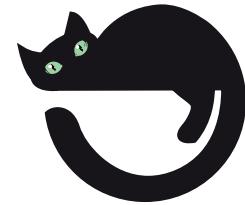


Je poste
donc
je suis.



JEUDI 6 NOV.

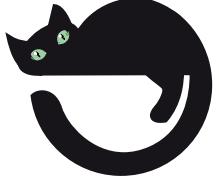
LES ATELIERS
LES INSTANTS T

Le chat noir

COMMUNICATION

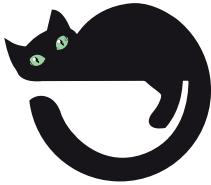
CURIOSITÉ • INDÉPENDANCE • AUDACE





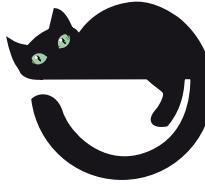
OBJECTIF DE L'ATELIER

**Construire une ligne
éditoriale cohérente
et impactante
sur vos réseaux sociaux**



C'est de l'identité qu'est née la différence.

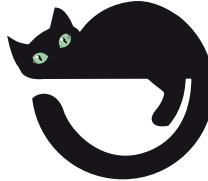
HEINZ PAGELS



Une ligne éditoriale **cohérente et impactante pour :**

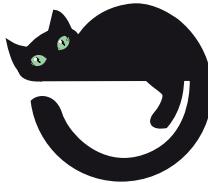
DONNER DU SENS ET DE LA COHÉRENCE
À SA COMMUNICATION

SAVOIR STRUCTURER SES MESSAGES



Le Positionnement.

LA PLACE QU'OCCUPE UNE MARQUE
DANS L'ESPRIT DE SA CIBLE,
PAR RAPPORT À SES CONCURRENTS.



Le Positionnement .

se définit comme :

L'UNIVERS DE RÉFÉRENCE/CONCEPT PRODUIT

L'ÉLÉMENT DISTINCTIF OU DIFFÉRENCIANT

LE MARCHÉ-CIBLE VISÉ



Le Positionnement .

L'UNIVERS DE RÉFÉRENCE

L'ÉLÉMENT DISTINCTIF OU DIFFÉRENCIANT

LE MARCHÉ-CIBLE VISÉ



Le Positionnement •

L'UNIVERS DE RÉFÉRENCE
PÂTE À TARTINER

L'ÉLÉMENT DISTINCTIF OU DIFFÉRENCIANT

LE MARCHÉ-CIBLE VISÉ



Le Positionnement •

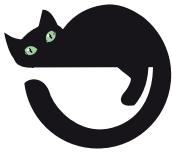
L'UNIVERS DE RÉFÉRENCE

PÂTE À TARTINER

L'ÉLÉMENT DISTINCTIF OU DIFFÉRENCIANT

LIEN ÉMOTIONNEL, UNIVERS FAMILIAL

LE MARCHÉ-CIBLE VISÉ



Le Positionnement •

L'UNIVERS DE RÉFÉRENCE
PÂTE À TARTINER

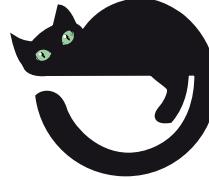
L'ÉLÉMENT DISTINCTIF OU DIFFÉRENCIANT
LIEN ÉMOTIONNEL, UNIVERS FAMILIAL

LE MARCHÉ-CIBLE VISÉ
ENFANTS & FAMILLES



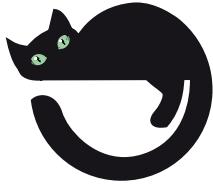
Le Positionnement.

UNE PÂTE À TARTINER AU CHOCOLAT
QUI DONNE DE L'ÉNERGIE AUX ENFANTS
ET LES AIDE À GRANDIR DANS L'AUTONOMIE.



La Copy Strategy.

LE PONT ENTRE STRATÉGIE MARKETING ET CRÉATION



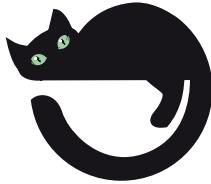
La Copy Strategy.

Promesse

Preuve

Bénéfice

Ton



La Copy Strategy •

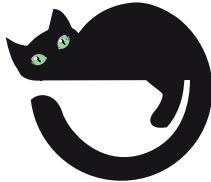
Promesse

CE QUE LA MARQUE PROMET
À L'UTILISATEUR.

Bénéfice

Preuve

Ton



La Copy Strategy •

Promesse

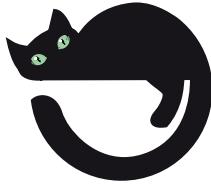
CE QUE LA MARQUE PROMET
À L'UTILISATEUR.

Bénéfice

Preuve

CE QUI REND
LA PROMESSE CRÉDIBLE

Ton



La Copy Strategy •

Promesse

CE QUE LA MARQUE PROMET
À L'UTILISATEUR.

Bénéfice

CE QUE L'UTILISATEUR
Y GAGNE

Preuve

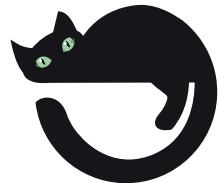
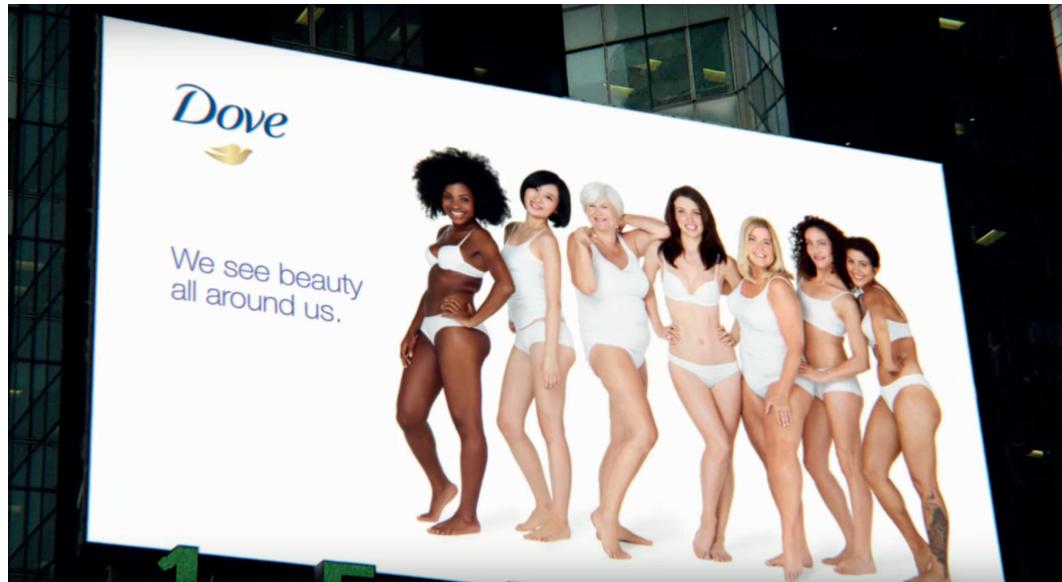
CE QUI REND
LA PROMESSE CRÉDIBLE

Ton

LA MANIÈRE
DE S'EXPRIMER



Real women. Real beauty



La Copy Strategy •

Promesse

CHEZ DOVE, CHAQUE FEMME
EST BELLE TELLE QU'ELLE EST.

Bénéfice

SE SENTIR BELLE
ET CONFIANTE
SANS IDÉAL IMPOSÉ.

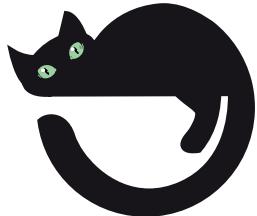
Preuve

PRODUITS DOUX +
“VRAIES FEMMES”
DANS LES PUBS.

Ton

AUTHENTIQUE,
BIENVEILLANT,
POSITIF

Les objectifs de communication



COGNITIFS

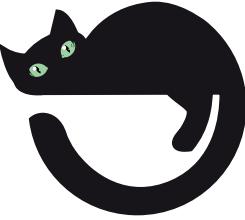
FAIRE CONNAÎTRE (INFORMER)

AFFECTIFS

FAIRE AIMER (CRÉER DU LIEN ÉMOTIONNEL)

CONATIFS

FAIRE AGIR (INCITER À PASSER À L'ACTION)



Les 4 piliers éditoriaux •

INSPIREZ-VOUS DE **VOTRE POSITIONNEMENT**
PENSEZ À **VOTRE CIBLE ET VOS OBJECTIFS**

Positionnement.

Le Chat Noir Communication est une agence indépendante qui aide les marques à affirmer leur identité et à se démarquer grâce à une communication créative, cohérente et pleine de sens.

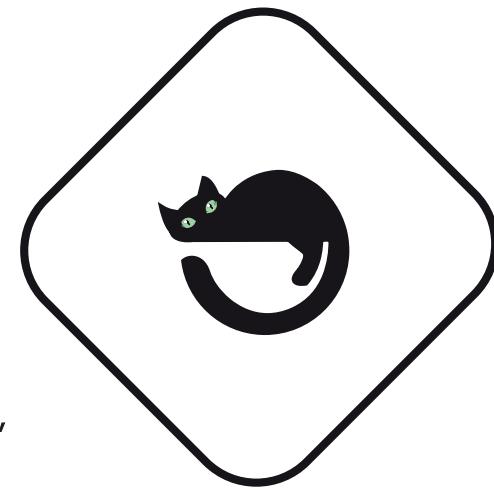
Promesse.

Donner du sens, du style et de la personnalité à votre communication grâce à des stratégies et des contenus créatifs, cohérents et porteurs de sens.



Créativité & Inspiration

Montrer la vision créative, les campagnes originales, les références artistiques.



Stratégie & Expertise

Partager des conseils en communication, positionnement, storytelling, identité de marque.



Vie d'agence & Coulisses

Montrer l'équipe, les projets, les événements, les valeurs humaines.



Clients & Réalisations

Mettre en avant les projets clients, études de cas, témoignages, avant/après.

Le modèle AIDA •

Étapes psychologiques par lesquelles passe un consommateur avant d'effectuer une action

Attention

ATTIRER L'ATTENTION DU PUBLIC.

Intérêt

SUSCITER L'INTÉRÊT POUR LE PRODUIT OU LE SERVICE.

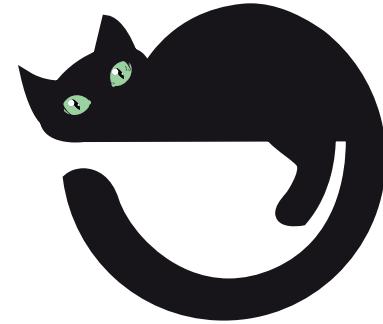
Désir

DONNER ENVIE, CRÉER UNE ÉMOTION
OU UN LIEN AVEC LA MARQUE.

Action

INCITER À PASSER À L'ACTE.





À votre tour !

Positionnement.

Le Chat Noir Communication est une agence indépendante qui aide les marques à affirmer leur identité et à se démarquer grâce à une communication créative, cohérente et pleine de sens.

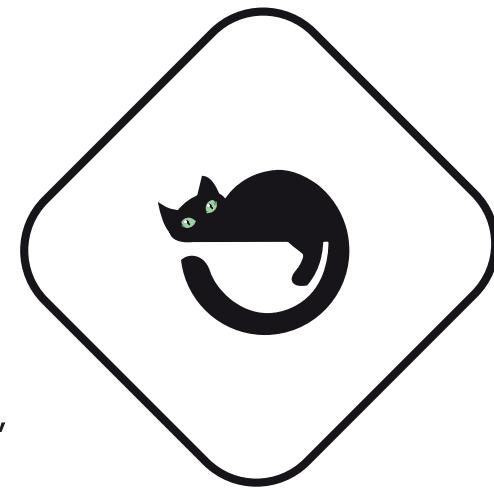
Promesse.

Donner du sens, du style et de la personnalité à votre communication grâce à des stratégies et des contenus créatifs, cohérents et porteurs de sens.



Créativité & Inspiration

Montrer la vision créative, les campagnes originales, les références artistiques.



Stratégie & Expertise

Partager des conseils en communication, positionnement, storytelling, identité de marque.



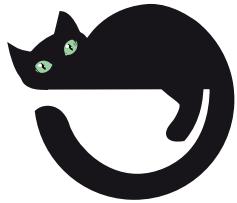
Vie d'agence & Coulisses

Montrer l'équipe, les projets, les événements, les valeurs humaines.



Clients & Réalisations

Mettre en avant les projets clients, études de cas, témoignages, avant/après.

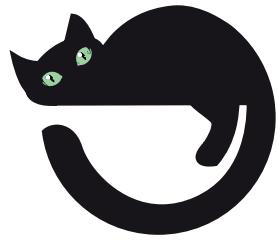


En conclusion.

LE POSITIONNEMENT **FIXE LE CAP**

LA COPY STRATEGY **TRACE LA ROUTE**

LE MODÈLE AIDA **DONNE LE MOTEUR**



C'était la patte du chat .
MERCI À VOUS !



DOCHASSAGNE@GMAIL.COM



DORIAN CHASSAGNE