

Challenge  
« Le Grand Bain »



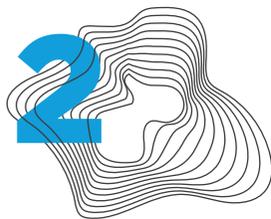
**agence waves**





## STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- La demande p. 4
- La cible p. 4
- Notre réflexion p. 4



## L'ADN ET LES VALEURS

- L'ADN p. 5
- Les valeurs p. 5



## STRATÉGIE DE CRÉATION

- Idée forte p. 6
- Concept créatif p. 6
- Signature p. 6



## STRATÉGIE DES MOYENS

- Spot vidéo p. 7
- Activation sur Twitch p. 8
- Réseaux sociaux p. 9
- Plateformes de streaming p. 10
- Retour sur le live p. 11
- Contenu Brandcontent p. 12
- Expérience utilisateurs p.13



## RECOMMANDATIONS SOCIAL MEDIA

- Onglet Focal Pro p. 14
- Référencement site internet p. 14
- Compte Instagram Focal Pro p. 15

# STRATÉGIE DE COMMUNICATION



## *Demande*

Redéfinir l'ADN et les valeurs de la marque de moniteurs, Focal Professional. Mais également concevoir une stratégie digitale, du contenu brandcontent et fournir des recommandations social media dans l'objectif **d'augmenter la présence digitale de Focal Professional.**



## *Cibles*

La branche Professionnal de Focal cible les **professionnels experts** plutôt concernés par le haut de gamme et qui ont un niveau d'exigence très élevé. On y retrouve les ingénieurs du son, les producteurs, les compositeurs... Ce sont des personnes ancrées dans le monde de la musique. Mais elle cible également **les amateurs éclairés**, plutôt concernés par l'entrée de gamme, mais qui représentent les futurs clients de la marque. Ces amateurs éclairés créent de la musique depuis leur domicile, on y retrouve des beatmakers, des DJ's, des musiciens amateurs...



## *Notre réflexion*

Grâce à la technique et l'innovation perpétuelle de Focal Pro, la marque présente le meilleur matériel que le monde de la musique ait à proposer. Les produits Focal Pro sont le parfait support pour les créateurs.

**Focal crée la page blanche sur laquelle les artistes vont s'exprimer.** Ainsi ils n'ont plus qu'à imaginer, Focal fera le reste.



# L'ADN ET LES VALEURS



## L'ADN

Le son juste, Focal Pro représente **l'équilibre parfait** entre **la technologie** utilisée pour concevoir ses produits et **les sensations** qu'ils procurent aux créateurs et amateurs de musique, des sentiments profonds et inexplicables.

Focal conçoit des équipements de grande qualité qui retranscrivent parfaitement les sons afin qu'ils soient universels : qu'ils puissent être écoutés sur tous les supports audio sans déformation. Leur approche analogique permet **la restitution parfaite de toutes les composantes sonores, même les plus subtiles.**



## Les valeurs

**Ambition** : Elle a pour vocation de devenir l'évidence dans son domaine. Elle cherche à être le premier choix des professionnels et des passionnés de création musicale.

**Perfectionnisme** : La marque se remet sans cesse en question afin de fournir les meilleurs enceintes de monitoring et casques audio.

**Durabilité** : La marque est soucieuse de la qualité des matériaux made in france utilisés pour concevoir ses équipements.

**Expertise** : Récompensée par de nombreux prix et reconnue "Entreprise du Patrimoine Vivant", la marque possède l'une des meilleures équipes en termes de recherche et développement.



# STRATÉGIE DE CRÉATION

## **Idée forte / big idea**

La page blanche, support de l'artiste.

## **Concept créatif**

L'imagination

## **Signature**

Le son comme vous l'imaginez.

## L'IMAGINATION

### **Promesse**

Avec les équipements Focal, vous serez à la hauteur de votre imagination.

### **Justification**

Le matériel Focal reproduit parfaitement le signal sonore sans l'altérer.

### **Message**

Vous pouvez faire confiance à Focal les yeux fermés, la marque comprend vos besoins et problématiques.

### **Ton**

Sérieux et poétique

# SPOT VIDÉO

## « La Vision »

### Le principe

La vidéo met en scène les pensées d'un passionné de musique avant même qu'il n'ait commencé à créer. Elle met en valeur les créatifs et leur imaginaire débordant. C'est une vidéo qui comprend et met en valeur les professionnels de la musique.

### Les objectifs

Avec Focal, il est désormais possible d'exprimer à la perfection ce que l'on veut. La précision du son que peut retranscrire Focal est unique et est le meilleur outil de travail. Elle positionne Focal Pro en expert du son.

### Visuellement

Le spectateur de la publicité visionnera une multitude d'images et d'ambiances différentes dans un laps de temps très court. Le tout sera lié par une musique envoiante. La vidéo s'arrêtera sur l'image d'un créateur de dos en train de commencer de créer. La signature de la campagne et le logo de la marque apparaîtront pour clôturer la vidéo.

### L'effet attendu

Grâce à cette vidéo, nous souhaitons attirer un public plus attentif et soucieux du monde de la musique. Focal aura également une plus grande visibilité aux yeux du grand public et la vidéo lui permettra d'asseoir sa position parmi les leaders mondiaux des systèmes audios.

Visionner la vidéo :



### Où cela se passe-t-il ?

On retrouvera la vidéo sur différents canaux : Youtube, Instagram, X, LinkedIn et son site Internet. Sur chacun des réseaux, la vidéo sera sponsorisée et diffusée, en fonction d'un choix de cible défini avec vous (âge, sexe, localisation, profession, préférences et type de vidéo visionnée). Sur Youtube le format sera horizontal et la diffusion se fera avant ou après les vidéos regardées. Sur Instagram, le format sera vertical et la vidéo plus courte ; celle-ci se verra diffusée en publicité dans les stories et également dans les réels. Quant à la diffusion sur les réseaux sociaux restant, c'est-à-dire X et LinkedIn, ce sera sous forme de post, format horizontal, que les publicités apparaîtront dans le fil d'actualité.

Enfin une mise à jour sera réalisée sur le site internet dans la rubrique Actualité afin de mettre le site au couleur de la nouvelle campagne et d'alimenter le site.



# STRATÉGIE DES MOYENS

## Le principe

L'activation digitale "Carte Blanche" est un live diffusé sur Twitch. Lors de celui-ci, différents artistes Focal sont réunis pour créer une musique à partir des idées et de l'imagination des spectateurs présents dans le chat du live.

## Les objectifs

Le live a pour objectif de réunir amateurs éclairés et professionnels, en créant de l'interaction entre eux. Ainsi, ils vont partager leurs idées et leurs visions, et celles-ci prendront vie à travers les équipements Focal. Les professionnels déjà adeptes de la marque pourront partager en direct les caractéristiques des produits aux potentiels intéressés. L'interaction instantanée entraînera la création d'un lien de confiance entre tous ces passionnés de création musicale.

## Visuellement

Le live aura lieu dans un studio focal équipé. Nous pourrions retrouver en arrière-plan un néon du logo "Carte Blanche". Pour aller plus loin, nous pourrions imaginer des assets Twitch personnalisés (page d'attente avant le début du stream, émoticônes...)

## L'effet attendu

À travers cet événement, nous cherchons à ce que les équipements focal deviennent une évidence pour les professionnels et amateurs éclairés.

## ACTIVATION SUR TWITCH

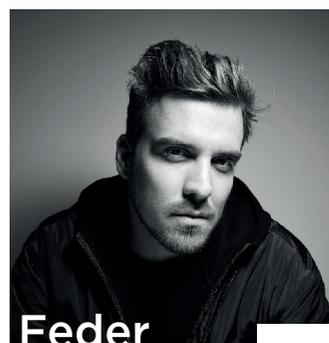
« Carte Blanche »

### Relais de la campagne

L'activation sera annoncée via les réseaux sociaux (voir page 8)

### Où et quand cela se passe-t-il ?

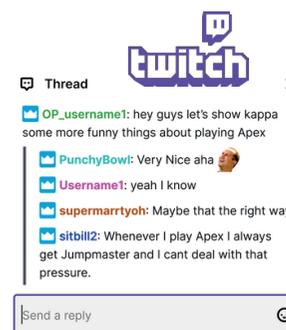
Nous avons pour idée de créer des lives comme celui-ci plusieurs fois dans l'année, car chaque production sera unique.



Feder



Live  
**FOCAL**



### Le principe

Afin d'annoncer l'activation digitale « Carte Blanche », des publications sous forme de posts et stories seront partagées sur les comptes Instagram, Facebook et X de Focal Professionals. Ces publications seront également sponsorisées sur des profils ciblés, des personnes ayant pour intérêt la conception musicale.

### Les objectifs

Ces contenus ont pour objectif d'informer les internautes de la date du live et des artistes qui y participent. Ainsi on optimise le nombre de spectateurs présents sur celui-ci, afin de créer un maximum d'interactions.

### Visuellement

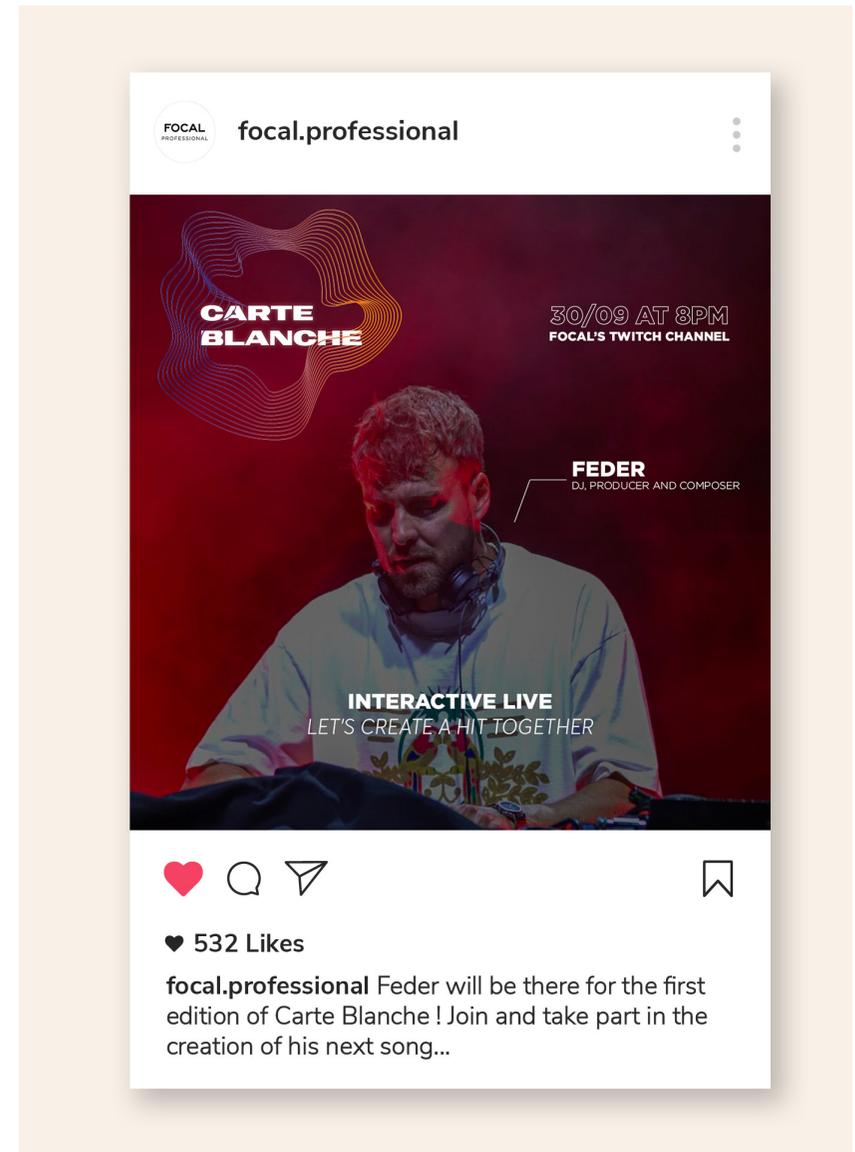
Les publications mettent en avant les artistes présents dans le live. À l'image de l'identité graphique de Focal Pro, les publications sont épurées et modernes. On y retrouve également le logo créé pour l'événement.

### L'effet attendu

Ces publications pourront influencer certaines personnes à se rendre sur live. Notamment lorsqu'elle verront qu'un de leur artistes favoris est présent sur celui-ci.

### Où cela se passe-t-il ?

Sur Instagram, Facebook et X (anciennement Twitter), mais également sur le site internet.



# PLATEFORMES DE STREAMING

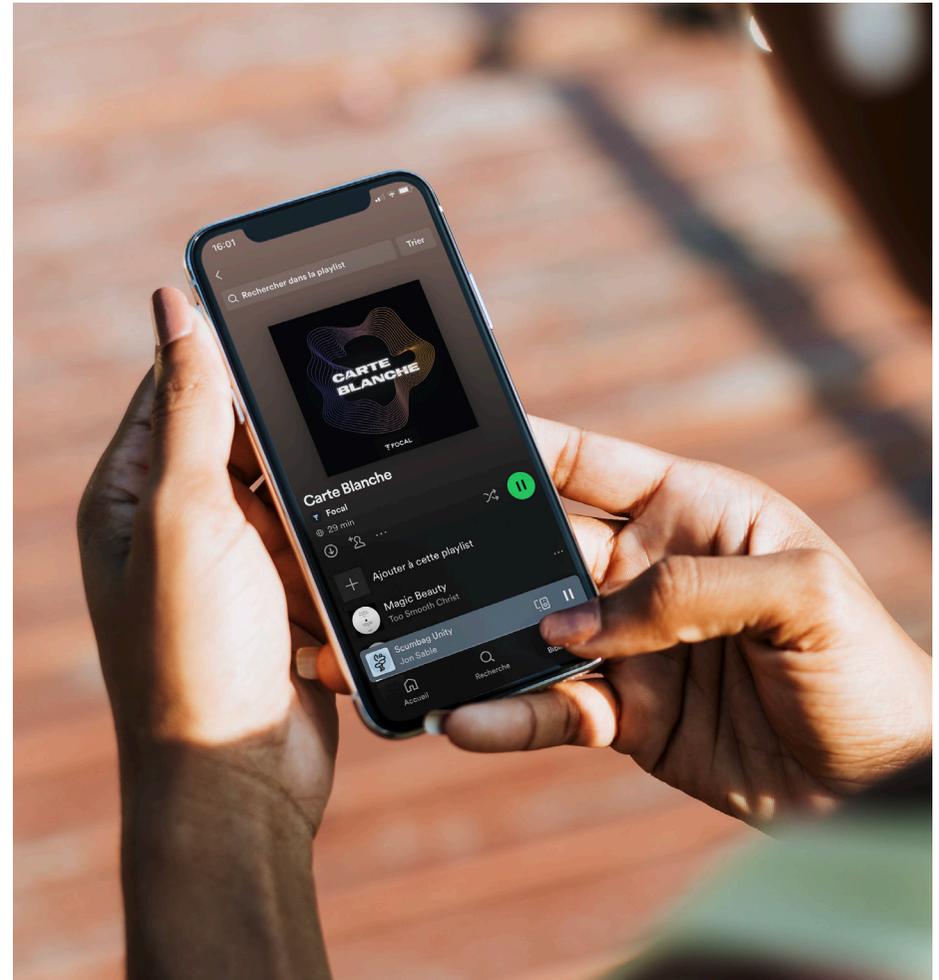
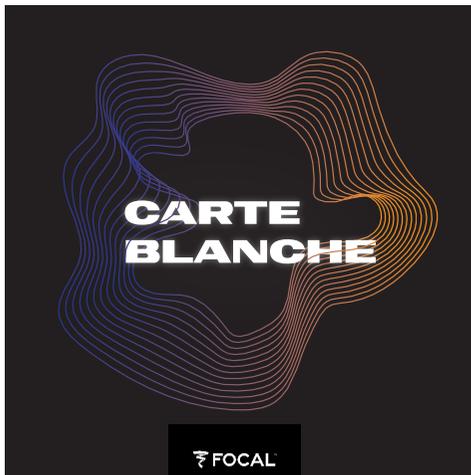
## Playlist « Carte Blanche »

### Le concept

Pour compléter l'activation digitale Carte Blanche, une playlist est créée sur Spotify. Il est vrai qu'il serait dommage de ne plus pouvoir écouter les sons que les artistes ont imaginé dans les lives quand nous le souhaitons. Afin de ne pas rendre cet événement éphémère, après chaque enregistrement créé sur les lives, le ou les sons produits seront mis en ligne dans la playlist Carte Blanche. Ainsi, les spectateurs qui ont suivi les lives pourront retrouver les morceaux quand ils le souhaitent et les réécouter autant de fois qu'ils le veulent. Il s'agit également d'une manière intéressante de mettre en avant la marque Focal sur une plateforme de streaming.

### Le logo « Carte Blanche »

Pour le lancement de l'activation digitale Carte Blanche, une nouvelle identité visuelle a été créée. En effet, pour obtenir un contraste avec le nom de l'activation, c'est sur un fond noir que le logo se tient. Une onde abstraite représentant une onde sonore compose principalement le logo. Nous pouvons également remarquer que le titre Carte Blanche qui s'apparente à un néon, vient se lier entre les lignes de l'onde. Pour apporter un peu plus de crédibilité à cette identité visuelle, le logo Focal® a été apposé sous l'onde sonore.



# RETOUR SUR LE LIVE

## Rediffusion en vidéo

### Le principe

Un live devient en règle générale éphémère si l'administrateur n'a pas pris le temps de l'enregistrer pour pouvoir le conserver. L'idée ici est d'enregistrer les lives Carte Blanche afin de diffuser les temps forts de ces séquences pour ceux qui auraient manqué le rendez-vous. Sur le même principe que la rediffusion des lives sur Youtube, les réels sur Instagram retranscriront un unique temps fort du live.

### Les objectifs

L'objectif est de ne pas créer de coupure entre chaque live. Mais également d'informer et alimenter un peu plus les comptes Instagram et Youtube de Focal sur les événements en cours.

### Visuellement

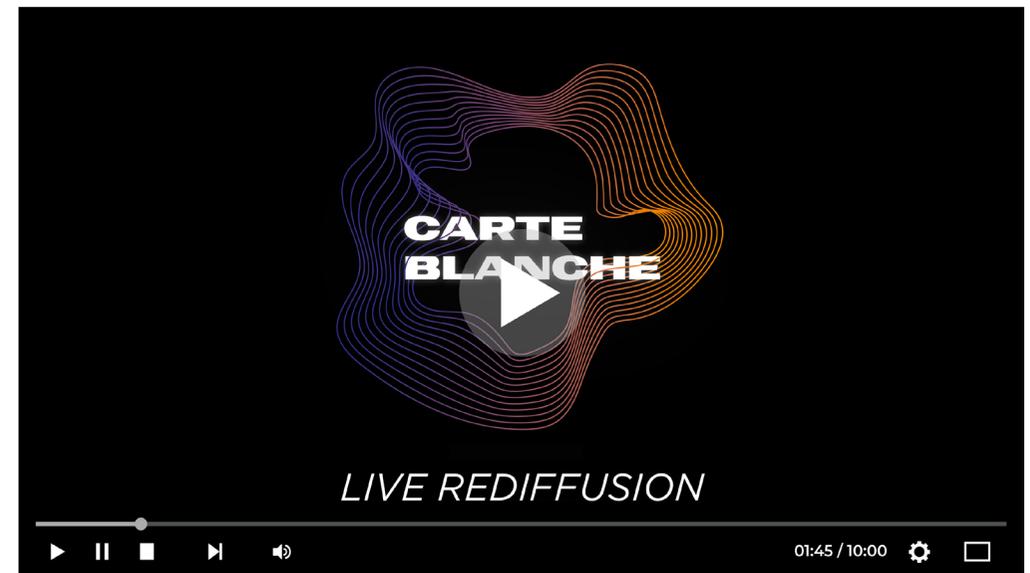
La rediffusion des lives se fera sous forme de vidéo dans lesquelles les temps forts des séquences seront retranscrit de manière à ce qu'une vidéo ne contienne que l'essentiel. Les réels se présenteront sous forme d'une vidéo d'une durée de 1 à 5 minutes.

### L'effet attendu

Ce que nous attendons de cette rediffusion, c'est qu'elle fasse perdurer les lives encore quelques semaines, voire jusqu'aux nouveaux lives, ainsi les internautes pourront suivre les événements en continu et sans interruption. Pour ce qui est des réels, nous attendons qu'ils génèrent un peu plus de trafic sur la chaîne youtube de Focal et sur les vidéos de rediffusion, mais à cela nous voulons aussi que les réels attirent de nouveaux spectateurs dans les prochains lives.

### Où cela se passe-t-il ?

Le live sera retranscrit sur le réseau social Youtube, sur la chaîne de Focal. Les réels seront diffusés sur le compte Focal du réseau social Instagram.



Feder has Carte Blanche - Live Rediffusion

Focal Professional

583

Share

### Le principe

Nous retrouverons chaque mois une vidéo courte dans laquelle un artiste Focal nous parle de son expérience en tant que créateur de musique, utilisant les produits Focal Pro. Il met en avant les sensations et sentiments qu'il a voulu transmettre en créant son morceau, tout en présentant les équipements Focal Pro qu'il a utilisés lors de la création du son.

### Les objectifs

Le but ici est de faire connaître davantage les valeurs et l'ADN de Focal Pro, afin que les professionnels et les passionnés éclairés se reconnaissent dans l'identité de la marque, et qu'ils accordent leur confiance aux équipements Focal Pro.

### Visuellement

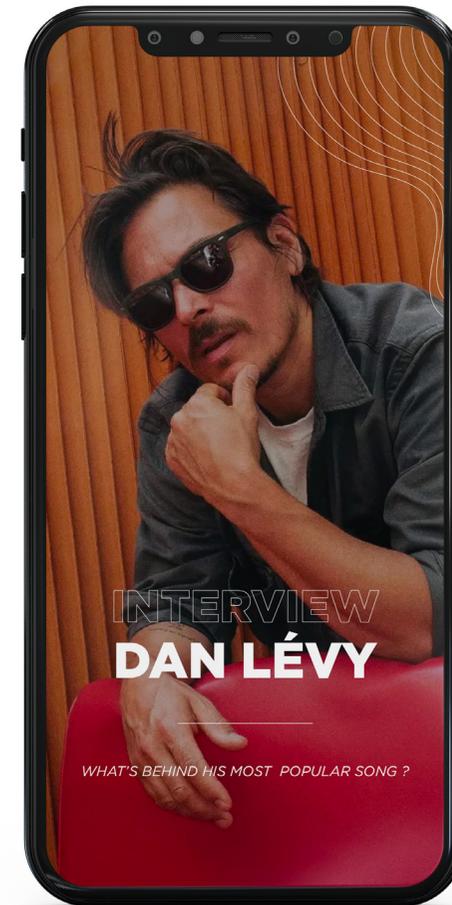
Ces vidéos seront présentées sous forme de réels instagram, qui dureront de deux à cinq minutes. Dans ce contenu nous pourrons y observer un artiste dans un studio de musique afin de mettre en avant les équipements de Focal pro, qu'il aura utilisés.

### L'effet attendu

Grâce à ces vidéos mensuelles la marque pourra créer davantage de fidélisation auprès des professionnels, mais aussi de développer davantage de notoriété afin d'attirer un plus grand nombre d'abonnés sur ce réseau social.

### Où cela se passe-t-il ?

Ces réels seront diffusés sur instagram, mais nous pourrions également les retrouver en shorts sur Youtube.



# EXPÉRIENCE UTILISATEURS

## « La Nuit Blanche »

### Le principe

Focal lance une expérience inédite afin de permettre aux participants de laisser leurs sentiments s'exprimer sans restrictions. Quoi de mieux que la musique, pour laisser place à ses émotions ? La soirée se passe dans la carrière des lumières à Paris, les participants pourront se promener dans les lieux, tout en écoutant les morceaux de leur choix avec un casque Focal sur la tête.

Les images projetées seront des vidéos ou images, de professionnels en train de créer de la musique à partir d'équipements Focal Pro.

Chaque participant pourra choisir les morceaux qu'il souhaite écouter, en fonction de l'émotion qu'il veut ressentir ou exprimer.

### Les objectifs

Nous cherchons ici à faire vivre une expérience hors du commun, qui allie les équipements Focal Pro, la musique et les émotions.

Aussi, nous souhaitons que les participants puissent découvrir et être conquis, par la justesse et la qualité du son que les équipements Focal Pro offrent.

### Visuellement

Pour conserver l'univers de Focal Professional, des images montrant des artistes en train de créer de la musique, seront projetées sur tout le site où se déroulera l'événement.

### L'effet attendu

On cherche ici à ce que l'événement fasse parler de la marque Focal Pro, que l'on se souvienne d'elle grâce à une superbe expérience vécue avec ses équipements.

On souhaite également que l'événement fasse du bruit, afin de développer la notoriété du segment Focal Pro.

### Relais de la campagne

L'événement sera annoncé sur les réseaux sociaux de Focal pro et des invitations seront distribuées à plusieurs professionnels. Les internautes pourront également proposer des sons et morceaux qu'ils souhaitent écouter lors de cette expérience.

Ils pourront également partager les émotions et sentiments que ces musiques leur procurent. A la suite de cet événement, des vidéos seront créées pour revenir sur l'expérience, dans une démarche de création de contenu de marque.

### Où cela se passe-t-il ?

L'expérience se déroulera aux Carrières des Lumières aux beaux de Provence.



# RECOMMANDATIONS SOCIAL MEDIA



## *Onglet Focal Pro*

Afin de rendre plus facilement accessible la gamme Focal pro, il serait pertinent d'ajouter un onglet "Focal Professional" directement dans le menu de la page d'accueil du site internet. Cela permettra de renforcer l'identité et la présence de Focal Pro. Il serait également intéressant d'y ajouter quelques mots ou phrases qui définiraient les valeurs et l'ADN de Focal Pro, pour marquer son identité, et pour que les clients puissent s'en imprégner.



## *Référencement site internet*

Le site "Focal" se retrouve seulement en 2e position après la recherche "Focal". De plus, après la recherche "Focal enceinte", celui-ci n'est placé qu'à la cinquième position. C'est un point plutôt problématique qui fait baisser la crédibilité de la marque aux yeux des potentiels clients.

Pour améliorer cela, il serait intéressant de prévoir un budget dédié à une stratégie de référencement SEO. Par exemple, se positionner sur des mots clés tels que "enceintes Focal", "matériel audio professionnel", "enceintes de monitoring", "Focal", "enceinte pour studio" "moniteur audio"...

Aussi, une partie du budget devrait être dédiée à placer le site internet dans les annonces google, afin qu'il soit placé en première position. Toutes ces solutions pourraient être réalisées par une entreprise spécialisée dans le référencement SEO, ce qui permettra d'obtenir un travail plus qualitatif.

Il est aussi possible d'améliorer le référencement du site internet grâce à des solutions gratuites, en se rendant dans la partie SEO, dans l'administration du site. Ici, il sera possible de définir des mots clés qui pourront permettre au site d'être mieux référencé. Se positionner sur des annonces Google reste néanmoins la solution la plus efficace.



# RECOMMANDATIONS SOCIAL MEDIA



## *Compte Instagram*

### **Certification**

La certification est indispensable, car elle est synonyme d'un vrai gage de confiance pour l'internaute. Il suffit de faire la demande sur Instagram via un formulaire accessible facilement depuis votre profil. De plus, elle vous permettra de vous démarquer des autres comptes.

### **Communication**

Le mot d'ordre sur vos réseaux sociaux est "communiquer" ! Il est impératif de relayer vos actions, événements et nouveaux produits sur vos comptes. Il faut faire du bruit pour susciter un plus fort engagement sur vos réseaux et développer votre notoriété. Il est dommage que certains de vos événements ou campagne soient moins regardés, alors qu'ils pourraient s'inscrire dans une vraie démarche de brand content.

### **Réels**

Les vidéos Youtube pourraient également être réduites en reels sur Instagram, toujours dans une même démarche de brand content.

En effet, ces vidéos sont très qualitatives et comptabilisent peu de vues, alors qu'elles montrent réellement l'univers de Focal Pro.

### **Stories à la une**

Les stories à la une sont appréciées par la communauté. Pour développer de l'engagement sur votre compte Focal Pro, vous pourriez poster davantage de story à la une en créant des thèmes et catégories pour chaque groupe de story. Par exemple, les événements Focal Pro pourraient être relayés ici, ainsi que des reviews des équipements et enceintes.

### **Posts publiés à deux**

Pour toucher une cible plus large, les posts en collaboration avec un autre compte permettent de toucher votre communauté, et celle de l'autre compte avec lequel le post a été créé. Il suffit d'identifier le compte lors de la création du post. Une très bonne solution pour gagner en notoriété.





**agence waves**