

Etude de la Stratégie Marketing de l'association Ubuntu-TN

Nabeul le 6 août 2011

Introduction :

Ce document présente l'étude de la démarche à suivre pour promouvoir l'association Ubuntu-TN, dans les mois à venir. Il est axé sur le principe de la prolifération du rôle virtuelle de l'association.

Table des matières

Introduction	1
1) Buts	2
2) Population visée	2
3) Classement des personnes présentes dans l'association	2
4) Stratégie et Intérêt de viser la catégorie « Fans »	2
5) Le site Web	4
6) Axes de motivations et du marketing	4
7) Ressources	5
8) Notes importantes.....	5
Conclusion	6

1) Buts :

- Recruter le plus grand nombre de personnes actives qui peuvent participer à l'évolution de l'association.
- Elargir le nombre de la communauté Ubuntu en Tunisie.
- .-S'inscrire dans le cadre de l'une des visions majeurs de l'association qui est la promotion de Ubuntu en Tunisie.

2) Population visée :

Par ordre de priorité, la population visée par l'association est constituée par :

- Les techniciens et ingénieurs informatiques, les personnes qui peuvent être intéressées par l'utilisation professionnelle de Ubuntu.
- Les étudiants, les lycéens, les élèves,....
- Tout tunisien usant d'un ordinateur....

3) Classement des personnes présentes dans l'association :

- 1) **Les «Leaders»** (Ils participent dans les tâches mais leur mission c'est guider, organiser, partager les tâches entre les membres actifs...)
-> L'organisation étant un facteur majeur de réussite car « vaut mieux user d'un potentiel faible avec une bonne organisation que gâcher un énorme potentiel avec une mauvaise »
- 2) **Les «Membres actifs»** (Ils participent régulièrement et réalisent les tâches qui leur sont confiées)
- 3) **Les «Fans»** (Des personnes assez passives qui sont présentes sur le groupe mais on ne les voit que pour demander un service ou une question. Souvent, elles promettent de venir à la réunion mais ne viennent pas faute de temps ou de motivation)
->C'est la population essentiellement visée par cette étude, l'intérêt de les viser viendra dans le prochain paragraphe.

4) Stratégie et Intérêt de viser la catégorie « Fans » :

Etape 1 :

Créer une page Facebook et Regrouper le plus grand nombre de «Fans».

Etape 2 :

Promouvoir Ubuntu l'OS, Ubuntu-TN l'association, les projets en cours, le site Web

Rechercher des sponsors et des dons pour la prolifération des activités de l'association. (A long terme)

Etape 3 (Vision) :

Les «Fans » peuvent être des membres actifs potentiels où même des Leaders.

Les «Fans» peuvent nous faire de la publicité dans le réseau social Facebook pour recruter de nouveaux Fans, membres où Leaders par un simple « J'aime » et « Partager »

Contenu de la page :

La page serait en français mais encore en Arabe et parfois Arabe Tunisiens pour que l'internaute soit plus touché par nos spots publicitaires.

La page aura pour rôle -comme cité en haut- la promotion du groupe et de sa vocation, elle peut contenir :

-Des informations sur les projets en cours...

-Des images simples à partager accompagnées par des messages du genre :

1) « Vous avez marre d'avoir des Virus, vous voulez surfer en toute sécurité sans avoir à chercher un Anti-Virus piraté de chez Foulén.... ?! Optez pour Ubuntu ! »

2) Spots publicitaires « Rejoignez-Nous....Communauté Ubuntu-TN nous avons pour vocation la promotion de l'OS Libre Ubuntu ... »

3) Des messages marrants sur les bugs de Windows...

4) Des flashs éducatifs (petits paragraphes avec une image) à chaque fois sur quelques notions de bases de Ubuntu, histoire de familiariser les internautes tunisiens avec cet OS.

N.B : Pourquoi une page s'impose avec le site et on a déjà un groupe ?

Un groupe, tu lui accèdes et c'est une forme d'engagement mais une page il suffit que tu cliques j'aime et c'est elle qui accède à ton Mur et elle nous aide à atteindre les personnes visées.

Tout le monde ne sera pas toujours motivé pour accéder au site, encore au Mailing List. Mais, si tu publies les liens vers les articles intéressants du site sur la page, il y aura plus de chance pour que les « Fans » y accèdent.

Pour les personnes occupées ou non motivées c'est une manière d'aller jusqu'à eux pour multiplier nos chances de se faire connaître.

5) Le site Web :

La mise en ligne du site Web s'impose d'urgence pour la promotion de l'association. Le plus tôt, il sera en ligne, le plus nous aurons des chances de recruter des personnes motivées.

Je propose un site dans la semaine à venir qui présente les onglets suivants :

Accueil : Bienvenue,....etc. (Site en cours de construction)

Qui sommes-nous ? : Liste des personnes engagées pour le projet et une présentation de l'idée de l'asso

Vocation : Promotion du Libre

Intérêt informatique, économique, politique, ... etc.

Rejoindre l'équipe : Mailing List, Groupe FB, page FB,....

Projets en cours : Pour le moment, on écrit :

-Le site et les détails qui le concernent déjà écrit dans le doc en ligne

N.B : Même un site du genre google.com/qlqch fera l'affaire en attendant que le contenu du site soit prêt avec le statut pour qu'on le présente sur CD à l'ATI et on acquiert le nom de domaine et l'hébergement gratuits. (...ORG.TN) où même un (UBUNTU-tn.tk) entre temps.

L'important, lorsqu'un tunisien tape « Ubuntu Tunisie », Google le guide vers notre site qui s'ouvre pour lui, même si il est en voie de construction.

6) Axes de motivations et du marketing :

La campagne publicitaire sur le net et essentiellement sur FaceBook, dans un premier stade. Elle serait basée sur certains Leitmotivs axés comme suit :

-Axe informatique : Système plus sécurisé, moins de bugs, Libre donc tu peux le modifier à ta guise....

-Axe professionnel : Système de plus en plus répandue dans les boîtes de développements, se familiariser avec cet SE augmente tes chances d'être recruté,...

-Axe académique : Utilité et importance de Ubuntu dans plusieurs Universités Tunisiennes.

-Axe économique : SE gratuit donc moins de dépenses pour payer les frais Windows,...

-Axe politique : Réduire notre dépendance par rapport à l'occident notamment les États-Unis en optant pour un SE et des logiciels libres.

-Axe religieux (Morale) : Pour ceux qui ne préfèrent pas utiliser des logiciels et des SE piratés.

7) Ressources :

Puisque la collecte des fonds est l'un des buts de cette campagne publicitaire, l'analyse des sources potentielles de fonds s'impose :

-Une fois l'association a son statut, si l'adhésion serait payante à un prix symbolique, comme 10DT par exemple, ce sera une source potentielle.

-Des google-Ads sur le site Ubuntu-TN à mettre sans tarder (bien entendu si ceci ne s'oppose pas aux principes de l'association).

-Des dons des membres, des sponsors tunisiens,...Sources assez redoutées avec la crise économique du pays...

-Des fonds étatiques peuvent être envisageables, à long terme, car ce projet s'inscrit dans les directives du pays.

-Des fonds étrangers peuvent aussi être envisageables, à long terme, mais on doit les chercher.

-Vente de Tee-Shirts, CD, Sacs à dos,... Ubuntu-TN et puis toutes les idées de collecte de fonds qu'appliquent les Ubuntu'iens à travers le monde.

→ Ainsi, promouvoir la page FaceBook pourrait promouvoir la vocation de l'association et engendrera au moins l'adhésion de nouveaux membres comme but à court terme.

8) Notes importantes

- La campagne commencera par viser les ingénieurs et les techniciens et donc on commencera par exemple à contacter tous les responsables des pages FB d'écoles d'ingénieurs : EPT, SupCom, ENSI,pour une publicité.

- La pub « bouche à oreille » ou encore « Mur à Mur » est l'une des stratégies majeures pour réussir notre campagne.

- Le groupe demeure actif pour les professionnels tandis que la page pour les novices. Donc, la page optera pour un langage abordable par une personne ordinaire.

- Les membres actifs qu'on cherche à recruter ne sont pas forcément des informaticiens, On a besoin aussi de journalistes, avocats, infographistes, Administrateurs pour la page Marketing, lycéens et étudiants motivés....etc.

Et cette idée doit être bien claire dans l'onglet « Rejoindre l'équipe » et « Qui sommes-nous ? », afin de ne pas démotiver ces catégories à nous joindre.

-L'équipe « Sabily » représente un grand nombre de tunisiens. Je crois qu'ils seront en mesure de contribuer dans cette campagne si l'on arrive à leur proposer des tâches simples car ils sont déjà très occupés.

Conclusion :

A partir de cette étude, on peut élaborer un planning des activités de l'équipe Marketing :

1-La page FaceBook : à créer dans les heures à venir, avec quelques spots publicitaires dans la page à partager sur tout le réseau FaceBook.

But : Atteindre des milliers de Fans d'ici la fin du mois en cours.

2-Le site : Un site basique doit être effectif, au plus tard, au cours de la semaine à venir. Le contenu basique serait essentiellement quelques descriptions motivantes pour l'internaute tunisien à rejoindre l'équipe.

3-Le statut de l'association : Une personne où plus s'en occupe mais ce n'est pas vraiment urgent du point de vue Marketing pour le moment.

4- Les activités de l'association sur le Net : Une fois le nombre de personnes est plus important, on peut penser à donner des conférences sur In-Speak par exemple et ceci aura un rôle publicitaire aussi.

Etude élaborée par Imen BETTAIEB (Août 2011)

Ingénieur Informatique et Trainer en développement de personnalité

Imen.Bettaieb3@gmail.com