

Stratégie de communication

Général :

Il y a à faire → Jeunes adultes et enfants.

Il y a à voir (et à apprendre) → Adultes passionnés et parents.

Spectaculaire qui laisse un souvenir indélébile.

Expérience unique.

Nouvelles sensations.

Découverte.

Slogan

“LA convention de l’espace et de l’astronomie en Europe”

Nous sommes une convention grand public.

Cibles :

- Adultes passionnés d’astronomie, d’espace.
- Parents qui accompagnent les enfants fans d’astronomie / de l’Espace.
- Jeunes adultes en quête d’activités originales.

Ton :

- Professionnel (En bas du flyers "Événement reconnu par l’ESA").
- Passionné.

Objectifs :

Notre communication à pour but de promouvoir l’événement et développer leur image de marque.

- Le faire connaître et le valoriser, via différents outils de promotion et de communication.
- Faire passer un message sur ce qu’est l’événement. Il y a à faire et il y a à voir. C’est professionnel et grand public. On promeut la découverte, les nouvelles expériences et des sensations uniques

- Montrer les nouveautés exclusives à cette année : Maquette ISS, conférence Alexandre Astier, présence de Amixem et de SpaceFox.

Outils :

- **Concours** : Concours de la meilleure invention. Thème : spatial / astronomie avec subvention à la clef. Option supplémentaire pour la convention. Cela permettra de donner du sérieux à l'évènement et d'attirer d'autres types de personnes ainsi que des potentielles entreprises qui pourraient venir en vue d'un recrutement. Le concours est une attraction principale qui donne une visibilité autre et une crédibilité supplémentaire à l'évènement.

- **Stands** : Sur place pour les exposants, les marques. Publicité faite par les stands eux-mêmes sur leurs réseaux et qui secondairement permettra également à Astrocon de gagner en visibilité. Définir l'évènement comme une convention ouverte aux entreprises indépendantes qui proposent des produits en liaison avec l'espace. L'appel à de grandes marques tels que Rinoshield ou la Fnac en leur proposant des boutiques renforcera la notoriété de l'évènement et de ses partenaires.

- **Réseaux sociaux** : Pré, pendant et post événement/ Twitter Facebook Insta. Les réseaux sociaux sont devenus un incontournable. Facebook est utilisé pour toucher une plus large population, plus âgé que sur les autres réseaux sociaux. Instagram et Twitter pour les plus jeunes.

Publicité ciblée (PPC - Pay Per Click) : Avec Google Ads notamment. Permet de cibler efficacement un groupe de personnes en fonction de la catégorie socio-économique, d'une plage horaire, etc... Les publicités seront diffusées sur les appareils des personnes en fonction de leurs recherches. Ainsi il sera plus aisé de sélectionner des clients potentiels capables de se déplacer jusqu'à l'évènement et surtout ceux appréciant l'univers de l'astronomie. Réseau de diffusion via AdSense. Mots clés en accord avec le SEO pour maximiser le taux réussite et la conversion de clics.

SEO (Search Engine Optimization): Présence de mots clés importants.

L'objectif, être dans la première page pour toute recherche contenant une association de mots "astronomie, spatial, événement, convention" et leurs synonymes. Puis avec un responsive efficace et des temps de chargement courts puisqu'il s'agit d'un site vitrine. Tout cela sera analysable et adaptable selon les besoins grâce à des outils comme Google Analytics.

Newsletter : Communiquer aux abonnés. Envoyer une liste de mails aux abonnés qui se seront inscrits et ont renseigné leurs mails auparavant, lors des anciennes éditions. Les visiteurs ayant apprécié et déjà visité la convention seront mis au courant des nouveautés qu'ils pourraient désirer tester ou des activités qu'ils ont raté lors des années précédentes.

Page dans les magazines ciblés type : *L'Astronomie*, *Sciences & vie*, *Curionaute*, *Ciel & Espace*. Cela nous permettra d'atteindre les fans et les curieux directement. Cela nous offre un moyen de cibler directement nos potentiels visiteurs.

Site internet : Avec des vidéos promotionnelles et infographies. Le site pourra être accessible via les réseaux sociaux. Il sera également indiqué sur les flyers et les affiches. Il aura une dimension internationale ainsi qu'un plan des lieux.