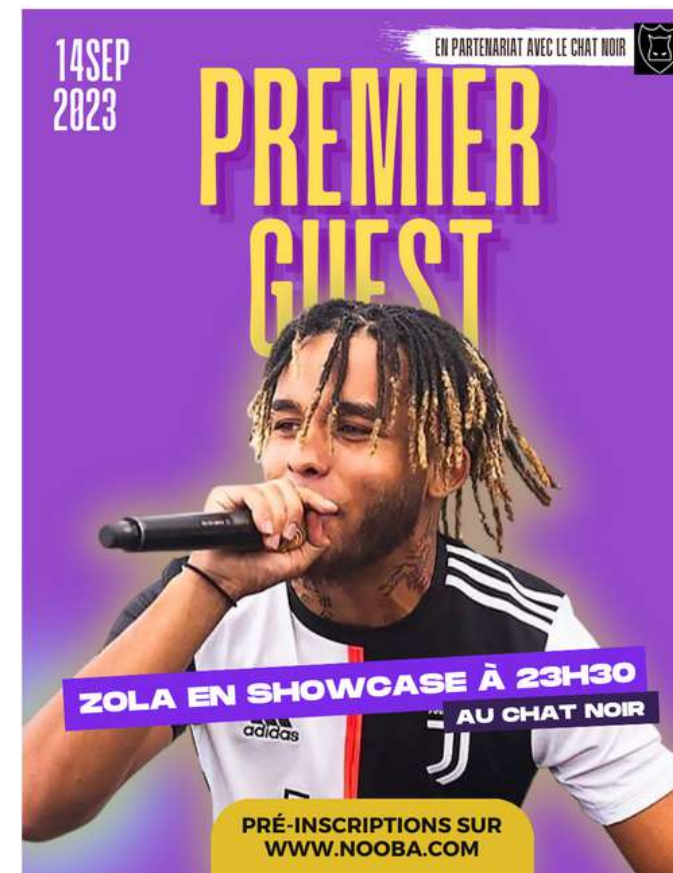
LE PLAN D'ACTION



RÉALISATIONS



Annonce de l'événement



Annonce Artiste N°1



Annonce Artiste N°2



Annonce Artiste N°3



RÉALISATIONS



Préinscriptions
sur site internet



Post
Ouverture Billeterie



Prints
pour le Nooba'Fest



KPIs & OBJECTIFS

Taux de clics et d'interactions sur la "Vidéo d'intrigue"

OBJECTIFS =



2000 vues



20%

d'interactions
(partages, story,
commentaires etc..)

Nombre d'emails collectés lors des pré-inscriptions

OBJECTIFS =

250 emails
après "Annonce
de l'événement"

550 emails
après "Annonce
Artiste N°3"

Taux de conversion sur le site internet après "Ouverture de la billetterie"

OBJECTIFS =

5%
de taux de
conversion soit

500 billets vendus
pour
10 000 visites

Nombre de billets vendus

OBJECTIFS =

750
billets vendus

100% de la
capacité d'accueil
du Chat Noir

Nombre de nouveaux inscrits sur l'application mobile le jour du lancement :

OBJECTIFS =

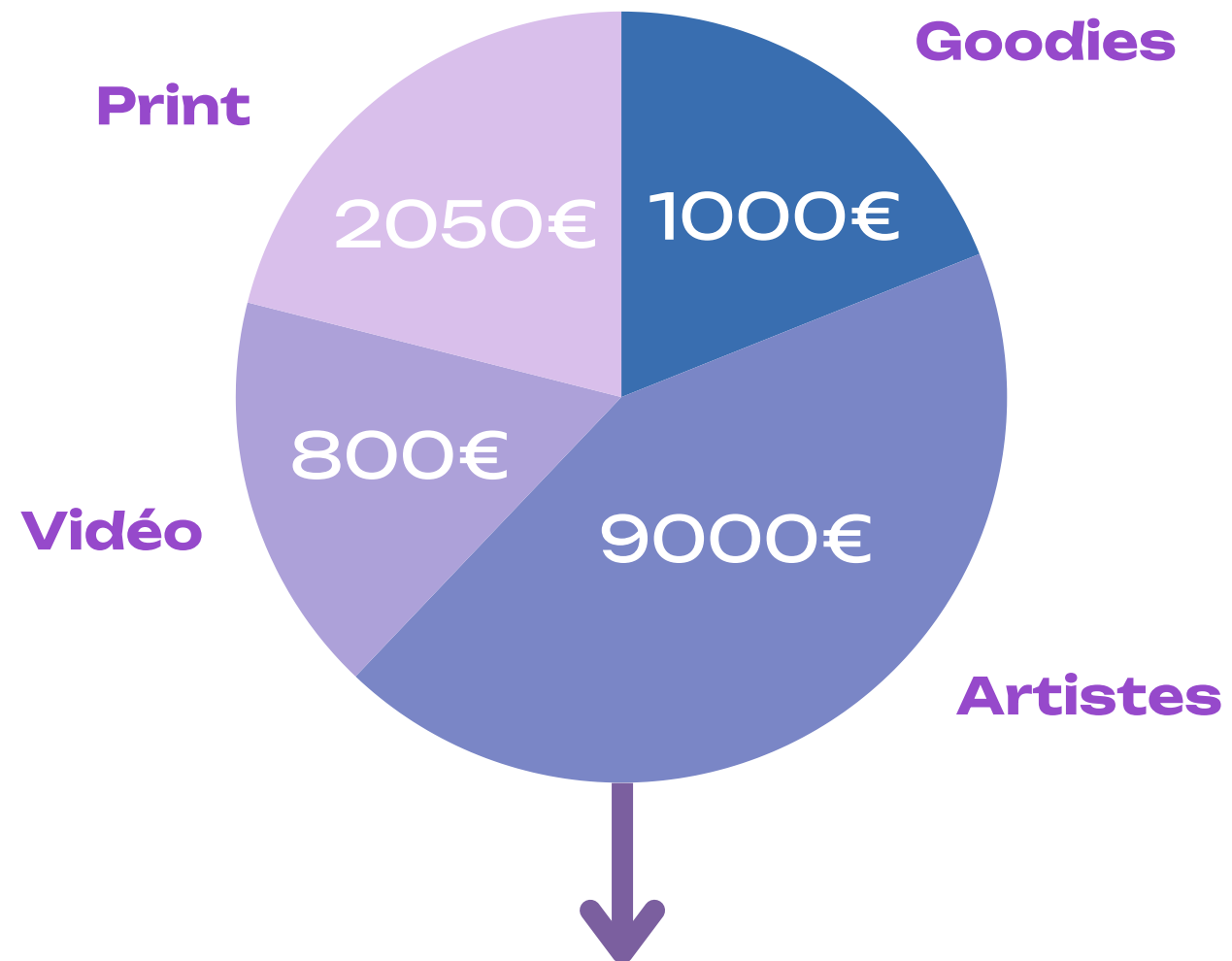
500
nouveaux inscrits
sur l'application

66,66% des
participants aux
lancement

BUDGÉTISATION

— Le Nooba'Fest :

Nos coûts



Total : 12 850€

Nos recettes



750 places



35€ la place

26 250€

CA

Part Chat Noir
80%

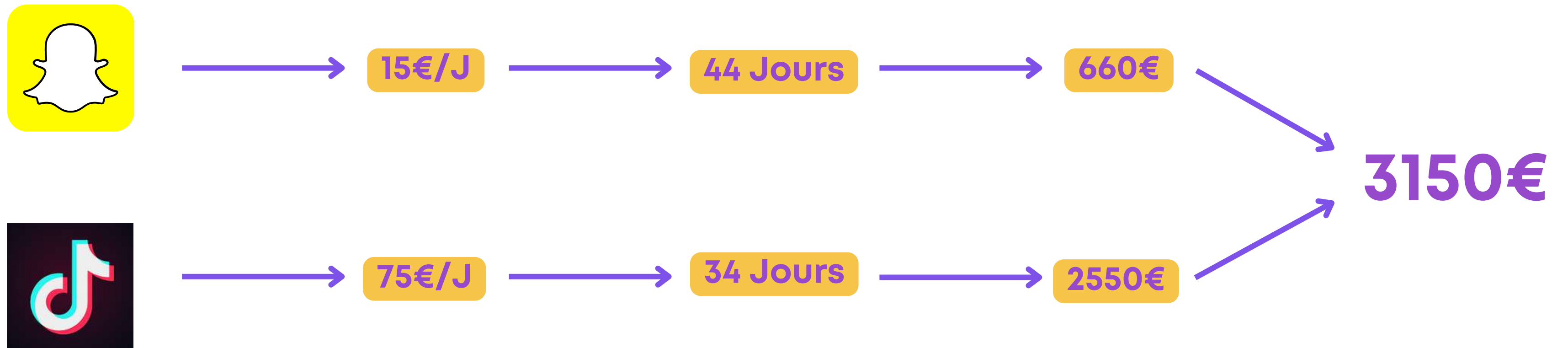
21 000€

Part Nooba
20%

5250€

BUDGÉTISATION

Budget Ads Réseaux Sociaux :



Ces campagnes utilisent **54%** de notre budget communication !

Plan de communication N°2

Prospection Partenaires

LA CIBLE



Cible Tertiaire :

Gérant de bar ou d'ERP



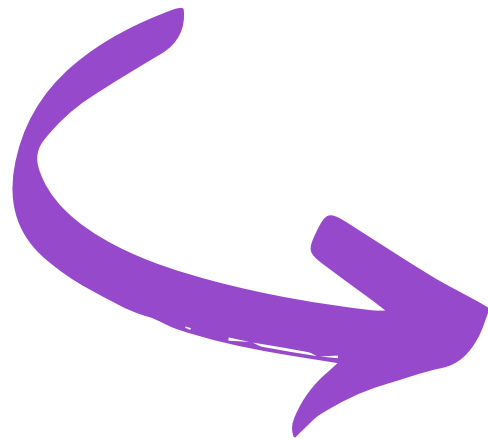
Zone d'activité :

Nancy et ses alentours



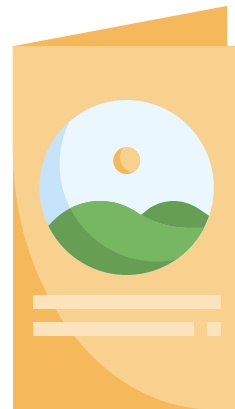
Besoins :

- *Promouvoir ses événements*
- *Toucher une cible + jeune*
- *Une solution complète pour la gestion de ses événements*



**Aller à la rencontre des gérants d'ERP
à travers une prospection afin
d'obtenir des partenaires pour le
lancement de l'application**

LES SUPPORTS DE COMMUNICATION



Print

Présenter le projet à
travers des plaquettes



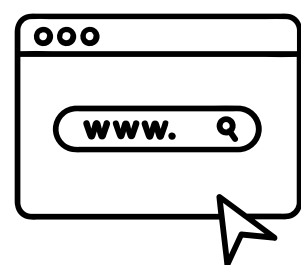
Emails

Relancer les
prospects



LE PLAN D'ACTION

Lister les établissements

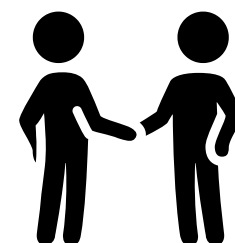


Google

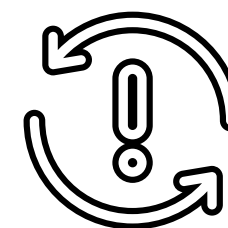
Créer un itinéraire de prospection



Rencontrer physiquement les prospects



Réaliser une relance par email



Création des fiches établissement sur l'application



1er Juillet 2023

15 Juillet 2023

1er Aout 2023

15 Aout 2023

RÉALISATIONS



Enveloppes contenant les éléments promotionnels



KPIs & OBJECTIFS

Nombre de responsables d'ERP sur Nancy à prospecter :

OBJECTIFS =

30 

Gérants d'ERP à rencontrer physiquement

Nombre d'établissements souhaitant faire la promotion de la soirée de lancement :

OBJECTIFS =

15

établissements acceptent d'afficher l'affiche promotionnelle

soit **50% des rencontres réalisées**

Taux réponse par emails, suite à la rencontre physique

OBJECTIFS =

50%

taux de réponses

soit **15 gérants d'ERP**

Taux de conversion sur la prospection

OBJECTIFS =

33,33%

taux de conversion

soit **10 établissements partenaires**

BUDGÉTISATION

— Coût par support :



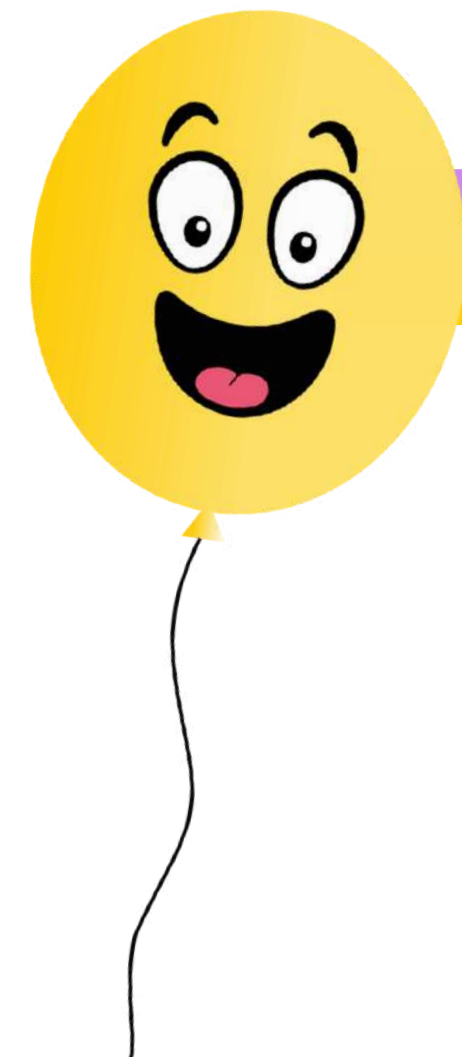
40€

100 impressions



40€

100 impressions



50€

30 impressions

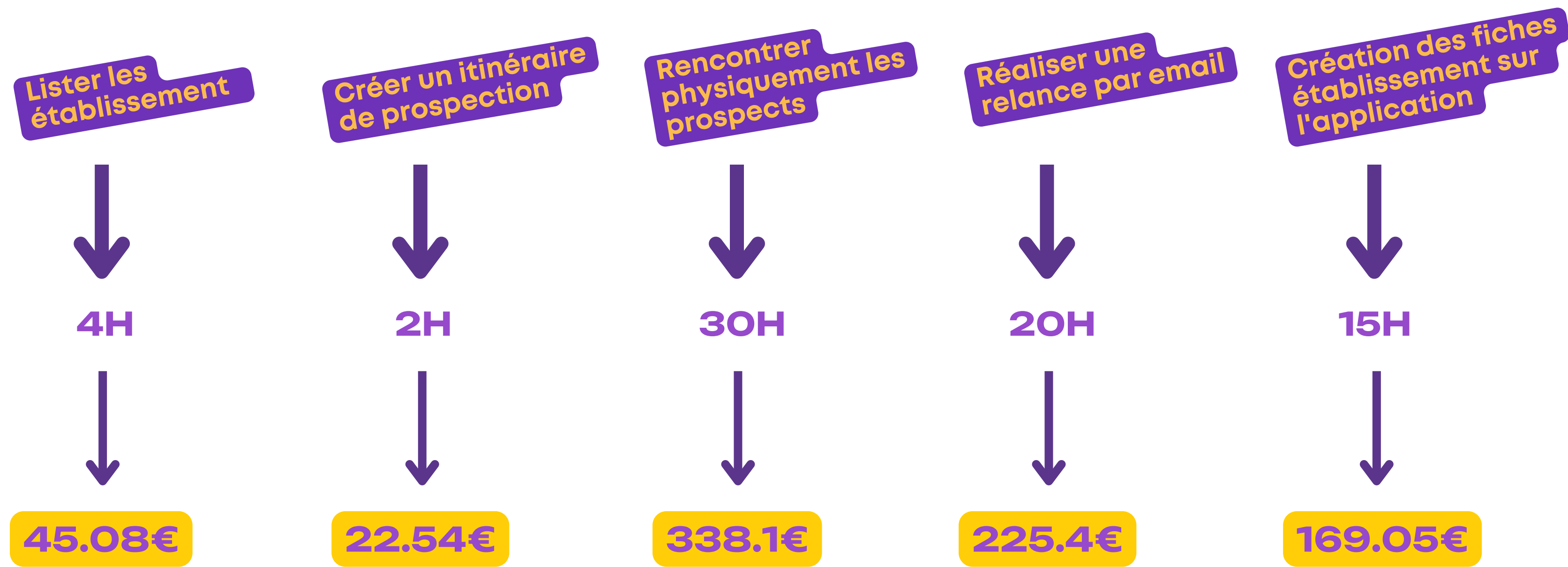


40€

100 impressions

BUDGÉTISATION

— Budgétisation du temps de travail :



Stratégie de contenu

Acquisition de Leads

LES SUPPORTS DE COMMUNICATION



Snapchat Ads



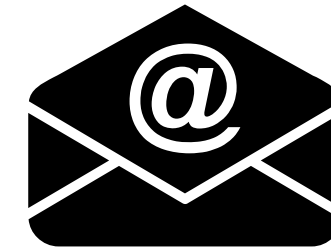
Tiktok



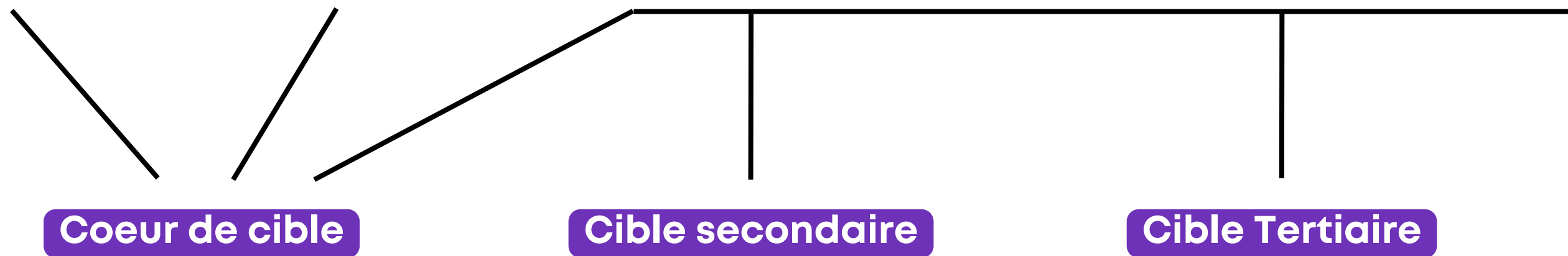
Instagram



Facebook



Mailling



Coeur de cible

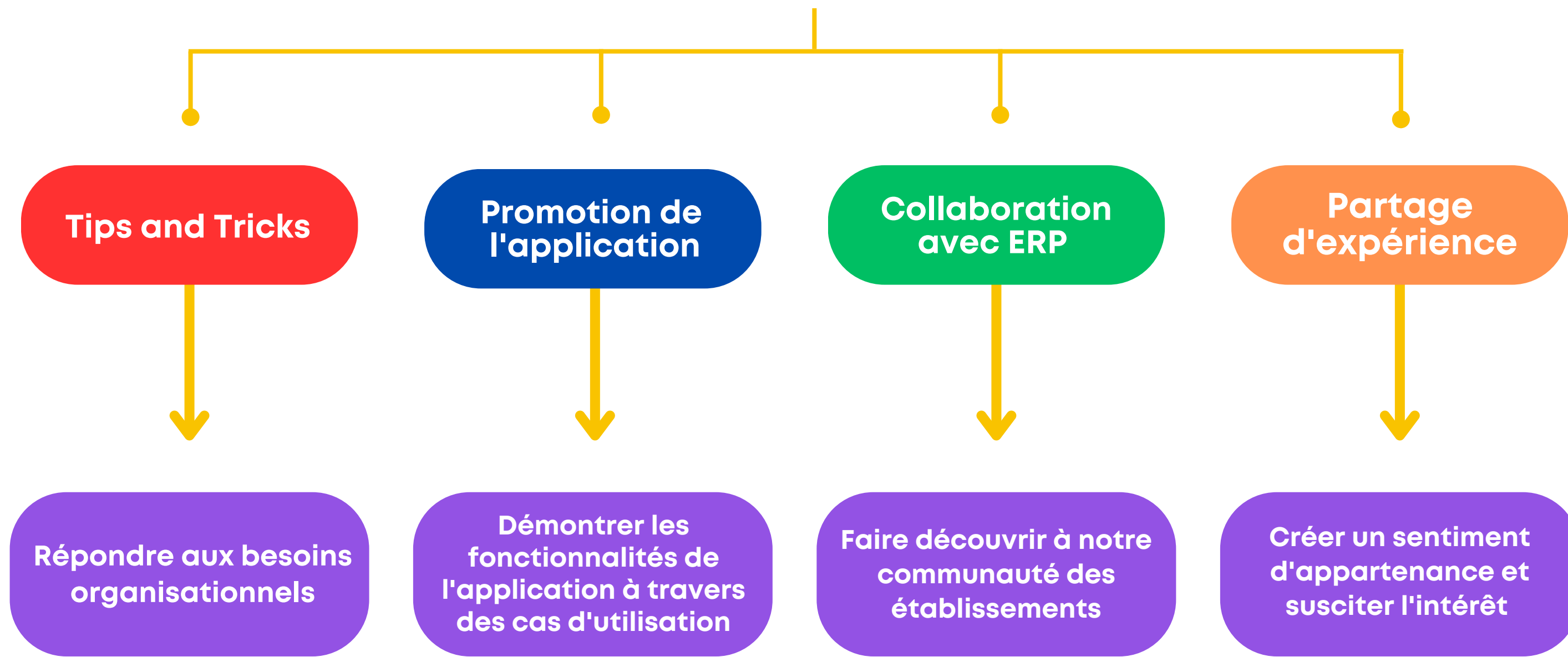
Cible secondaire

Cible Tertiaire



LA STRATÉGIE DE CONTENU

4 types de contenu



KPIs & OBJECTIFS

Nombre
d'abonnés
cumulés

OBJECTIFS =



15 000

abonnés cumulés
sur nos réseaux
sociaux

(sur 6 mois)

Taux d'évolution
des abonnés

OBJECTIFS =

+20%

par mois
(sur 6 mois)



Taux
d'engagement
moyen

OBJECTIFS =

15%

Un taux d'engagement
moyen de

sur nos réseaux
sociaux.

Taux d'ouverture
sur newsletter :

OBJECTIFS =

20%

d'ouverture en moyenne
sur l'ensemble de nos
newsletters



Nombre de posts
sur nos réseaux
sociaux par
semaine :

OBJECTIFS =

2 posts
par semaine

sur nos 3 réseaux
sociaux

PLANIFICATION

Détail des éléments importants

Date	Type de contenu	Thème	Support	Cible	Objectif	Temps de travail
Semaine 1						
2 octobre 2023	Vidéo	Comment créer son événement (tutoriel)	TikTok, Instagram réel et FaceBook	Coeur de cible / secondaire	Faire découvrir l'application	6h
5 octobre 2023	Photo	Offre de places pour le NJP	Instagram / Facebook	Coeur de cible / secondaire	Accroître notre communauté	
Semaine 2						
9 octobre 2023	Vidéo	Les soirées du moment	TikTok, Instagram réel et FaceBook	Coeur de cible	Proposer du contenu attractif	
12 octobre 2023	Photo	Partage d'un événement professionnel	Facebook	Terciaire	Accroître le nombre de nos partenaires	

Date	Type de contenu	Thème	Support	Cible	Objectif	Temps de travail
Semaine 3						
16 octobre 2023	Vidéo	Mise en avant des soirées étudiantes	TikTok, Instagram réel et FaceBook	Coeur de cible	Créer un sentiment d'appartenance	5h
19 octobre 2023	Photo	5 idées de soirées entre amis	Instagram / Facebook	Coeur de cible / secondaire	Proposer du contenu attractif	3h
Semaine 4						
23 octobre 2023	Vidéo	Compilation des meilleurs soirées organisées par nos utilisateurs	TikTok, Instagram réel et FaceBook	Coeur de cible	Créer un sentiment d'appartenance	6h
26 octobre 2023	Photo	Nos 5 meilleurs conseils pour organiser une soirée	Instagram / Facebook	Coeur de cible / secondaire	Répondre aux besoins organisationnels	2h

Planning éditorial
"Type"

RÉALISATIONS



➔ Répondre aux besoins organisationnels

RÉALISATIONS



Créer du contenu attractif

RÉALISATIONS



Valorisation partenaire

SNAPCHAT ADS

Le but ?

Promouvoir Nooba

Le coût ?

2650€ ➡ 4 campagnes de 660€

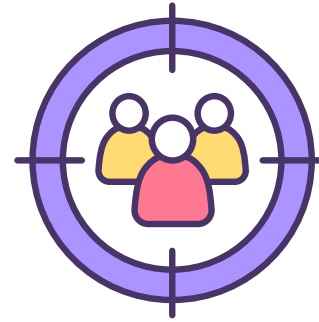
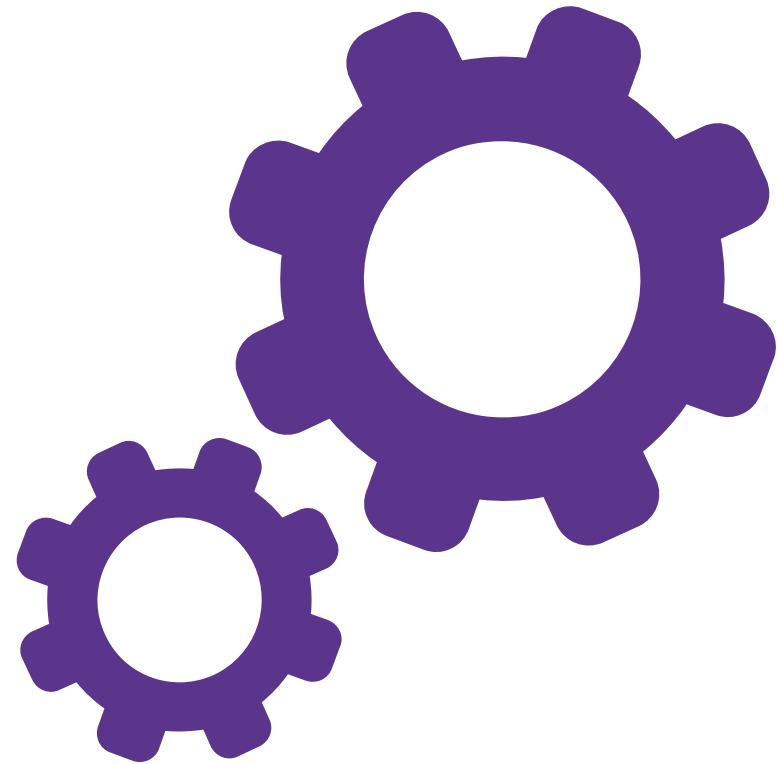
L'audience ?

Notre cœur de cible



SNAPCHAT ADS

Paramétrages



Audience

18-35 ans



Ciblage

Clubbers, fêtards et étudiants



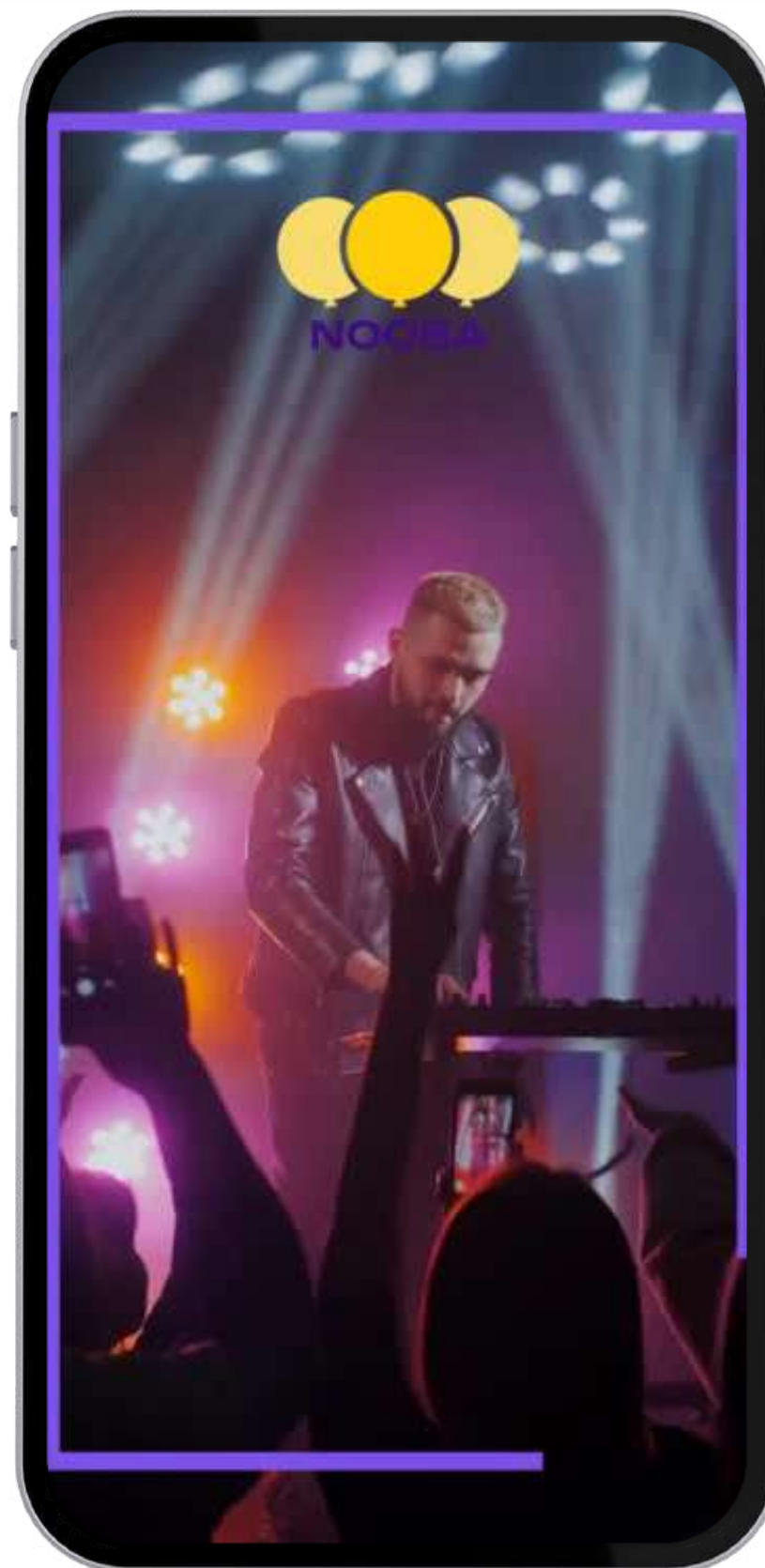
Zone

Grand Est

SNAPCHAT ADS

La vidéo

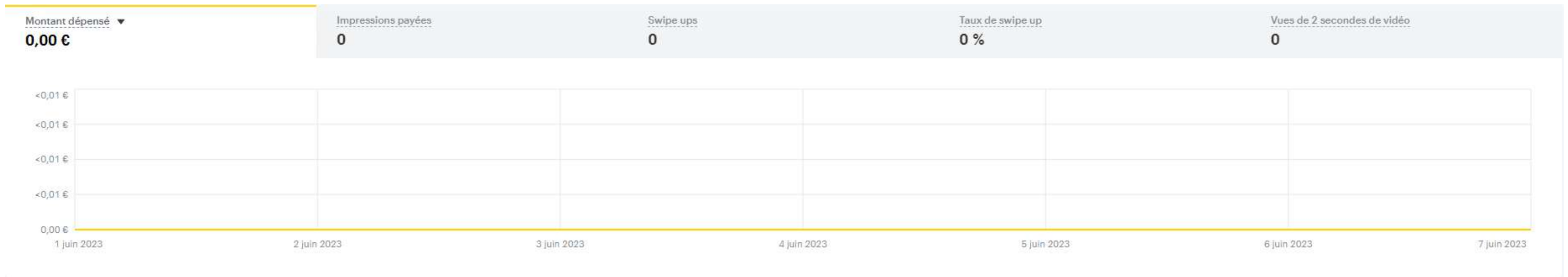
Créée depuis l'éditeur
Snapchat



Reprend les 3 grandes
fonctionnalités de
l'application

SNAPCHAT ADS

Analyse



Permet de mesurer nos performances et d'optimiser nos futures campagnes

LE SITE INTERNET



4 MOTS D'ORDRE



ORGANISER

Organisez vos événements qu'il soit privée ou public avec votre famille, vos proches, vos collègues, vos amis.



PARTAGER

Partage à tes proches, tes amis ou bien ta famille, ta super soirée



PARTICIPER

Participe à la soirée la plus proche de chez vous grâce à la géolocalisation de l'application ou en définissant la ville la plus proche de chez vous.



GAGNER EN VISIBILITÉ

Gagne en visibilité sur notre application pour te faire connaître dans ta ville

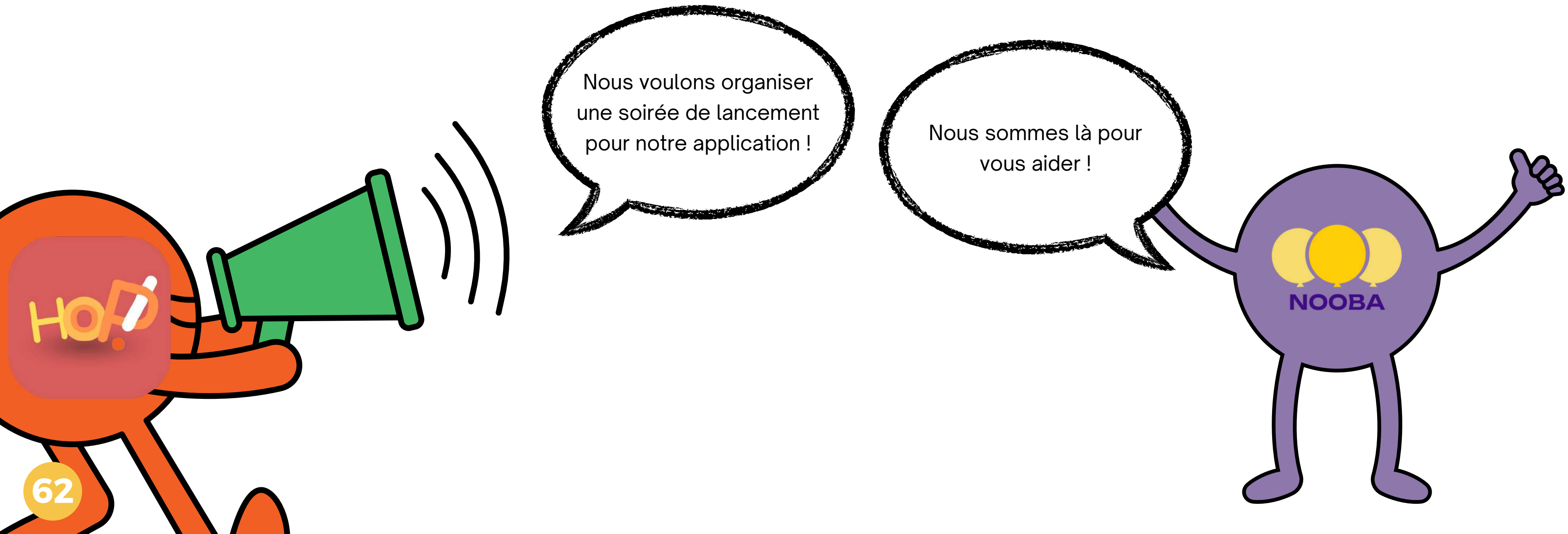
<http://nooba.ovh/>

Collaboration

Hop! x Nooba

LE CONTEXTE

Suite au succès du Nooba'Fest, nous avons été contactés par l'entreprise Hop! pour les accompagner et mettre à profit notre expérience acquise afin de réaliser leur soirée de lancement.



LES INTÊRETS DE LA COLLABORATION

Les intérêts de cette collaboration



Pour Hop!

Profiter de la notoriété de Nooba pour assurer la vente des billets

Faciliter l'organisation de l'événement grâce à l'outil Nooba

Pouvoir toucher leur cible

Pour Nooba

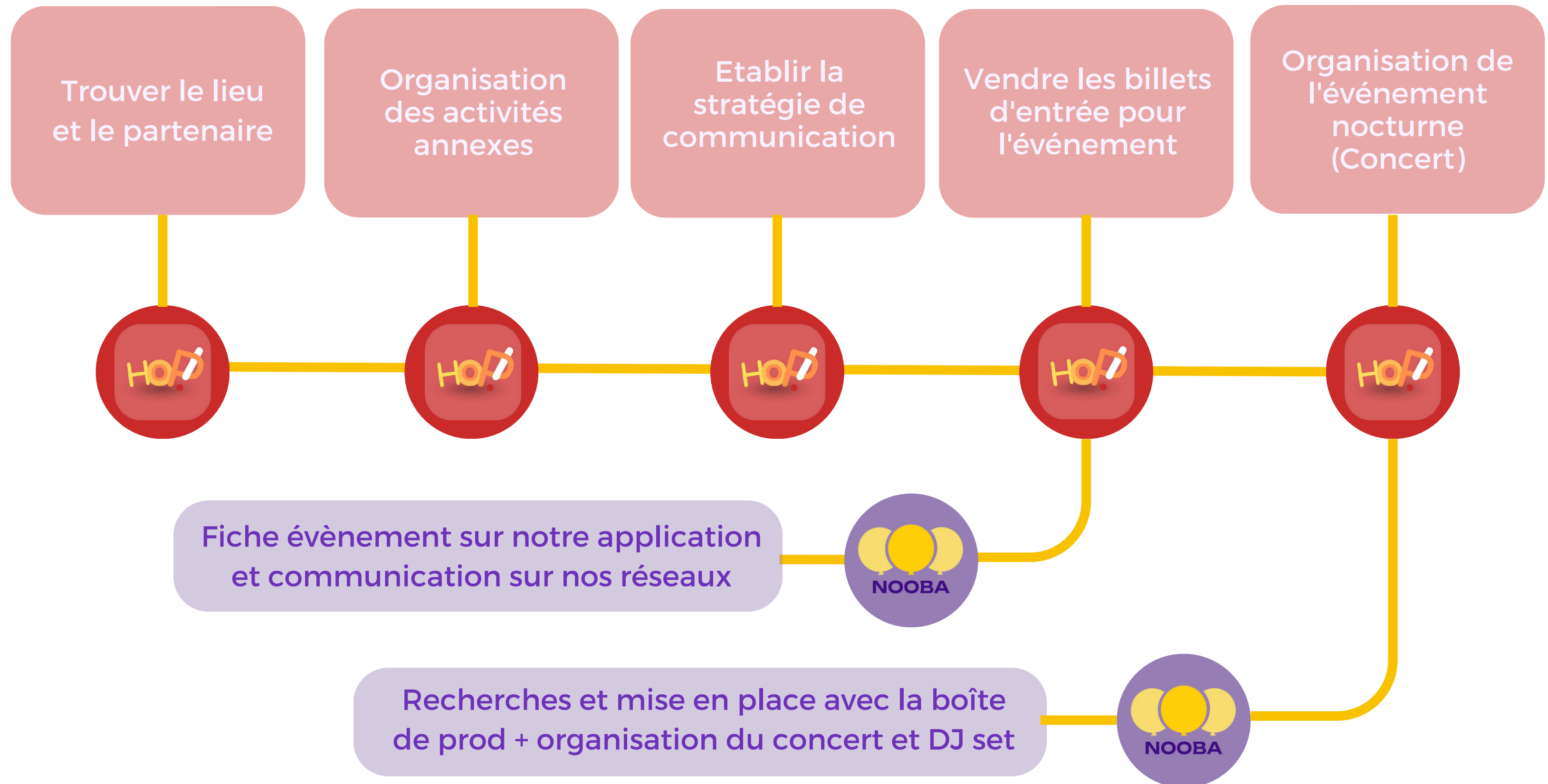


Augmenter le nombre d'inscrits sur notre application

Réaliser du profit sur la vente des billets

Acquérir de la "notoriété" en tant qu'organisateur de soirée

NOOBA DANS L'ÉVÉNEMENT



BUDGÉTISATION

1^{er} partie :

Artistes



1500€

Repas



90€

Hébergement



320€



Total = 1910€

BUDGÉTISATION

— 2ème partie :

La DJ



3000€

Pack technique



3500€

Repas



45€

Hébergement



160€



Total = 8705€

BUDGÉTISATION

— Bilan :

Nos coûts



10 615€

Notre investissement



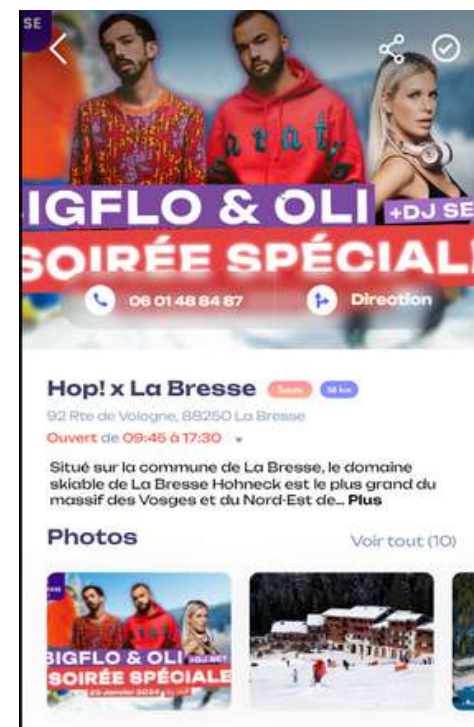
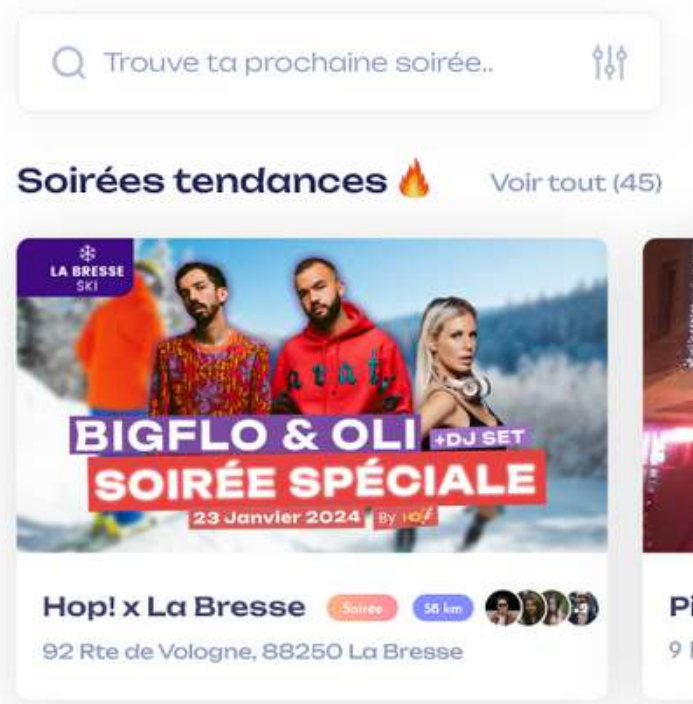
5000€

Le reste à charge



5615€

RÉALISATIONS

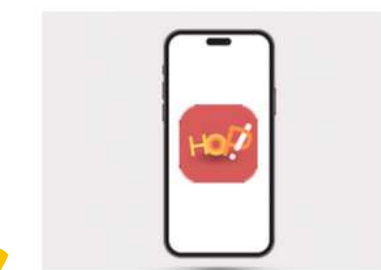


Post Intagram - Mise en avant

Soirée spéciale ! Hop! x Nooba

Nous avons une nouvelle qui va enflammer votre hiver ! La station de ski "La Bresse" est heureuse de vous inviter à une soirée sensationnelle qui vous fera vibrer sur les sommets enneigés.

Je réserve mon billet !



L'application anti-ennui !

Hop! est une application mobile vous proposant en 1 seul clic différentes activités en fonction de votre budget, votre localisation et vos centres d'intérêt !

de la synergie évidente entre les deux plateformes, Hop! et Nooba ont uni leurs forces pour créer une soirée exceptionnelle à la station de ski "La Bresse". Ensemble, ils ont donné naissance à un événement exceptionnel qui combine musique, glisse et découverte.

En savoir +

Newsletter envoyée à
l'ensemble de nos
utilisateurs inscrits

Mise en avant de
l'événement sur la "Home
Page" de l'application

Préconisations & Bilan

LA SUITE...

2024

Développement
à l'échelle nationale

2025

Développer les
relations B2B

2026

Se détacher du
système AdMob

2027

Devenir **UNE** référence
auprès des 18/25

PRÉCONISATIONS

- Se développer **progressivement** à l'échelle nationale
- **Doubler les moyens** pour les 1 an de Nooba
- Mettre en place **des améliorations sur l'application** suite aux **retours utilisateurs**

- Développer **les partenariats B2B** pour alimenter le contenu présent sur l'application
- **Recruter du personnel** pour **répondre aux besoins RH** et **structurer l'organisation**

- Proposer des "Nooba'Fest" à **3 endroits** en France (Paris, Marseille, Lyon) afin **de développer la notoriété** dans les régions encore inconnues
- **Se détacher du système** AdMob grâce aux profits **générés par la masse de clients B2B**

À TERME...

— Se détacher du AdMob :



Organise une soirée
concert dans son
bar **via Nooba**



100 billets sont
vendus

2000€
de CA

95% du
CA

1900€

Pour le gérant
de bar

5% du
CA



100€

Prix d'entrée défini à **20€**
par l'organisateur

RETOUR D'EXPÉRIENCE

**Mise en pratique
de la théorie**

**Collaborer avec
différents profils**

**Flexibilité et
adaptation**

Organisation



**Merci pour votre
écoute !**

