

Plan de communication

Stratégie de communication

I) Analyse de la situation

Créer une application web permettant de suivre et encourager les gestes écologiques et responsables des utilisateurs au sein de leur entreprise.

Notre idée est d'utiliser la gamification pour accompagner les entreprises dans leur démarche RSE. Chaque collaborateur reçoit tous les matins une liste de 3 tâches à effectuer dans la journée. Ces tâches sont rapides et simples pour éviter qu'elles ne prennent trop de temps sur la journée de travail du collaborateur (ex : Supprimer 10 mails inutiles, Éteindre son PC complètement avant de partir, etc...).

À chaque tâche validée, le collaborateur reçoit des points symbolisant son engagement au sein de l'entreprise. Ses points s'ajoutent aux points communs de l'entreprise qui permettent de faire un classement inter-entreprises pour une compétition saine.

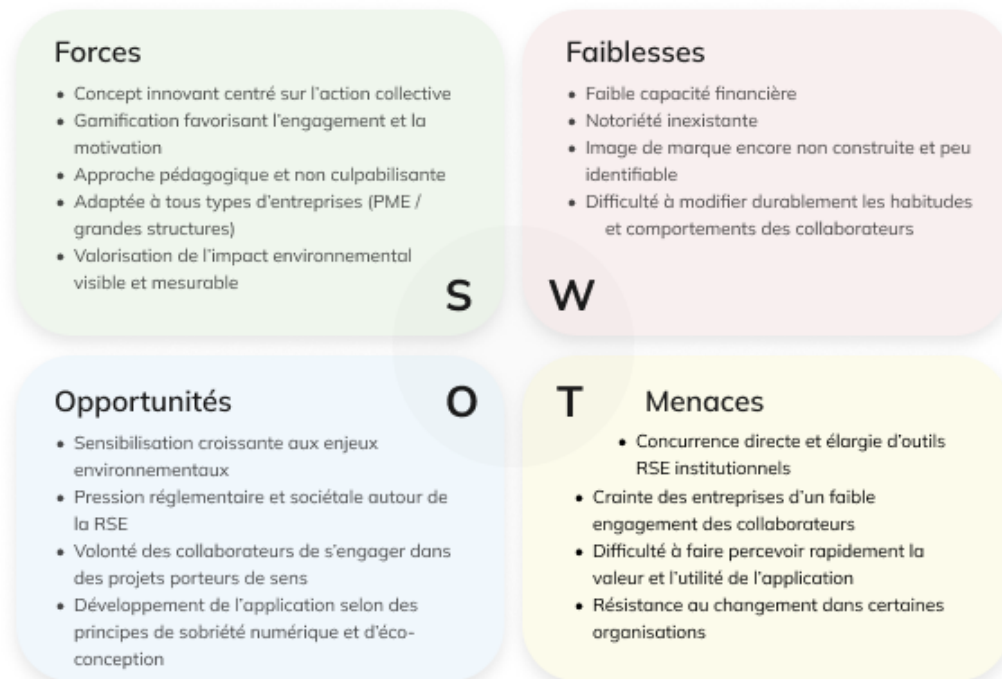
Forces : Aujourd'hui, de plus en plus d'entreprises prennent conscience de l'impact écologique de leur activité et souhaitent devenir plus "vert". L'arrivée d'une application permettant de les aider à obtenir une certification RSE peut être une opportunité pour les entreprises qui sont en pleine conversion.

Faiblesses : Nous sommes une startup donc notre crédibilité et réseau sont assez faibles. Il reste encore des entreprises qui ne veulent pas s'engager à 100% dans leur transition écologique.

Opportunités : La hausse de la taxe carbone de ces dernières années peut faire changer d'avis les entreprises qui étaient le plus récalcitrantes à s'engager dans leur démarche écologique.

Faiblesses : Certaines entreprises ne veulent pas forcément se lancer dans les démarches RSE par manque de temps, de connaissances ou de budget.

Autrement dit, nous pouvons résumer la matrice SWOT sous cette forme :



Pour analyser la situation de HOP, nous nous appuyons sur le contexte actuel face aux enjeux environnementaux et sur la responsabilité sociétale des entreprises; la complexité perçue de la RSE dans les organisations, en particulier les PME; le positionnement innovant de HOP : collectif, action concrète, impact visible; les usages numériques actuels (applications, mobile, gamification). HOP permet aux collaborateurs de comprendre leur rôle, d'agir individuellement et de visualiser l'impact collectif de leurs actions. HOP facilite l'adhésion des équipes et transforme une contrainte perçue (écologie, RSE) en levier de motivation et de cohésion interne.

II) Définir ses objectifs

Objectif conatif : Accompagner 10 entreprises dans leurs démarches RSE, de la sensibilisation dans l'entreprise au dépôt de leur candidature d'ici 1 an après le lancement de l'application.

Objectif cognitif : D'ici le dépôt de la candidature pour la certification RSE, au moins 80% des employés seront capables d'expliquer la démarche RSE et ce qu'ils ont fait pour aider leur entreprise à obtenir la certification.

Objectif affectif : Après l'obtention du certificat par l'entreprise, au moins 70% des employés s'engagent à continuer leurs démarches RSE, mesuré par un sondage au sein de chaque entreprises.

Tous ces objectifs sont spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporels (SMART).

III) Positionnement

Place pour les consommateurs : HOP est la première application web qui transforme la transition écologique et énergétique d'une entreprise en un défi collectif. Grâce à HOP la démarche RSE n'est plus une contrainte administrative mais une mission ludique où chaque collaborateur devient un acteur de la certification.

Place sur le marché : La ou la majorité des outils présents sur le marché sont complexes et déconnectés du terrain, HOP se positionne comme la seule solution où la transition RSE d'une entreprise est basée sur l'action collective et volontaire des collaborateurs via la gamification de l'application.

IV) Identifier et comprendre sa cible

Définir sa cible : Notre application s'adresse au PME et ETI européennes, qui n'ont pas la certification RSE.

Concurrents :

- **EcoVadis** : EcoVadis envoie un questionnaire à l'entreprise qui permet de "noter" ses performances RSE. En fonction de son score, elle reçoit des médailles (bronze, argent, or). EcoVadis ne délivre pas et n'aide pas ses entreprises à obtenir le certificat RSE mais délivre simplement une notation puissante sur le marché. Plus de 150k entreprises ont été évaluées par EcoVadis, dont de grands groupes comme l'Oréal.
- **BlueKango** : BlueKango est une SAS qui aide les entreprises dans leurs démarches RSE. Ils centralisent des données importantes comme des factures ou des documents RH, et accompagnent les entreprises sur les points à améliorer dans leur démarche RSE. Contrairement à ecovadis qui note les entreprises, BlueKango les prépare au passage d'un organisme de notation.

Le marché : Nous opérons sur le marché du numérique éco-responsable (ou Green Computing en anglais) auprès des PME et ETI. Nous les accompagnons dans leurs démarches RSE en vue d'une certification par un organisme agréé.

Pourquoi nous ? La plupart de nos concurrents s'adressent aux dirigeants tandis que nous nous adressons directement à 100% des employés d'une entreprise avec notre application. Ce que nous voulons, c'est que les collaborateurs des entreprises voient les démarches RSE comme étant rapides et ludiques pour transformer les démarches RSE en un plaisir plutôt qu'une contrainte.

V) Définir son message et son axe de communication

Le message de HOP : Faites de votre engagement écologique un jeu d'équipe. Avec HOP, 100% de vos collaborateurs deviennent des acteurs quotidiens de votre certification RSE.

L'axe de communication choisi repose sur la transformation de la contrainte en moteur de cohésion. Contrairement aux approches traditionnelles descendantes ou purement administratives , nous communiquons sur une approche ascendante et participative.

Cet axe se décline autour de trois piliers narratifs :

- **La Gamification comme levier d'engagement :** Valoriser l'aspect ludique ("Serious Game") pour lever les résistances au changement et rendre l'écologie désirable au quotidien.
- **L'Impact Individuel au profit du Succès Collectif :** Démontrer que chaque petit geste validé (suppression de mails, extinction des PC) alimente un score global, renforçant le sentiment d'appartenance et la culture d'entreprise.
- **La Certification par l'Action :** Positionner l'application non pas comme un simple outil de mesure, mais comme le moteur concret qui prépare et justifie l'obtention d'une certification RSE grâce à l'implication de 100% des collaborateurs.

Slogan de campagne : *"Ne subissez plus votre transition RSE, jouez-la ensemble avec HOP."*

VI) Canaux de communication

HOP est une application B2B, donc nous nous adressons aux entreprises et chefs d'entreprise.

Pour communiquer sur notre application, nous pouvons passer par des réseaux sociaux comme LinkedIn pour toucher les chefs d'entreprise et/ou DRH. Nous pouvons également passer par d'autres réseaux comme Facebook ou Instagram, mais plutôt pour l'image de marque que pour s'adresser directement à nos futurs clients.

Pour rester sur la communication digitale, nous allons aussi utiliser notre site vitrine. Son rôle sera de présenter l'application, répondre à certaines questions et convertir les prospects en clients.

HOP pourra également être présent sur des salons B2B, comme Produrable ou Vivatech, qui rassemblent plusieurs dizaines d'entreprises, pouvant être intéressées par nos services. De plus, ces salons peuvent être très pratiques pour développer notre réseau via le bouche à oreille et donc trouver de nouveaux clients.

Pour finir nous pourrions également mettre en place des campagnes d'emailing pour cibler plus précisément des entreprises ou un secteur d'entreprise, et trouver des clients.

VII) Budget

Dépenses directes :

- Déplacements pour les salons B2B (primes de déplacements, frais de déplacement, stands, etc...)
- LinkedIn Ads, Google Ads, etc... pour faire connaître notre application plus rapidement
- Outil d'emailing : la plupart des outils d'emailing étant payants, il faut prévoir une partie du budget pour les abonnements.

Ressources humaines :

- Création de contenu : temps passé à rédiger les posts pour les réseaux sociaux (linkedin, facebook...)
- Community Management : temps passé à répondre aux commentaires et messages privés sur les réseaux sociaux pour développer notre relation avec de potentiels clients.
- Gestion commerciale : temps nécessaire pour convertir les prospects en clients.

Exemples de Missions

on part du principe que on prends la certification Label LUCIE 26000

donc on va prendre en compte :

- l'effort
- la fréquence
- l'impact potentiel
- la valeur "preuve"

Missions quotidiennes :

- ❖ facile (8pts)
- ❖ moyen (10pts)
- ❖ preuve utile (12pts)
- ❖ → Lire un post RSE + partager 1 point clé (trace d'engagement).

Niveaux :

en partant du principe qu'on fait ça sur 1 an, 3 missions/jour x 5 jours x 10 pts = environ 150 points

1 missions hebdo en moyenne environ 60 points / semaine

1 missions précise toutes les 2 semaines environ 60-75 pts par semaine

total moyen = 270-285 pts / employé engagé

sur 52 semaines environ 14 000 pts/an si on est régulier

seuils de niveaux :

1. Niveau 1 : 300
2. Niveau 2 : 800
3. Niveau 3 : 1500
4. Niveau 4 : 2500
5. Niveau 5 : 3800
6. Niveau 6 : 5400
7. Niveau 7 : 7200

- 8. Niveau 8 : 9200
- 9. Niveau 9 : 11 500
- 10. Niveau 10 : 14 000 -> accès à la demande de certification

ça correspond ici a environ 1 an de travail régulier

quand une mission collective atteint un taux de participation de :

Style event (clash royal)

>30% des employés x1,1

>50% x1.2

>70% x 1.3

Les streaks :

7 jours consécutifs → bonus 30pts

4 semaines consécutives → bonus 200 pts

si l'entreprise tient 3 semaines d'affilée on ajoute un bonus fixe de 500pts pour l'entreprise avec un badge pour le streak

et +50 pts pour chaque participant

Mission quotidiennes :

Missions	Difficulté	Points
Vérifier et éteindre les lumières inutiles en quittant une salle	Moyen	10
Débrancher les chargeurs non utilisés	Facile	8
Supprimer 10 à 20 mails inutiles	Moyen	10
Utiliser une gourde au lieu d'une bouteille jetable	Facile	8
Apporter sa tasse	Facile	8

personnelle		
Vérifier le tri des déchets au bureau	Moyen	10
Dire merci ou valoriser un collègue aujourd'hui	Facile	8
Faire une micro-pause étirement dans la journée	Facile	8
Lire un post dans le fil d'actualité (faire une automatisation n8n pour poster des posts dans le fil d'actualité) sur la RSE et en partager un point clé	Preuve	12
Éteindre complètement son PC et son écran en fin de journée	Moyen	10

Missions 1 fois par semaine :

Missions	Points
Venir à pied / vélo / transports 1 fois dans la semaine	60
Organiser un covoiturage ponctuel	90
Apporter son repas maison 1 fois	50
Utiliser uniquement gourde + tasse toute la semaine (zéro gobelet/bouteille)	80
Partager 1 astuce RSE dans le fil d'actualité	40

Missions précises :

Missions	Points
Désactiver les notifications inutiles (énergie numérique)	80
Imprimer/photocopier uniquement si nécessaire (semaine “zéro impression” ou réglage d’habitude)	120
Utiliser en priorité les fournitures déjà ouvertes	100
Vider la corbeille + nettoyer fichiers obsolètes	120
Supprimer les doublons sur le drive partagé	150
Nettoyer son agenda des réunions inutiles	150

Le texte :

Template :

Titre : Mission accomplie !

Texte : + x pts & + x co2 g évités

Version générique :

« Bien joué ! Tu fais avancer l’équipe. »

« Petit geste, grand effet. Continue ! »

« Check + x points pour toi et l’entreprise. »

« Tu viens de gagner x pts. On monte d’un étage ! »

« Action validée ! Merci pour l’engagement. »

« Nice ! La régularité, c’est ça qui compte. »

« + x pts ajoutés au score entreprise. Let’s hop ! »

« Mission validée : impact enregistré. »

« +{co2} g CO₂ évités. Chaque gramme compte. »

« Tu viens d'économiser ~{co2} g CO₂. Bravo ! »

« Impact mesuré : ~{co2} g CO₂ en moins. »

« Ton compteur CO₂ grimpe dans le bon sens ! (+{co2} g) »

Éteindre les lumières

« Lumières off +{points} pts. On garde l'énergie pour l'essentiel. »

« Salle éteinte, impact réduit. Bien vu ! »

Débrancher chargeurs

« Chargeur débranché +{points} pts. Zéro gaspillage. »

« Bonne habitude prise : c'est propre. »

Supprimer 10–20 mails

« Boîte mail allégée +{points} pts. Moins de bruit, plus d'efficacité. »

« Nettoyage fait : ton numérique respire. »

Gourde (pas de bouteille)

« Gourde > bouteille +{points} pts. Tu tiens le rythme ! »

« Un jetable évité, un pas gagné. »

Tasse personnelle

« Tasse perso +{points} pts. Team réutilisable ! »

« Café sans déchet : validé. »

Vérifier le tri

« Tri vérifié +{points} pts. Merci pour le geste propre. »

« Bien trié = mieux recyclé. »

Dire merci / valoriser

« Merci envoyé +{points} pts. L'impact humain compte aussi. »

« Tu boostes le collectif. Respect. »

Micro-pause étirement

« Pause ok +{points} pts. Prendre soin de soi, c'est durable. »

« Recharge rapide : tu repars mieux. »

Lire post RSE + partager

« Partage fait +{points} pts. Tu diffuses le bon réflexe. »
« Informé + utile : c'est comme ça qu'on progresse. »

Éteindre PC + écran

« PC éteint +{points} pts. Fin de journée clean. »
« Tu fermes la journée en mode responsable. »

Hebdomadaires

Venir à pied/vélo/TC

« Trajet plus clean +{points} pts. Ça, c'est du concret ! »
« Mobilité validée : tu fais bouger l'entreprise. »

Covoiturage ponctuel

« Covoiturage organisé +{points} pts. Impact x collectif. »
« Partager un trajet, c'est doubler l'effet. »

Repas maison / éviter emballage

« Repas maison +{points} pts. Moins d'emballage, plus de bon sens. »
« Un jetable en moins, mission réussie. »

Zéro gobelet/bouteille semaine

« Semaine zéro jetable +{points} pts. Niveau solide ! »
« Discipline de champion : tu assures. »

Partager une astuce RSE

« Astuce partagée +{points} pts. Tu tires tout le monde vers le haut. »
« Le collectif progresse grâce à toi. »

Précises

Désactiver notifications

« Notifs réduites +{points} pts. Sobriété numérique activée. »
« Moins d'interruptions = plus d'efficacité. »

Imprimer seulement si nécessaire

« Impression maîtrisée +{points} pts. On imprime l'essentiel. »
« Papier économisé, mission validée. »

Utiliser fournitures déjà ouvertes

« Fournitures optimisées +{points} pts. Rien ne se perd. »
« Bravo : tu évites du gaspillage invisible. »

Vider corbeille + fichiers obsolètes

« Nettoyage terminé +{points} pts. Ton espace est clean. »
« Moins de stockage inutile : bon réflexe. »

Supprimer doublons drive

« Doublons supprimés +{points} pts. Drive allégé, équipe gagnante. »
« Merci : tu rends le partage plus fluide. »

Nettoyer agenda réunions inutiles

« Agenda optimisé +{points} pts. Du temps rendu à l'équipe. »
« Réunions utiles seulement : mission premium. »

Streak individuel (ex : 3 jours, 7 jours, 4 semaines)

3 jours : « 🔥 3 jours d'affilée ! La routine s'installe. »
7 jours : « 🔥 7 jours ! Tu deviens un modèle. Bonus +{bonus} pts. »
14 jours : « 💪 2 semaines ! Ça, c'est de la constance. »
4 semaines : « 🏆 1 mois de streak ! Bonus +{bonus} pts et badge débloqué. »

Streak entreprise (participation collective)

« 🏆 Streak collectif ! L'entreprise vient de gagner +{bonus} pts. »
« 🚀 On avance ensemble : bonus x{mult} cette semaine ! »
« 🏢 Équipe soudée : le gratte-ciel monte plus vite. »

Badge streak sur gratte-ciel (apparition visuelle)

« 🏆 Nouveau badge sur le gratte-ciel : {nom_streak}. »
« ✨ Trophée collectif affiché : vous l'avez mérité. »

Mini pop-up

Titre : « 🎉 Niveau {n} atteint ! »
Texte : « Bravo ! Ton impact personnel progresse et l'entreprise monte d'un étage. »
CTA : « Voir le nouveau badge »

Variantes

« Nouveau niveau débloqué : tu prends de la hauteur ! »
« Tu viens de passer un cap. Continue comme ça. »
« Ton compteur personnel grimpe, et l'équipe aussi. »
« Niveau {n} : badge débloqué »

Spécial niveau 10 (démarche label)

« 🏆 Niveau 10 atteint ! Vous êtes prêts à lancer la démarche de labellisation RSE. »

Accueil : « Encore {x} pts pour atteindre l'étage suivant. »

Profil : « Ton impact : {pct}% du score entreprise. »

Fil d'actu : « Un geste partagé = une équipe qui avance. »

Missions : « 3 missions/jour, 3 missions bonus/semaine : à toi de jouer. »

Le niveau des collaborateurs

Le niveau du collaborateur se calcul en fonction de ses points dans la BDD. Imaginons qu'il ait 450 points que le nombre de points qu'il faut pour passer niveau 2 est de 400 alors il sera niveau 2.

Niveau	Points requis (Palier)	Total cumulé	Temps estimé (Joueur Actif)
1	0 pts	0 pts	Départ
2	300 pts	300 pts	~10 jours

3	500 pts	800 pts	~1 mois
4	700 pts	1 500 pts	~2 mois
5	900 pts	2 400 pts	~3 mois
6	1 100 pts	3 500 pts	~4 mois
7	1 300 pts	4 800 pts	~6 mois
8	1 600 pts	6 400 pts	~8 mois
9	1 800 pts	8 200 pts	~10 mois
10	2 000 pts	10 200 pts	12 mois (1 an)

Scénario

L'application permet aux entreprises de mobiliser leurs collaborateurs autour de gestes RSE du quotidien via un système de missions et de points.

Chaque employé reçoit chaque jour 3 missions journalières (ex. éteindre son PC en partant, supprimer des e-mails inutiles). Une fois par semaine, il reçoit aussi 3 missions spéciales, qui rapportent davantage de points.

Quand une mission est réalisée, des points sont attribués :

- au compteur personnel de l'employé, pour visualiser sa contribution individuelle,
- et au score collectif de l'entreprise, qui regroupe les points de tous les employés.

Le score collectif est représenté sur la page d'accueil par un gratte-ciel : on y voit l'étage atteint, le score total, le nombre de points restants pour passer à l'étage suivant, ainsi que le badge associé à l'étage. Cette représentation sert à rendre la progression visible et à renforcer la cohésion d'équipe.

L'application intègre également un système de streaks : lorsqu'une action est répétée plusieurs semaines d'affilée (ex. éteindre la lumière), un badge apparaît sur le gratte-ciel. Plus il y a d'employés qui participent au streak, plus il y a de badges affichés, et des bonus de points peuvent être accordés.

À partir d'un certain palier (par exemple niveau 10), l'entreprise peut lancer la démarche d'obtention du certificat RSE.

assets à faire :

- badge des 10 niveaux
- badge de chaque mission pour les streak et leur niveau x2 x3 x4 etc
- gratte ciel en 3d
- nuages
- mascotte
- avatar de profil
- des bulles, vignettes et autre éléments graphiques pour afficher sur la télé de l'entreprise les statistiques comme la consommation avant et après
- faire des badges qu'on peut utiliser pour prendre notre petit cadeau (café, restauration etc)

<https://canva.link/8lri1sbi8s9yfbc>