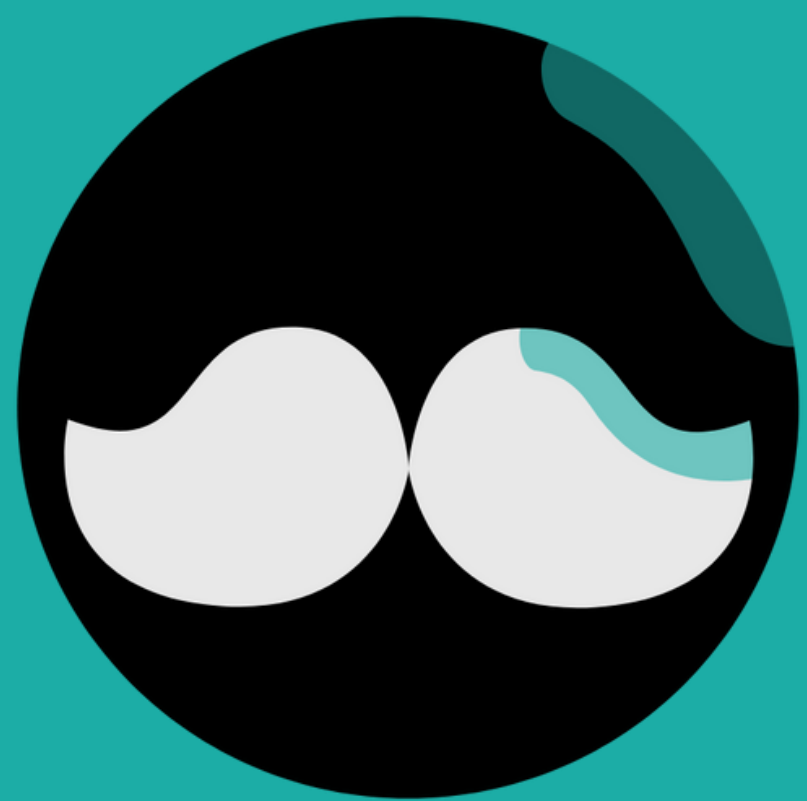




PAWNFESSOR

PLAN DE COMMUNICATION

SOMMAIRE

P.3 Contexte

P.5 Mission

P.7 Problématique

P.9 Benchmark

P.14 Choix stratégiques

P.16 Canal de conversion

P.18 Stratégie de contenu

P.23 Choix créatifs

P.25 Planning

1

CONTEXTE

CONTEXTE

- **Croissance du marché mondial des échecs** : En 2024, la taille du marché mondial des échecs était estimée à environ 2,27 milliards de dollars américains. Les projections indiquent qu'il atteindra 3 milliards de dollars d'ici 2032.
- **Augmentation du nombre d'utilisateurs en ligne** : La plateforme Chess.com a connu une croissance exponentielle, passant de 50 millions d'utilisateurs en 2020 à 100 millions fin 2022. Le 20 janvier 2023, un record a été établi avec 31,7 millions de parties jouées en une seule journée.
- **Impact culturel et médiatique** : Les séries "Le Jeu de la Dame" ou "Rematch" témoignent de cet engouement nouveau dans la culture populaire. En 2025, les échecs ont aussi fait leur entrée dans le monde de l'eSport.

2 MISSION



MISSION

PAWNFESSOR a pour mission de démocratiser le jeu d'échecs en devenant un coach personnalisé pour tout joueur d'échecs.

Pour ce faire, PAWNFESSOR doit devenir une application d'entraînement personnalisé qui se base sur la data de chaque joueur pour leur proposer un entraînement quotidien adapté à leur besoin. PAWNFESSOR cherche à s'inspirer de Duolingo, afin de devenir "le Duolingo des échecs".

Cœur de cible :

- Néophyte du jeu
- Amateur soucieux de développer son niveau (< 1800 ELO)

3 PROBLÉMATIQUE



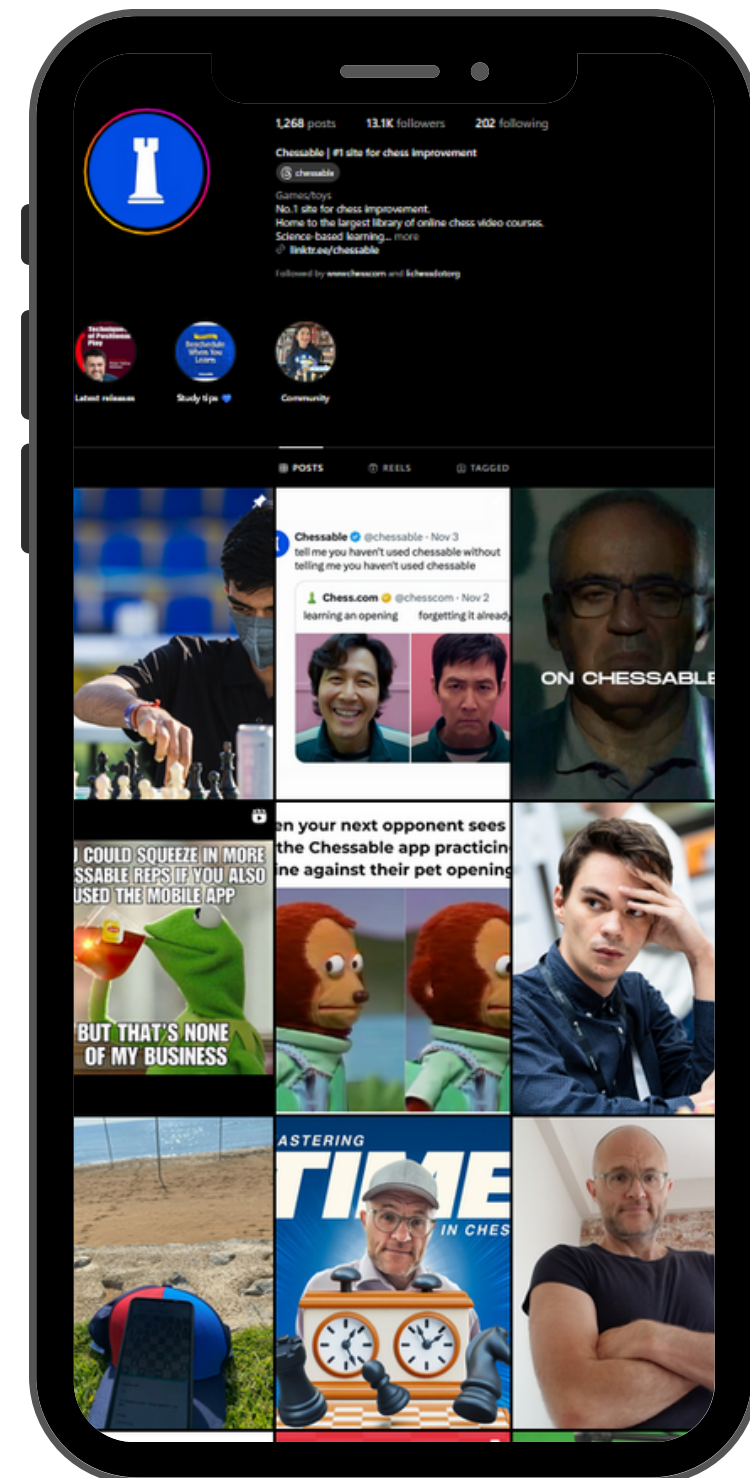
Comment générer un trafic récurrent sur le site Pawnfessor.com ?



4 BENCHMARK



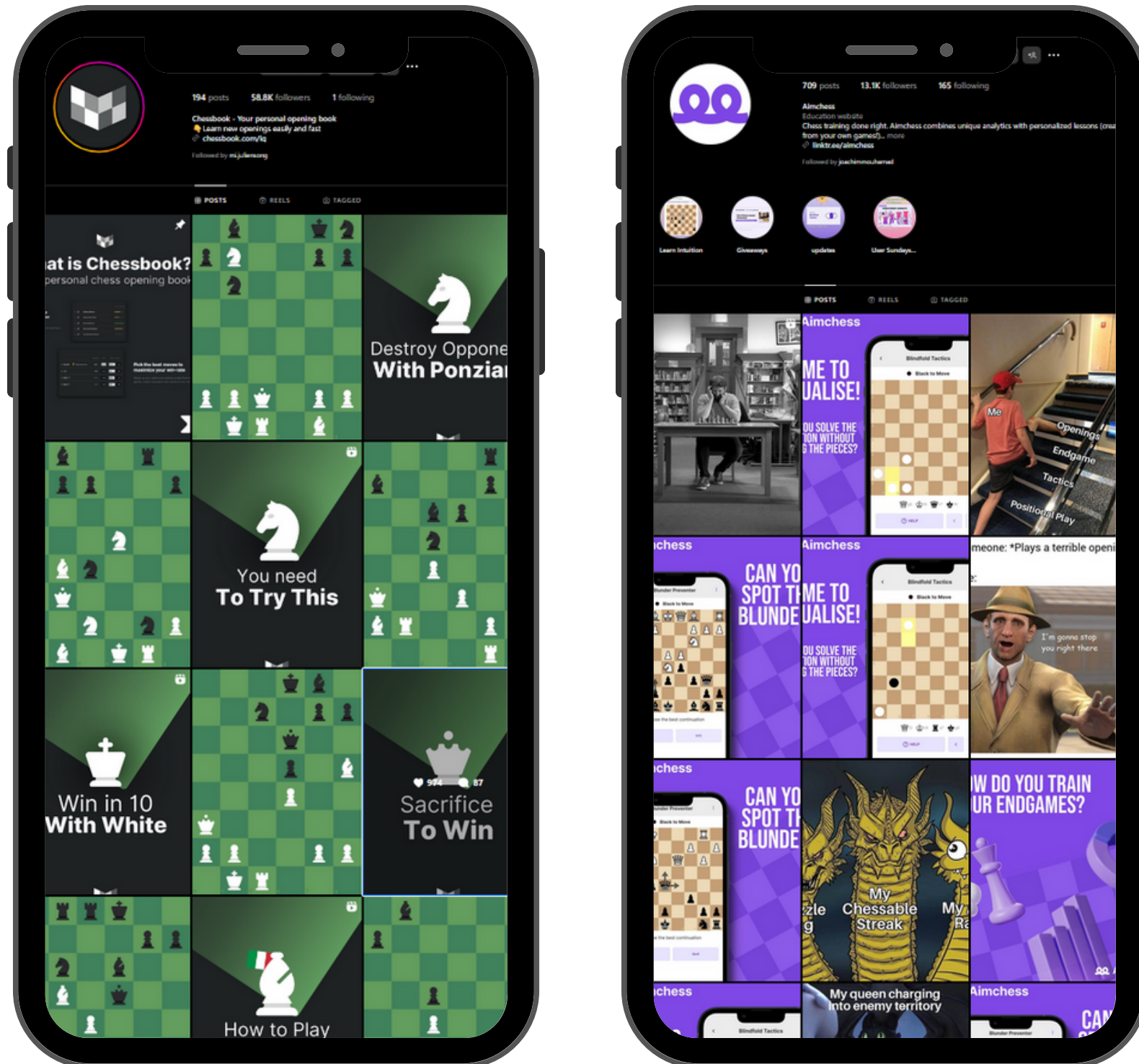
BENCHMARK



Les leaders du marché :

- Des sites génériques sur lesquels jouer aux échecs et apprendre
- Une base quotidienne massive de plusieurs millions de membres
- Un rendu fouillis sur les réseaux, jouant avant tout sur les tendances et les mèmes
- Pas de charte graphique évidente

BENCHMARK



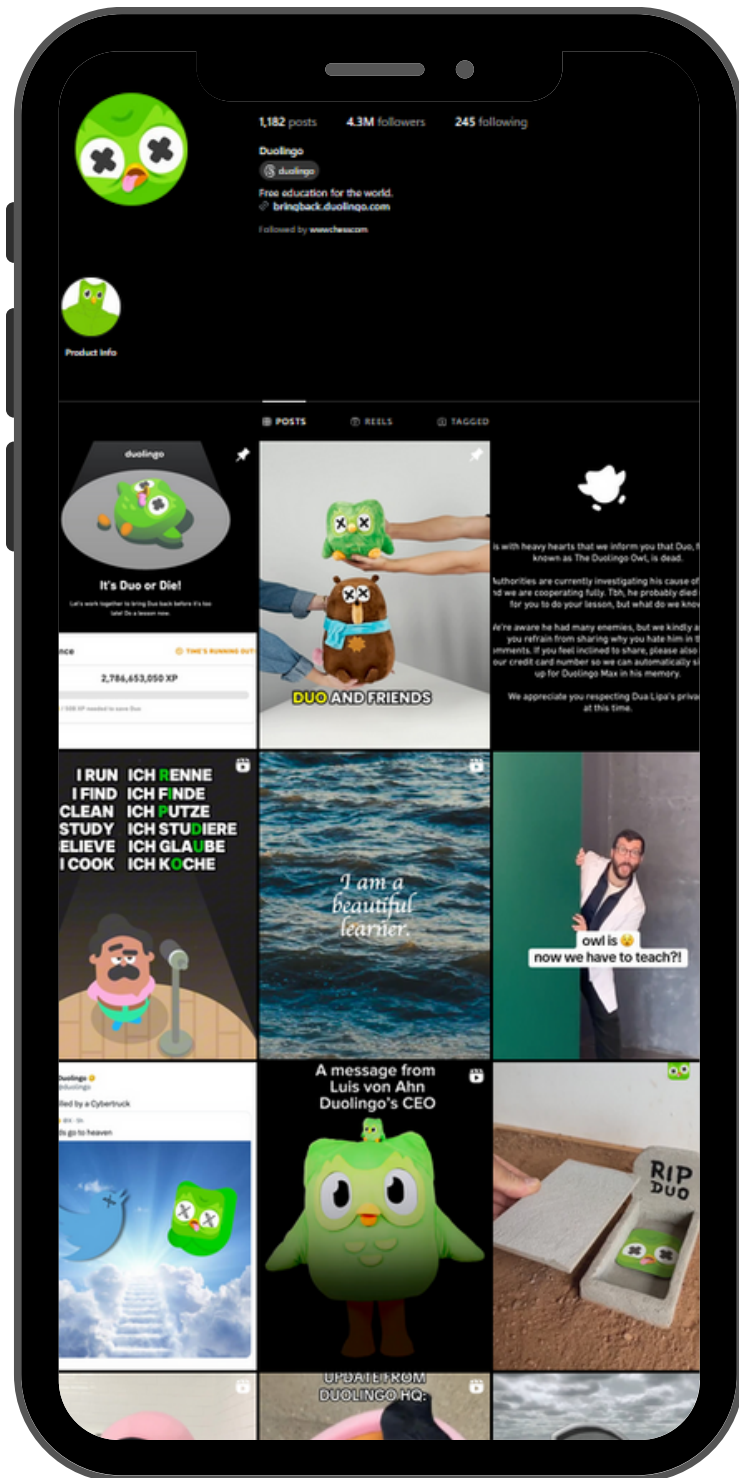
Les analystes et entraîneurs :

- Rendu pro
- Mise en avant des fonctionnalités de l'application ou du site
- Identité graphique distincte et facilement reconnaissable
- Forte incitation à la redirection et CTA vers leur solution d'apprentissage

BENCHMARK

Duolingo - La gamification sur le marché de l'apprentissage des langues :

- Une mascotte et des personnages identifiables
- Ton provocateur
- Côté ludique et divertissant avant tout
- Quelques promotions et redirections vers l'application, mais non invasives
- Un partenariat avec Chess.com sûrement à l'initiative de Chess.com pour anticiper la concurrence éventuelle



BENCHMARK

Les personnalités publiques :

- Mise en avant de leur image propre
- Ton direct vis-à-vis de leur public
- Proximité forte
- Interaction forte
- Joue sur l'affect : sentiment de connaître la personne et tendance à l'appeler par son prénom ou surnom



5 CHOIX STRATÉGIQUES

CHOIX STRATEGIQUES

- ▶ Stratégie social media active sur TikTok, Instagram et YouTube avec des vidéos au format short (9:16) afin de cibler les utilisateurs mobiles.
- ▶ Des vidéos simples et claires pour toucher les non-joueurs d'échecs et leur donner envie de se lancer dans le jeu d'échecs.
- ▶ Le bouche-à-oreille : premier levier pour des visiteurs fidèles.

8 CANAL DE CONVERSION

CANAL DE CONVERSION



6 STRATÉGIE DE CONTENU SOCIAL MEDIA

STRATEGIE DE CONTENU

Contenu Éducatif (Engagement & Apprentissage)

➡ Format : Carrousels, Reels, Stories interactives

- 🏆 Défi du jour : "Trouvez le meilleur coup en 10s ! Répondez en commentaire."
- 🔥 Mini-leçons digestes : "Les 3 ouvertures à connaître quand on débute."
- ⌚ 60s Chess Tips : Vidéos rapides expliquant un concept clé.
- 🧠 Quizz et énigmes interactives : "Mat en 2 coups, qui peut le résoudre ?"

STRATEGIE DE CONTENU

Contenu Inspirant (Motivation & Communauté)

➡ Format : Stories, Vidéos courtes, Témoignages

- 🏆 Success Stories : "De 800 à 1400 ELO en 3 mois avec PAWNFESSOR !"
- 📊 Progress Tracker : Afficher la progression d'un utilisateur.
- 🎤 Interviews Flash : Avec des joueurs passionnés ou entraîneurs.
- 🎯 Challenges Communautaires : "Qui veut relever le challenge Blitz 3min ?"

STRATEGIE DE CONTENU

Contenu Divertissant (Viral & Partageable)

➡ Format : Memes, GIFs, Reels humoristiques

- 🤪 "Quand tu rates un mat en 1" (avec une réaction drôle)
- 😂 "Les ouvertures qu'on connaît tous mal"
- 🎬 Recréer des moments épiques de parties célèbres

STRATEGIE DE CONTENU

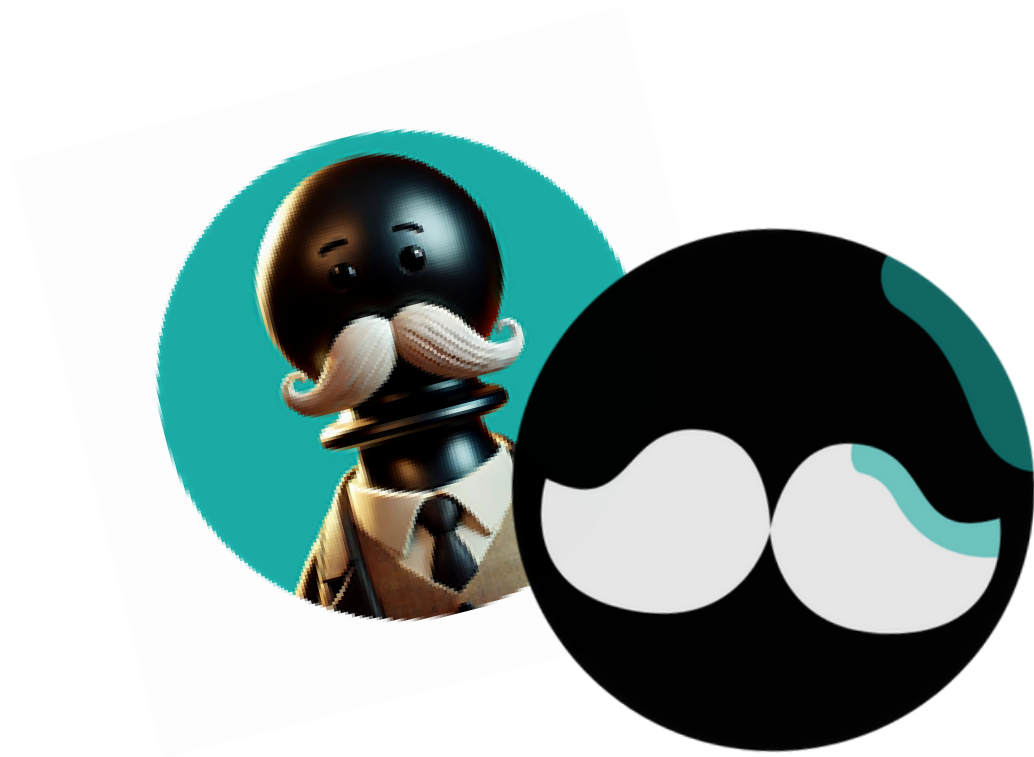
Contenu Promotionnel (Trafic & Conversion)

➡ Format : Stories avec Swipe Up, Posts carrousel, Reels tutoriels

- 🎁 Offres spéciales / Période d'essai gratuite
- 🔗 "Clique sur le lien en bio pour ton programme d'entraînement personnalisé"
- 🎓 Mise en avant des fonctionnalités de l'app
- 🔥 Annonce des mises à jour et nouveautés

7 CHOIX CRÉATIFS

CHOIX CRÉATIFS



Mascotte et ton
direct



Visuels chartés
(couleurs, typo) :
1 post sur 3
minimum



Incitation
systématique à
l'interaction et la
redirection vers le site
(créer le teasing)

8

PLANNING



PLANNING



1/ Objectif et vision commune :

- Une application pour apprendre de ses parties
- Un site pour les débutants



2/ Conception et structuration :

- Un prototype avec les fonctionnalités majeures
- Un site référencé en ligne



3/ Développement et contenu :

- Un prototype avec les fonctionnalités majeures
- Contenu (articles, vidéos)



Fusion des projets ?

- Un site commun avec une partie blog et communauté et l'application



Communication et lancement :

- Proposer notre MVP (Minimum Viable Product) sur le marché, pour notre cible (campagne marketing)

FAIT OU EN COURS

A FAIRE

