

# CREATIVE INVISIBLES

## Module 4

Commercialisation de votre idée :  
développement de la marque, du bouche-à-  
oreille, des réseaux sociaux et du marketing



Cofinancé par  
l'Union européenne

# Objectifs d'apprentissage

Le MODULE 4 se concentre sur les différentes techniques de communication pour votre entreprise et souligne l'importance de développer votre image de marque dès le départ.

Nous avons rassemblé une sélection de sources réfléchissant au développement de la marque et aux outils de médias sociaux.

## Suivre ce module vous permet :

De comprendre le pouvoir de l'image de marque et comment tout ce que vous faites peut affecter cette image de marque de manière positive ou négative.





# Module 4

Définition et théorie



"Votre marque, ce n'est pas ce que vous en dites. Votre marque, c'est ce que votre client en dit".

**MARTY NEUMEIER**

## ***La marque***

Une marque est un produit ou un service auquel les clients ont donné une valeur et une identité. Nous pouvons essayer de contrôler la marque, par le biais du design, du logo, de la communication et du nom, mais nous n'avons jamais le contrôle total de l'image de marque.



## L'IDENTITÉ

Unique et incessible.

Il n'y a pas deux marques qui ont la même identité. Un produit peut être copié, mais il est impossible de copier l'identité.

Cohérente

L'identité doit être directement liée au produit et au service.

Objective et adaptable

L'identité doit être directe dans ses objectifs, la communication adaptable en fonction du public et qu'elle puisse évoluer dans le temps.

## Banksy

Il a un style unique dans son art. On peut faire le lien entre Banksy et ses peintures rien qu'en les voyant. Banksy est sa propre identité.

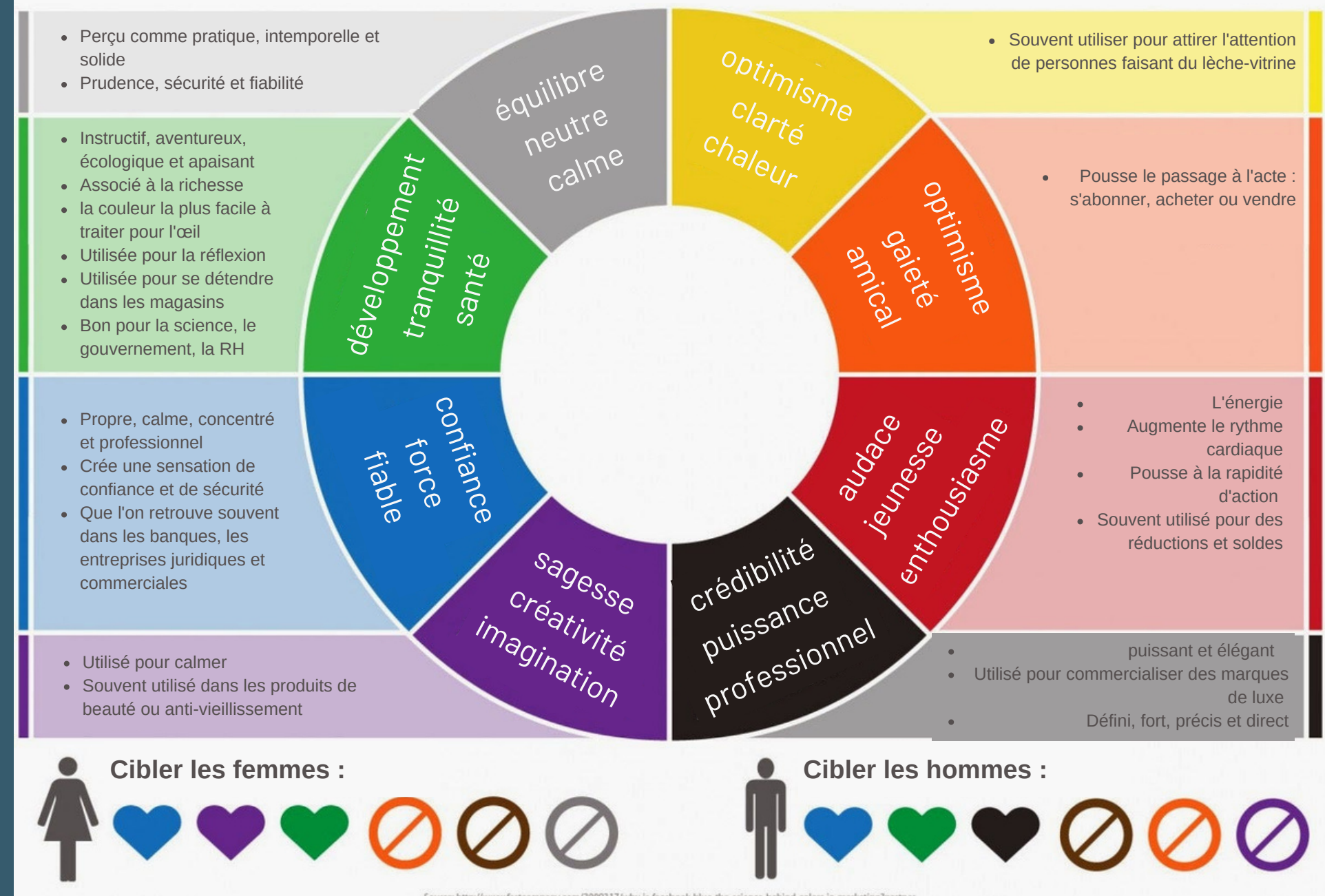
Banksy a créé une identité qui est cohérente, unique et qui a un objectif.



# Le Design

Les couleurs et les formats des logos et de la communication transmettent des émotions, des sensations et des émotions à votre public cible.

## Quelles couleurs utiliser en marketing ?



## RESEAUX SOCIAUX




Les réseaux sociaux sont un ensemble de canaux de communication en ligne dédiés aux interactions, au partage de contenu et aux expériences communautaires. Ils vous permettent d'asseoir l'autorité de votre marque sur le marché et d'avoir du succès auprès de vos clients.



# Métrologie : Qu'est-ce ?

Tout ce qui se trouve sur le web peut être mesuré et, pour assurer la visibilité de votre marque, vous devez adapter votre stratégie en fonction des données que vous recueillez sur les différents canaux utilisés par votre marque.

- Engagement
- Portée
- Taux de rejet
- Clics



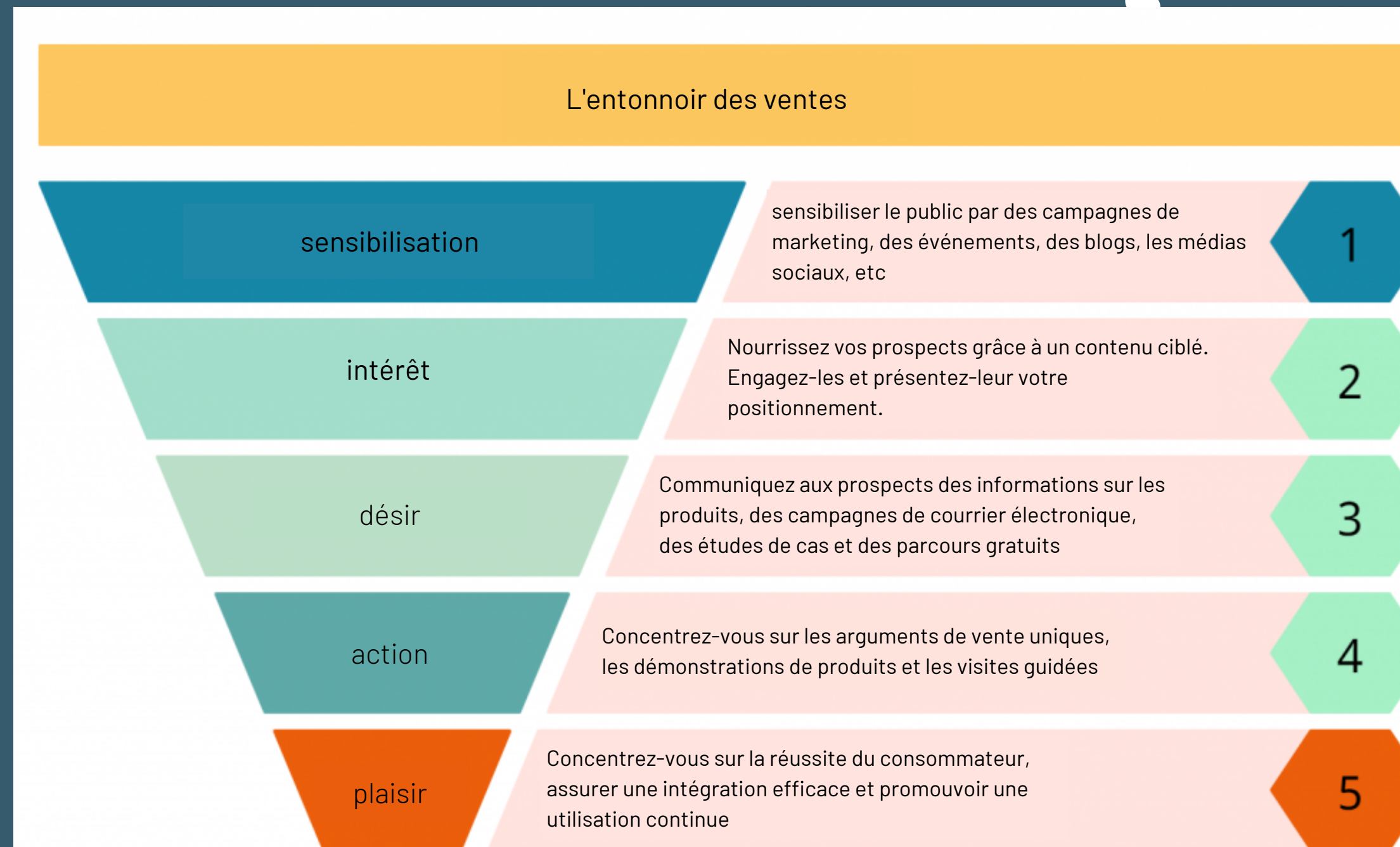
La métrologie des médias sociaux est l'ensemble des données utilisées pour évaluer l'impact de l'activité des médias sociaux sur les campagnes de marketing et le chiffre d'affaires d'une entreprise.





# L'ENTONNOIR DES VENTES

- À chaque étape, un pourcentage différent de clients est disponible.
- 40 % de la base totale de clients potentiels vous connaissent.
- 8 % effectuent un achat auprès de vous.
- Où l'entreprise peut-elle s'améliorer ?
- Quelles améliorations peuvent être apportées ?







## Bouche-à-oreille

Le bouche-à-oreille est l'outil de marketing le plus puissant que vous puissiez viser... mais attention, il peut aussi être mortel.

Le marketing du bouche-à-oreille se produit lorsque les consommateurs parlent du produit ou du service d'une entreprise.



**Selon Nielsen :**

**92% des personnes dans le monde déclarent faire confiance aux recommandations de leurs amis et de leur famille (appelées earned media) avant toute autre forme de publicité.**

The background is a dark teal color with various abstract shapes and patterns. In the top left, there are several white circles of varying sizes. In the top center, there is a large white organic shape. In the top right, there are two white zigzag lines. In the bottom left, there is a white organic shape with a green scribbled line over it. In the bottom center, there are two overlapping teal circles. In the bottom right, there is a teal organic shape with a white dotted pattern. The text is centered in the middle of the page.

# Module 4

## Ressources



## OUTILS DES MÉDIAS SOCIAUX & CANAUX

- Marketing des mails
- Marketing des médias sociaux
- Optimisation des moteurs de recherche et de l'App Store (SEO / ASO)
- Publicité par affichage
- Publicité native
- Événements et webinaires
- Test A/B et optimisation du site web
- Marketing de contenu
- Automatisation
- Gestion de la relation client (GRC)
- Publicité "Pay-per-click" (PPC)
- Marketing d'affiliation



[epicopportunities.eu](https://epicopportunities.eu)

Marketing créatif avec un budget  
réduit, présenté par  
Spectrum Business et SCORE

Ce webinaire approfondi propose de  
nouvelles idées et perspectives pour  
vous aider à tirer le meilleur parti de  
votre budget marketing.

 [youtu.be](https://youtu.be)



Panel Discussion: Successful Business Owners Share How to Re-start Your Business Post-COVID

COVID-19 • Get the latest information from the CDC about COVID-19

**Discussion:  
Navigating  
These  
Uncertain  
Times**

Watch on  YouTube

**SCORE**

**Small Business**

**Workshops**

SPONSORED BY  
**Spectrum  
BUSINESS**

Share





**ENTERPRISE OPPORTUNITIES  
IN POP CULTURE\* (EPIC)**

**FREE ONLINE COURSE**  
 UPSKILL AND INFORM  
 YOUNG PEOPLE ABOUT  
 ENTREPRENEURSHIP  
 OPPORTUNITIES IN  
 POP CULTURE

[www.epicopportunities.eu](http://www.epicopportunities.eu)

Follow us on **Facebook @EPICopportunities**  
 #enterpriseopportunities #youtheducators



<b>MODULE 1</b>	<b>MODULE 2 (PART 1)</b>	<b>MODULE 2 (PART 2)</b>
<p><b>WHAT IS POP CULTURE: THE OPPORTUNITIES FOR YOUTH ENTREPRENEURS</b></p> <p><b>1.1 Introduction to Pop Culture:</b> Globalisation, Technology and Opportunities,</p> <p><b>1.2 Key Trends in Pop Culture Entrepreneurship:</b> Blogging, Cultural Platforms, Storytelling, Gaming, Esports, Music, Dance, Arts and Merchandising....</p> <p><b>1.3 Characteristics and Key Traits of Entrepreneurs:</b> Also What is Your Passion? How to Get Inspired?</p> <p><b>EXERCISES &amp; ACTIVITIES</b></p>	<p><b>TAKING THE INITIATIVE: IDENTIFYING AND RESEARCHING A POP CULTURE BUSINESS IDEA</b></p> <p><b>2.1 Introduction to Idea Generation:</b> Top Tips in Idea Generation, 7 Pop Culture Business Ideas with Case Studies</p> <p><b>2.2 Idea Generation Techniques to Come Up with New Pop Culture Business Ideas</b></p> <p><b>2.3 Spotlight on Pop Culture Entrepreneurship Opportunities in Regions</b></p> <p><b>EXERCISES &amp; ACTIVITIES</b></p>	<p><b>TAKING THE INITIATIVE: IDENTIFYING AND RESEARCHING A POP CULTURE BUSINESS IDEA</b></p> <p><b>3.1 Designing a Pop Culture Business for a Specific Target Market:</b> Define and Analyse Your Target Market</p> <p><b>3.2 Starting Your Pop Culture Business on a Shoe-String:</b> 16 Pop Up Shop Ideas, Getting an Office Space, Bookkeeping, PR, Conducting Webinars...</p> <p><b>EXERCISES &amp; ACTIVITIES</b></p>
<b>MODULE 4</b>	<b>MODULE 5 (PART 1)</b>	<b>MODULE 5 (PART 2)</b>
<p><b>RESOURCING YOUR IDEA: HOW TO GET THE SUPPORT YOU NEED</b></p> <p><b>6.1 Resourcing Your Business Idea:</b> What You Need to Get Started!</p> <p><b>6.2 Financing Your Business Idea:</b> Spotlight on Crowdfunding and Why it Works for Pop Culture Inspired Business</p> <p><b>6.3 Other Funding Sources For Your Business and Pitching Your Business Idea:</b> Investors, Bootstrapping, Seed Funding...</p> <p><b>6.4 Introduction to Intellectual Property (IP):</b> Why its Important for Pop Culture Inspired Businesses</p> <p><b>6.5 Individual Business or Working with Others</b></p> <p><b>6.6 Signposting:</b> Linking in with Business Support Organisations and Experts in Your Region</p> <p><b>EXERCISES &amp; ACTIVITIES</b></p>	<p><b>MARKETING YOUR IDEA: ONLINE AND SOCIAL MEDIA MARKETING FOR POP CULTURE BUSINESSES</b></p> <p><b>7.1 Relationship Between Sales and Marketing</b></p> <p><b>7.2 Building a Brand that is Inspired by Pop Culture</b></p> <p><b>7.3 Developing Your Brand</b></p> <p><b>7.4 Know your Customers:</b> What Motivates Them?</p> <p><b>7.5 Online Marketing:</b> How You Can Use it to Reach Your Target Audience</p> <p><b>7.6 Guerilla Marketing</b></p> <p><b>EXERCISES &amp; ACTIVITIES</b></p>	<p><b>MARKETING YOUR IDEA: ONLINE AND SOCIAL MEDIA MARKETING FOR POP CULTURE BUSINESSES</b></p> <p><b>8.1 Viral Marketing Campaigns</b></p> <p><b>8.2 Spotlight on Facebook, Instagram, Twitter, Email Marketing</b></p> <p><b>8.3 Got a Product to Sell? 5 Things You Should Know About Online Sales</b></p> <p><b>EXERCISES &amp; ACTIVITIES</b></p>

# Ressources pédagogiques sur la culture pop

Les ressources éducatives libres de EPIC placent la culture pop au centre d'une approche innovante et attrayante visant à doter les jeunes NEETS (qui ne suivent ni études, ni formation, ni emploi) d'une formation entrepreneuriale passionnante, de compétences, d'outils et de soutien dont ils ont besoin pour développer une entreprise dans le domaine de la culture pop.



# LAISSEZ-VOUS INSPIRER !

Bordalo II utilise des "déchets" dans la construction d'oeuvres de petite et grande taille qu'il a diffusées dans le monde entier et qui, avant tout, entendent être le véhicule d'un manifeste universel.

L'utilisation d'une technique ayant un fort impact social est devenue l'élément clé pour promouvoir son travail auprès du public.



[bordaloi.com](http://bordaloi.com)





# Module 4

Activités d'apprentissage






# LE JEU 'PRENDRE LE CONTRÔLE DU MONDE'

Si vous pouviez créer une stratégie de contenu et la mettre en œuvre, sans penser à des obstacles tels que le temps et l'argent, qui aiderait votre entreprise et tout un secteur, à quoi cela ressemblerait-il ?

Les jeux de ce type vous permettront d'explorer des pistes de réflexion que vous n'auriez peut-être pas envisagées dans des circonstances normales. Ces nouvelles pistes de réflexion peuvent déboucher sur des idées incroyablement créatives et innovantes





## Définissez votre Persona

Notez les informations relatives à un type de client que votre entreprise possède. Vous pouvez le faire en répondant à des questions comme celles que vous voyez ici. Une entreprise peut avoir plusieurs cibles/personnages, pour lesquels la stratégie de marketing sera différente.

- Quel est l'âge de votre public cible type ?
- S'agit-il principalement de femmes, d'hommes ou d'un mélange équilibré ?
- Sont-ils mariés ou célibataires ? Ont-ils des enfants ?
- Où vivent-ils ? Où travaillent-ils ?
- Quels sont les groupes ethniques prédominants ?
- Quelle est la profession typique et quel est le niveau de revenu ?





# Module 4

Auto-évaluation

# OUTIL D'AUTO-ÉVALUATION POUR LES ENTREPRENEURS




Vous trouverez une évaluation de l'esprit d'entreprise utilisée dans un autre projet ERASMUS+ qui a eu un très bon retour pour ceux qui ont décidé d'explorer le travail indépendant.

Vous pouvez essayer de la remplir et partager les résultats en classe.


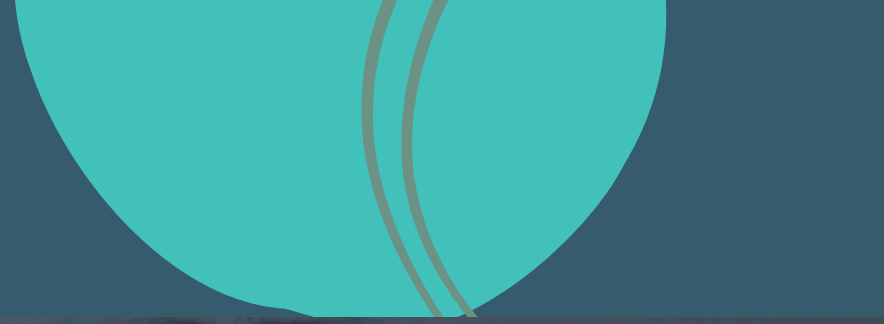
 <https://kuskusproject.eu/>



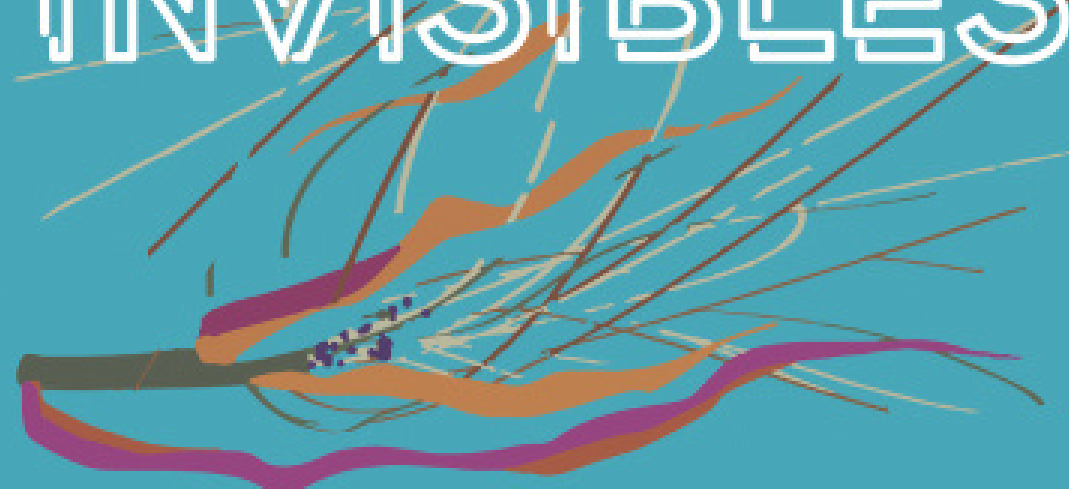


"Ne laissez pas la vision du succès de quelqu'un d'autre vous forcer à vous écarter du chemin sur lequel vous avez travaillé. Tracez votre propre chemin et vous serez toujours dans la bonne direction.

Michelle Phan, Co-fondatrice d'Ipsy



# CREATIVE INVISIBLES



SUPPORTING YOUTH IN URBAN CULTURE

# Merci !

## Creative Invisibles



**Cofinancé par  
l'Union européenne**

Financé par l'Union européenne. Les points de vue et avis exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne sauraient en être tenues pour responsables.