



Les enjeux :

- présenter Jeanne Desbiens en englobant toutes ses facettes
- pour approfondir, présenter la société avec des offres lisibles (pour qui? quoi? valeur ajoutée...)

La stratégie générale :

- focaliser sur les "niches" (cœur de cible)
- choisir les supports en fonction des campagnes. Oui, avec les investissements adaptés pour tout ce qui est 'papier', et du temps de travail pour les courriels ciblés
- questions posées, en suspens : quoi faire de Facebook? du blog?
- faire ressortir les bénéfices de travailler avec JD/Ricoacher. Travailler sur les recommandations...
- mettre en avant le lieu d'accueil. Faire des photos
- mettre en valeur la "danse des polarités" (rééquilibrage des parts féminine / masculine de la personne)

Logotype :

- problème : Jeanne est plus dynamique que son logo. J'estime que c'est un jugement de valeur auquel je n'adhère pas. C'est une façon d'associer Jeanne et le personnage de son logo (quand je l'ai transformé, je l'ai appelé "Néo" pour le différencier de JD)
- recadrer en "portrait"
- supprimer ribambelle
- titre : mettre en exergue le "coach" de "ricoacher" par des couleurs ou niveaux de gris
- reformuler la spécificité et l'attacher au logo (approche globale de la personne, notion d'accompagnement... le bénéfice pour la personne doit ressortir)

Plaquette :

- 'Douceur' et 'dynamisme' doivent ressortir dans la plaquette, et pas seulement dans le logo (contradiction avec le 1er point du chapitre 'Logotype')

Site Web :

- Trop dense, et cible plutôt Ricoacher. Normal dans l'état actuel des choses, c'était la commande
- Les internautes doivent comprendre de quoi JD parle, et que c'est JD qui s'adresse à eux. Je préconise d'abord de passer à la première personne du singulier, voire tourner des vidéos
- page d'accueil : reproduire le graphisme du bas de la page "formation" du site