

MARKETING COMMUNAUTAIRE

Dernière mise à jour : 18 avril 2024

Durée: 14.00 heures (2.00 jours)

Profils des apprenants

- Professionnel.les du jeu vidéo occupant un poste dans un département Production, Marketing ou Communication
- Associate Producer
- Producer
- Live Producer
- Community Manager
- Cette formation est aussi ouverte à toute personne travaillant dans le secteur et souhaitant évoluer vers ces fonctions et possédant les prérequis indiqués.

Prérequis

- Travailler dans la filière du jeu vidéo
- Maîtriser les éléments de stratégie Marketing suivants :
- Avoir identifié sa cible (et/ou persona) : savoir élaborer un persona dans le cadre d'une stratégie de communication et/ou de contenus
- Être en mesure d'élaborer le positionnement marketing d'un produit par rapport à son marché
- Avoir une bonne compréhension des étapes du parcours client (visibilité, notoriété,...) vis-à-vis d'une marque
- Définir en amont de la formation, un persona selon vos/votre jeu.x ou projet.s de jeu.x

Accessibilité et délais d'accès

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Merci de le préciser lors de votre inscription à nos formations afin de vous garantir un accueil optimal.

Nos formations sont accessibles dans un délai de 7 jours avant la date de début de formation.

Qualité et indicateurs de résultats

Taux de satisfaction des apprenants

Objectifs pédagogiques

- Identifier les spécificités d'une marque de jeu vidéo qui lui permettent de déployer son potentiel communautaire
- Savoir utiliser les spécificités du Cycle de vie d'un jeu vidéo dans la construction d'un plan de communication qui développe l'engagement de sa Communauté
- Savoir lire et analyser les statistiques de sa communauté pour la faire grandir
- Être en mesure d'évaluer les impacts de la stratégie de communication mise en place pour l'optimiser dans le temps
- Comprendre quels leviers activer pour développer l'audience et renforcer la relation client autour de sa communauté de marque

Contenu de la formation

- Comment transformer une marque de jeu vidéo en potentiel communautaire ? = Construction de la ligne éditoriale d'une marque.
 - Comprendre les enjeux d'une ligne éditoriale dans le succès d'une stratégie Communautaire.
 - Construire une image de marque attractive pour les réseaux sociaux par la construction d'une ligne éditoriale unique et différenciante.
 - Clarifier les actions qui vont permettre d'engager les membres de la communauté dans la communication du jeu.
- Comment développer l'engagement communautaire à chaque étape du cycle de vie d'un jeu vidéo ? = Créer une ébauche de plan communautaire.

BERTIE (GAME ONLY FORMATIONS) | 2 rue Bonnefoi Lyon 69003 | Numéro SIRET : 91119838000014 |

Numéro de déclaration d'activité : 84691974269 (auprès du préfet de région de : Auvergne-Rhône-Alpes)

Cet enregistrement ne vaut pas l'agrément de l'État.

BERTIE (GAME ONLY FORMATIONS)

2 rue Bonnefoi, 69003 Lyon
contact@bertieformation.com



- Comprendre les enjeux d'engagement dans la relation communautaire.
- Identifier les différentes étapes de communication de la vie d'un jeu vidéo afin d'ébaucher un plan communautaire qui favorise l'engagement de sa communauté.
- Utiliser les spécificités du cycle de vie d'un jeu vidéo dans la construction d'une stratégie de contenus en phase avec le plan communautaire.
- Comment utiliser les statistiques des réseaux sociaux pour piloter une communauté de marque ? = Construire un plan de pilotage de votre stratégie communautaire.
 - Identifier les indicateurs de performances vraiment pertinents pour l'évolution d'une communauté.
 - Élaborer un Tableau de bord communautaire afin de suivre les évolutions et de recueillir les besoins de votre communauté.
 - Définir les indicateurs de succès qui permettent d'optimiser l'impact de votre stratégie de communication.
- Comment actionner les leviers de développement d'une communauté de marque ? = Élaborer une stratégie de développement communautaire
 - Identifier les besoins Marketing susceptibles d'aider au développement de votre communauté.
 - Faire appel aux leviers organiques, spécifiques à chaque réseau, pour accroître l'audience de votre Communauté.
 - Intégrer le potentiel des leviers payants dans le développement de votre communauté et le rayonnement de vos communications.

Organisation de la formation

Équipe pédagogique

Fabienne Laurède a passé 20 ans dans l'industrie du Jeu Vidéo, chez l'un des leaders mondiaux du secteur, fer de lance de la « french touch » aka Ubisoft.

Son parcours l'a menée à travailler les problématiques digitales à différents niveaux de besoin. D'abord une dimension très opérationnelle au sein de la filiale France, puis une approche plus stratégique depuis le siège Europe d'Ubisoft, ainsi qu'une vision plus spécifique aux questions ingame, au sein du studio de développement Ivory Tower, à Lyon.

Ses sujets de prédilection concernent le Marketing de Marque, la stratégie communautaire, l'achat média online, le tracking & le management de la data, ainsi que la Monétisation ingame.

Elle est aujourd'hui intervenante et formatrice sur les sujets digitaux, ainsi que Coach & Mentore de projets entrepreneuriaux à composante digitale. Elle anime également des Fresques du Numérique ; ateliers visant à sensibiliser citoyens et entreprises sur les enjeux du Numérique d'un point de vue développement durable, afin de contribuer à l'avenir du secteur.

Moyens pédagogiques et techniques

- Démonstration par la formatrice
- Cas pratiques et mise en situation professionnelles
- Échanges de groupe

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Autoévaluation

Prix INTER : 1500.00€ / bénéficiaire

Prix INTRA : merci de nous contacter

Vous avez des questions ?

Vous pouvez nous contacter : contact@bertieformation.com