

LA COMMUNICATION PAR L'OBJET QUAND ET COMMENT L'UTILISER

FABIENNE SÉRANDOUR
CONSEIL EN DÉVELOPPEMENT POUR L'AGENCE DU RÊVE DU DOGON



LA MAISON GRECQUE – 16 NOVEMBRE 2010

DEROULE DE L'INTERVENTION

1. La communication par l'objet : une technique publicitaire spécifique et particulièrement efficace.
2. La réussite d'une communication par l'objet repose sur un partenariat éclairé entre l'annonceur et l'agence.
3. Focus sur un processus clef : la validation du bon à tirer.
4. Cas concrets : illustrations tirées des domaines du tourisme et de l'événementiel.

Ce qui distingue la communication par l'objet des autres techniques publicitaires :

- ⇒ Son accessibilité financière et géographique
- ⇒ Son adaptabilité à tous les publics et à toutes les occasions
- ⇒ La variété infinie de ses supports
- ⇒ Ses possibilités de personnalisation
- ⇒ Sa durée de vie
- ⇒ Son ancrage émotionnel
- ⇒ Sa surexploitation.

Une communication réussie est basée sur un partenariat éclairé :

L'annonceur / client apporte sa réflexion sur :

- ⇒ L'identité de son organisation et l'image recherchée
- ⇒ La typologie et les attentes de ses clients cibles
- ⇒ L'objectif et la logistique de l'opération cadre
- ⇒ Les contraintes budgétaires vs les enjeux de la communication.

Et des éléments concrets tels que :

- ⇒ Sa charte graphique (déclinaison des logos, couleurs, typographie...)
- ⇒ Des plaquettes publicitaires et institutionnelles
- ⇒ Des exemples d'objets déjà réalisés et/ou modèles.

Une communication réussie est basée sur un partenariat éclairé :

L'agence de communication par l'objet met à la disposition de l'annonceur :

- ⇒ Un accompagnement à l'analyse de besoins si nécessaire
- ⇒ Un conseil personnalisé et pertinent basé sur de nombreuses opérations menées dans des configurations variées
- ⇒ Un savoir-faire :
 - “ La connaissance du marché et des tendances
 - “ La maîtrise des techniques de personnalisation
 - “ Un réseau de professionnels fiables et un contrôle qualité
- ⇒ Le service après vente.

Un processus clef à mettre sous contrôle : le bon à tirer (BAT)

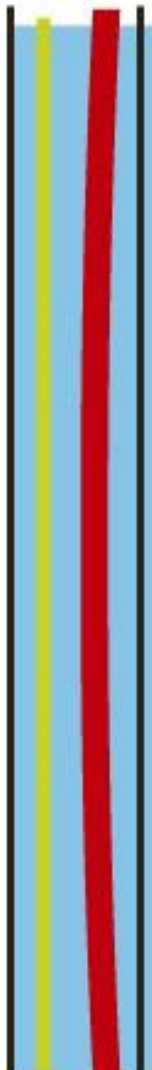
Un BAT est un document contractuel qui doit être contrôlé avec attention par l'annonceur car sa validation engage sa responsabilité :

- ⇒ La date, le nom de la société et du contact donneur d'ordre
- ⇒ La désignation exacte du produit et la quantité commandée
- ⇒ Le type de marquage choisi : sérigraphie, tampographie....
- ⇒ La taille et l'emplacement du marquage
- ⇒ Les références pantone des coloris utilisés
- ⇒ Un visuel du produit avec le marquage à échelle
- ⇒ La signature du donneur d'ordre.



LE RÊVE DU DOGON
Communication par l'objet

16 rue de Montreuil - 75011 PARIS
Tél : 01 44 74 94 40
Fax : 01 43 47 33 62
E-mail : contact@revedudogon.com



Exemple de BAT

GUEST and STRATEGY

Jérôme Forget

Paris, le 19 mars 2010



www.gueststrategy.com

Boite bonbon / Réf : KC6636-06

Nombre de pièces : 250

Type de marquage : Tampographie

Taille du visuel : 38 x 30 mm

Couleurs : Bleu

<input checked="" type="checkbox"/> Process Cyan	<input type="checkbox"/> Pantone
<input type="checkbox"/> Pantone	<input type="checkbox"/> Pantone

Modifications :

Date :

Bon pour accord.

Signature et Cachet.

Toute modification au delà de deux vous sera facturée 20 € HT. Nous vous demandons de vérifier ce BAT. Nous ne pourrions être tenus pour responsable pour toute erreur après validation de ces éléments.

En cas de modifications, veuillez les apporter sur ce document.



LE RÊVE DU DOGON
Communication par l'objet



Quelques cas concrets dans les domaines du tourisme et de l'événementiel

- Safaris Okavango
- Hôtel de Crillon
- Le Paris Saint-Germain Football Club

ILLUSTRATION N°1

Annonceur : « Safaris Okavango », une agence de voyage spécialisée dans les safaris en Afrique du Sud

Brief : Le client est une agence qui vient d'ouvrir et qui propose des safaris de luxe à une clientèle haut de gamme. Elle recherche un cadeau à offrir à ses premiers clients, qualitatif et utile, rappelant l'univers des safaris (objet n°1) et une petite pochette renfermant les billets d'avion remis à l'aéroport aux participants comme cadeau récurrent à distribuer à chacune de ses opérations (objet n°2) .

Quantité : une trentaine de pièces pour l'objet n°1 et 200 pièces pour l'objet n°2

Budget global : entre 1000 et 1 500 €



LE RÊVE DU DOGON
Communication par l'objet



La solution du Rêve du Dogon pour l'objet n°1 (offert aux premiers clients)

- ⇒ Des besaces
- ⇒ En canevas de coton délavé
- ⇒ Dans un coloris sable naturel
- ⇒ Avec un marquage brodé





LE RÊVE DU DOGON
Communication par l'objet



La Solution du Rêve du Dogon pour l'objet n°2 (offert à tous les clients) :

- ⇒ Des pochettes à rabat pouvant contenir les billets d'avion
- ⇒ En nylon
- ⇒ Dans un coloris sable naturel
- ⇒ Avec un marquage sérigraphié



LE RÊVE DU DOGON
Communication par l'objet



ILLUSTRATION N°2

Annonceur : Hôtel de Crillon

Brief : Le célèbre palace parisien souhaite réaliser un objet unique destiné à être offert par les commerciaux lors de leurs déplacements, ce dernier pourra éventuellement se retrouver dans la boutique de l'hôtel. Il doit être qualitatif afin de refléter l'image du palace mais respecter un budget très serré.

Quantité : 2 000 pièces

Budget global : 2 000 €

La solution du Rêve du Dogon :

- ⇒ Un bijou de portable fabriqué sur mesure
- ⇒ En forme du logo de l'hôtel
- ⇒ De coloris or
- ⇒ Avec un cordon en coton de coloris chocolat.



ILLUSTRATION N°3

Annonceur : Paris Saint-Germain Football Club

Brief : Dans le cadre des prestations offertes au sein des loges VIP du Parc des Princes, un cadeau est remis à à chaque invité lors de tous les matchs du PSG à domicile, soit 19 événements annuels.

Il faut trouver chaque année 19 produits différents, originaux, utiles et d'aspect qualitatif destinés à une cible majoritairement masculine. Chaque produit doit intégrer le logo du PSG ainsi que la journée de championnat et l'adversaire rencontré afin de le «millésimer».

Quantité : 850 pièces / match

Budget global : 64 600 € / an

La solution du Rêve du Dogon :

- ⇒ Un sourcing extensif et ciblé pour permettre au client de choisir 19 produits différents dans un temps réduit
- ⇒ La réalisation des 19 BAT pour un marquage mis sous contrôle lors d'un contrôle client unique
- ⇒ Une production échelonnée qui permet des livraisons match par match sans gestion de stock pour le client



Bougeoir offert pour PSG / Grenoble



LE RÊVE DU DOGON
Communication par l'objet




**Allume-tout
« Paul Bocuse »
offert pour PSG / Lyon**



**Limonadier
offert pour PSG / Bordeaux**





Le Cercle des Voyageuses
et l'agence du Rêve du Dogon
vous remercient de votre attention
et sont à votre disposition
pour répondre à vos questions