

BUSINESS CASE

STRATEGIE DE COMMUNICATION - Luxe

Art Topia - Septembre 2009 à Février 2010

1 Contexte stratégique / Problématique de l'entreprise

- Groupe de 4 entités distinctes
- Un concept original et novateur à valoriser
- Des clients institutionnels et particuliers de très haut de gamme
- Une volonté d'homogénéiser la communication existante et de créer de nouveaux outils
- Une volonté d'impliquer les collaborateurs dans cette démarche

2 Analyse et préconisations

- Audit de l'existant
 - . Méthode In-Out-In
- Etude de marché
- Elaboration d'une stratégie de communication
- Réflexion autour de la démarche ISO 14001
- Proposition d'un plan d'actions de communication
- Refonte des outils existants et création de nouveaux outils de communication

3 Résultats

- Des outils online et print homogènes
- Une communication distincte pour chaque entité du groupe agrémentée d'un fil conducteur les reliant les unes aux autres
- Une participation réussie au salon du patrimoine culturel au Carrousel du Louvre à Paris
- La signature d'un contrat avec un réalisateur de séries télévisées
- Des événements internes forts et des outils de communication interne dynamiques