

# POD'GAMES



LE PODCAST QUI VA VOUS PLONGER  
DANS LE MONDE DU JEU

SPONSORISÉ PAR THE GAME BAKERS



CAMILLE GUVARC'H  
MATHILDE AGENAIS  
CHARLOTTE CARABIN  
CHLOÉ MAILLARD

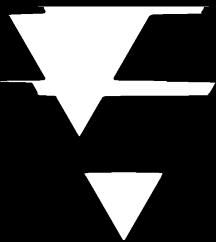
PRESS

START





NOTE  
הסוד והחומר



Notre série de podcasts se nomme “**POD’GAMES**”, elle porte sur le monde du jeu vidéo dans sa globalité allant de la création à l’élargissement du public cible. Le nom est un mélange du mot “**podcast**” et du mot “**jeu vidéo**” en anglais.

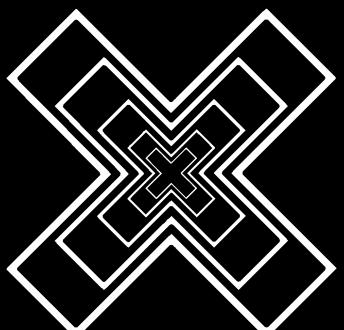
Nous avons choisi de prendre un **ton assez familier** qui parle surtout aux gamers et à leurs communautés. Un **ton humoristique** qui dynamise le podcast du début à la fin. Nous aurons la même trame dans chaque épisode de la série.

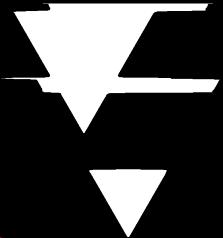
Il y aura deux personnages : le narrateur et un invité différent pour chacun des podcasts.

A chaque début de podcast, il y aura une introduction dans laquelle le narrateur accueillera les auditeurs et présentera le thème abordé dans l’épisode. Cela va permettre de lancer le podcast et de garder une **homogénéité dans tous nos contenus**.

En introduction sonore nous allons plonger directement les lecteurs dans le monde du jeu vidéo avec **des extraits de vidéo**, de vidéo unboxing de nouvelles consoles, ou de commentaires sur une partie. Cette introduction va être notre **identité**, elle va permettre à nos auditeurs de **nous reconnaître directement**.

Nous avons choisi des extraits de vidéos précises, de personnes reconnaissables à la voix comme Squeezie ou Tibo InShap. Ils seront accompagnés d’autres youtubers connus qui ont fait des unboxing, ou des tests de jeux...





Et bien sûr d'une **chanson de Haven** en fond sonore, comme dans chaque épisode, nous souhaitons **mettre un extrait audio d'un jeu vidéo de The Game Bakers**.

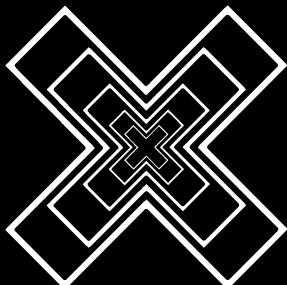
Ce fond va permettre de donner du **dynamisme au podcast** mais également de mettre en avant The Game Bakers qui sponsorise les podcasts. Pour bien plonger chaque lecteur dans le monde du jeu vidéo.

**Nous avons choisi des bruitages précis comme :**

- les pièces, l'évolution de Mario Bros,
- les tirs dans Call Of Duty,
- les bruits de voitures dans GTA,
- le bruit du triangle dans Zelda,
- les bruits des carrés cassés dans Minecraft,
- des musiques connues par tous les gamers,
- Mortal Kombat,
- Fifa,
- Final Fantasy,
- Fortnite.

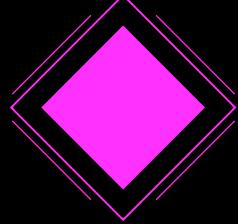
Ainsi que des bruits d'écran d'accueil connu, comme celui de la WII, de la Switch ou encore de la DS...

Nous avons fait le choix de poster nos podcasts sur **Deezer, Spotify, SoundCloud et Youtube** étant donné qu'elles font partie des plateformes les plus populaires pour diffuser des podcasts.



# SYNOPSIS





Notre série de podcasts porterait sur le monde du jeu avec une série de 4 épisodes d'environ 10 minutes.

Pour chacun des épisodes, nous aurons deux personnages :

un narrateur principal qui traitera du thème de l'épisode et un invité qui correspond à la thématique afin de crédibiliser le contenu.

## **1- Les jeux vidéo au cœur des évolutions (première console aux nouveautés technologiques)**

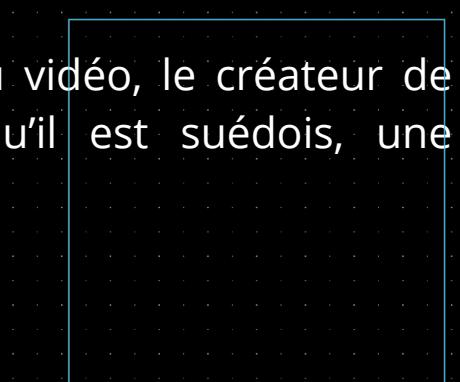
Cet épisode traitera de l'évolution technologique de l'univers des jeux vidéo et principalement de quels supports vont utiliser les gamers pour jouer.

Pour cet épisode l'invité sera un gamers plutôt âgé qui a connu l'avancée technologique et des manières de jouer : le joueur du Grenier.

## **2- Comment créer un jeu vidéo**

Dans cet épisode, le narrateur expliquera clairement comment débuter dans la création de jeu vidéo. Les questions qu'il faut se poser, les outils à regarder, l'animation, le sound design, les bonnes chaînes à suivre pour se former...etc.

L'invité de cet épisode sera un créateur de jeu vidéo, le créateur de Minecraft : Markus Persson. Étant donné qu'il est suédois, une personne traduira ces propos.

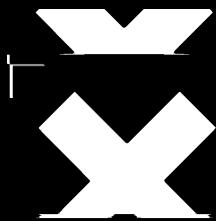


### 3- Le développement des gamers, du public (genre, âge)

Afin de casser les stéréotypes, une gameuse expliquera son appétence pour les jeux vidéo : Devovo. C'est une joueuse multigaming originaire de Bretagne.

Elle est très active sur internet, presque tous les jours, elle fait des lives sur twitch.tv. Elle est également très présente sur les réseaux sociaux. Cela va permettre de mettre en avant la parité, le fait que même les femmes jouent également au jeu vidéo.

Il faut expliquer le fait que la féminisation des joueurs progresse depuis quelques années, principalement grâce aux jeux sur smartphones. Les femmes représentent 55% du public des jeux mobiles, alors qu'elles sont encore minoritaires sur les jeux pour consoles et les ordinateurs, à environ 46%.



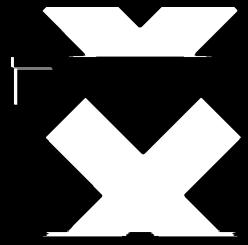
### 4- Jeu *Squids Odyssey*

Au début du podcast, le narrateur établit un teasing de l'histoire du jeu. Il laissera la suite de l'histoire en suspens "jouer afin d'imaginer votre propre futur" de manière à inciter les auditeurs à jouer au jeu.

Étant donné que The Game Bakers est le sponsor de cette série de podcasts nous avons choisi pour cet épisode, Audrey Leprince comme invitée. C'est la développeuse et productrice française de jeux vidéo, mais également cofondatrice du studio The Game Bakers.



SCÉNARIO



## Début du podcast

### Musique de Pokémons

#### Narrateur

BONJOUR ET BIENVENUE SUR PODGAMES LE PODCAST QUI NE VOUS PARLE PAS DES JEUX, QUI NE VOUS MONTRE PAS DES JEUX, MAIS QUI VOUS FAIT VIVRE DANS LES JEUXXXXXXX

#### Narrateur

Aujourd’hui on va commencer notre podcast en abordant un thème actuel... un thème qui nous fait vibrer au quotidien et qui prend beaucoup de place dans notre société et parfois dans notre vie ! Bon vous l'aurez deviné, il s’agit bien sûr des jeux vidéo !!!

### Musique de Mortal Kombat

### Son de jeux vidéo

#### Narrateur

Il existe aujourd’hui de nombreux moyens technologiques permettant l’utilisation des jeux vidéos mais :

Comment se sont-ils développés ?

Comment sont-ils arrivés sur le marché ?

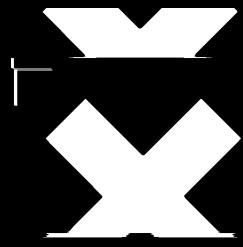
Ces jeux de gamings sont tellement ancrés dans nos modes de vie que nous en oublions parfois leurs débuts...

C'est pourquoi dans ce premier épisode, nous nous intéresserons au début de nos consoles de jeux préférés !

### Bruitage de la Odyssey

Et OUUI souvenez-vous, pour les plus anciens de nos chers auditeurs (rire), les consoles de salon que nous branchions sur notre écran de télévision, avec les manettes que nous devions ajouter au branchement (rire) bref c’était compliqué !! Cette pratique avec la fameuse console Odyssey était très répandue depuis les années 70.





## Bruitage de la DS

Vous l'avez deviné, quelques années plus tard, les nouvelles consoles portables, de plus petite taille et qui possèdent leur propre écran ont pris place pour peu à peu remplacer les consoles de salon.

En effet, celles-ci sont plus pratiques et plus facilement transportables pour y jouer n'importe où et n'importe quand... les parents ne soyez pas naïfs, nous nous sommes tous cachés sous la couette pour y jouer.

Et oui, les consoles portables se sont développées à grande vitesse, je pense notamment à la game boy sortie en 89 et vendue à plus de 15 millions d'exemplaires en France. Elle devient grâce à ce chiffre, la deuxième console la plus vendue de tous les temps !!!

Cette populaire console de jeux fut d'ailleurs par la suite déclinée en plusieurs modèles et formes telles que la Gameboy Pocket ou la Light.

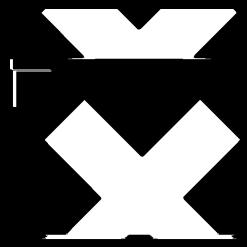
Enfin, qui de mieux pour compléter mes dires sur ce sujet que Monsieur X que nous avons la chance de recevoir aujourd'hui.

### Monsieur x

De nombreuses générations de consoles sont sorties. Nous pouvons répertorier 8 générations de consoles, bon on ne va pas toutes les citer (rire) mais les principales sont tout de même, la megadrive de SEGA, la Nintendo 64, la Playstation de SONY, la Xbox et pour finir la Wii. Au fur et à mesure des années les consoles sont devenues plus performantes, plus fluides et plus faciles d'utilisation. Les jeux eux aussi ont suivi cette évolution !

## Bruitage des carrées de Minecraft qui se casse





## Bruit de message d'iPhone

Malgré tout, le téléphone est aujourd'hui le premier support des jeux vidéo, utilisé par 18 millions de Français, devant les consoles (16 millions) et les PC (15 millions).

Le premier jeu sur téléphone portable est bien entendu

## Musique de Tetris

Tetris l'incontournable, il est sur toutes les consoles même sur les calculettes maintenant !! Ce qui n'aide pas les jeunes...  
Et le jeu le plus utilisé n'est pas Candy Crush

## Bruit d'une colonne de Candy Crush remplis

Mais Clash of Clan !!

## Musique de Clash of Clan

D'ailleurs nous aurons la chance de recevoir la semaine prochaine Makus Persson aka Notch ! Un grand adepte de Clash of Clan et surtout le créateur de...

## Bruitage Minecraft

MINECRAFT !!!

L'invité Monsieur X développe...

### Narrateur

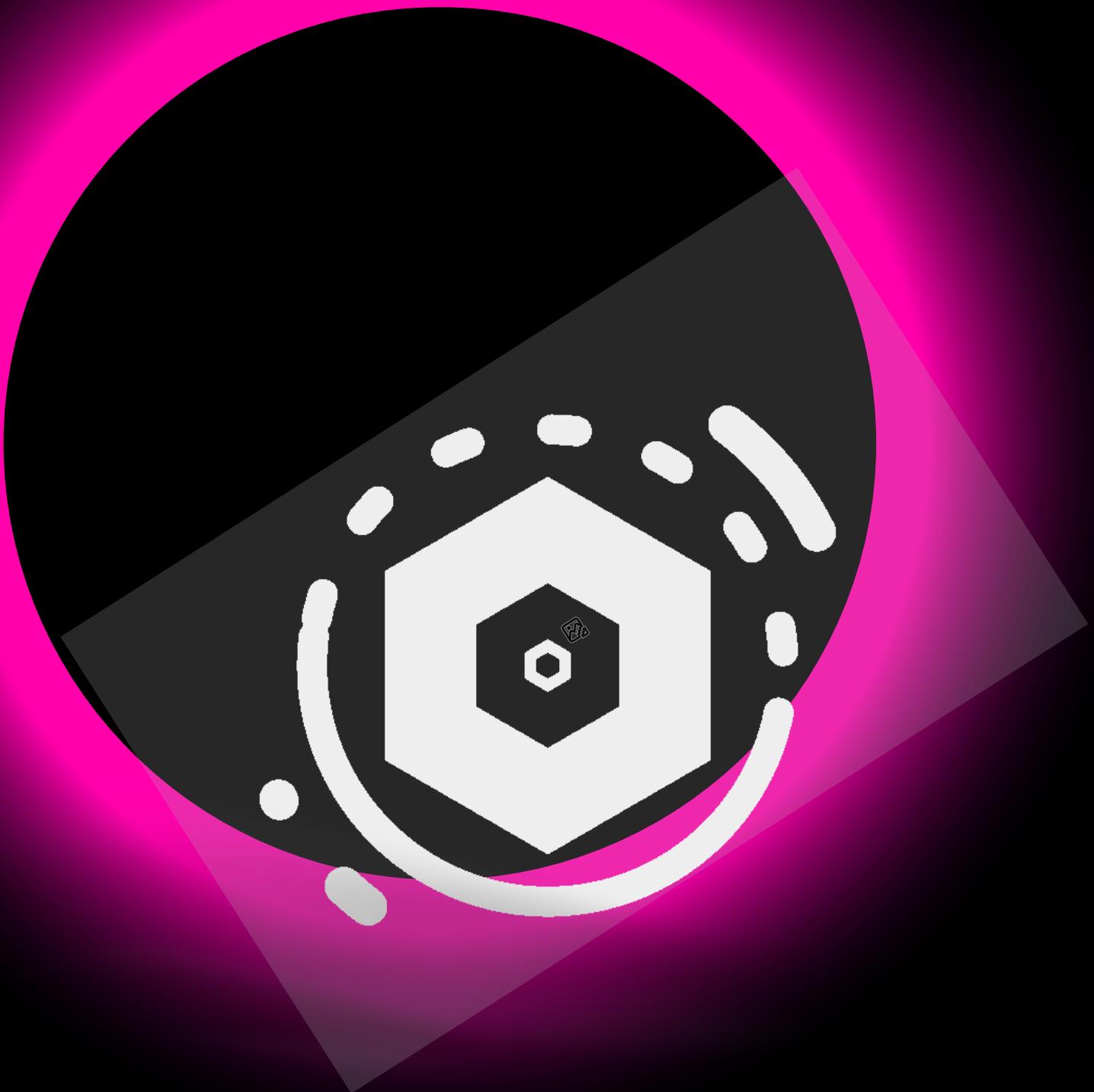
Si vous ne voulez pas louper ça, soyez au rendez-vous vendredi prochain !

A la semaine prochaine les podgammers !



## Bruitage Game Over Mario Bros

## Musique de Haven



# NOTRE STRATÉGIE DE COM



Live pour le lancement du podcast en présentant tous les intervenants qui vont participer à la série de podcast



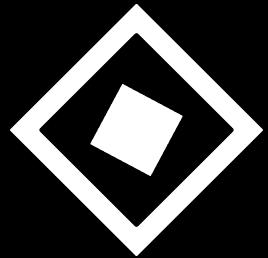
Annonce du lancement d'un podcast avec :

- Une publication sur la création d'une série de podcasts sponsorisés par The Game Bakers.
- Des storys : Création de quiz sur les jeux vidéo (exemple : “Quand est sorti le premier jeu vidéo ?”...) pour capter l'attention de la communauté.

Sous chaque contenu nous mettrons en swipe-up un lien allant vers le podcast.

- Création d'un sondage en story du type (“Est-ce que vous êtes chauuuds ?”)
- Mettre une story “compte à rebours” 24h avant la sortie de chaque épisode afin d'annoncer le nouveau podcast et faire de cette sortie un évènement.
- Devinette en story 2 jours avant la sortie de chaque podcast : “Qui sera l'intervenant de cet épisode ?”





- Création d'un événement pour le lancement du podcast.
- Créer une publication pour annoncer le lancement de la série de podcasts.
- Des storys : Création de quiz sur les jeux vidéo (exemple : "Quand est sorti le premier jeu vidéo ?"...) pour capter l'attention de la communauté. Cela va nous permettre d'atteindre de nouvelles personnes et potentiellement gagner de nouveaux abonnés.



Achat au préalable d'une tendance sponsorisée pour le lancement de notre podcast. Cela va permettre à notre événement d'être en tête d'actualité et de lui donner de la visibilité.

Chaque intervenant met un tweet 24h avant la sortie de l'épisode où il est présent "Retrouvez-moi sur POD'GAMES, le nouveau podcast qui vous plonge dans le monde du jeu vidéo ! Nous parlerons (sujet du podcast)".



A la fin de chacune des prochaines vidéos de The Game Bakers, faire une publicité pour faire connaître le podcast. "Retrouvez-nous via Deezer, Spotify et SoundCloud tous les vendredis sur POD'GAMES ! ". Nous mettrons le lien allant vers le podcast en barre d'info.

Chaque intervenant parlera du podcast à la fin de ses vidéos et mettra le lien en barre d'info.





Live le lendemain de chaque sortie d'épisode pour le commenter en faisant intervenir des auditeurs afin de récolter leurs avis.



Mettre une story à chaque sortie d'épisode pour l'annoncer.

Poster une publication le jour de la sortie du podcast en intégrant une photo de l'intervenant présent.

Création d'une story pour annoncer le live sur Twitch.

Mettre une story "compte à rebours" après la sortie de chaque épisode pour annoncer le prochain.

Après le premier épisode mettre un sondage : "Est-ce que le premier épisode vous a plu ?"



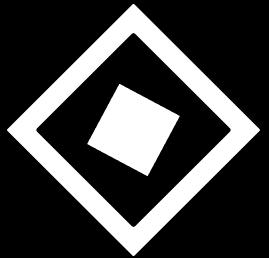
Poster une publication le jour de la sortie du podcast en intégrant une photo de l'intervenant présent

Mettre une story à chaque sortie d'épisode

Création d'une story pour annoncer le live sur Twitch

Mettre une story "compte à rebours" après la sortie de chaque épisode pour annoncer l'arrivée du prochain.





## Publier des tweets à chaque sortie d'épisode

Chaque intervenant met en tweet pour la sortie de l'épisode où il est présent "Retrouvez-moi sur POD'GAMES, le nouveau podcast qui vous plonge dans le monde du jeu vidéo !". Sous le tweet mettre les liens Spotify, Deezer, SoundCloud du podcast.



Nous utiliserons les mêmes moyens qu'avant l'événement. C'est un moyen de communication continu étant donné que The Game Bakers ainsi que les intervenants sortent régulièrement des vidéos qui font plusieurs millions de vues.

Nous publierons nos podcasts également sur le Youtube de The Game Bakers en utilisant une image fixe comprenant le logo, le numéro de l'épisode et l'intervenant présent sur le podcast. YouTube est le deuxième moteur de recherche le plus utilisé après Google. Un podcast diffusé sur YouTube pourra donc être visible sur certaines recherches correspondant à ses mots-clés.

Nous mettrons ponctuellement des storys et publications via les réseaux de The Game Bakers de manière à continuer de mettre en avant les podcasts, le fait qu'ils seront toujours actifs. Les intervenants pourront également rappeler le fait que les podcasts sont encore disponibles.





MEDIA  
PLANNING

## MEDIA PLANNING

## TITRE DU PROJET

Podcast

**NOM DE L'ENTREPRISE**

pod' games

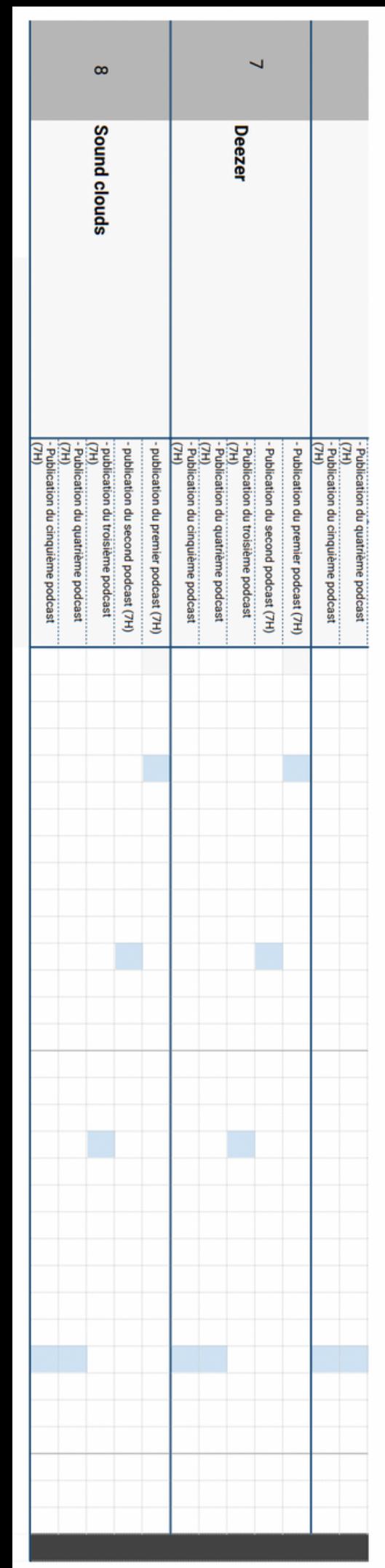
Nous mettrons ponctuellement des storys et publications via les réseaux de The Game Bakers de manière à continuer de mettre en avant les podcasts, le fait qu'ils seront toujours actifs.

Les intervenants pourront également rappeler le fait que les podcasts sont encore disponibles.

## Justification média planning :

Nous avons décidé de faire une communication de 1 mois avant la Paris Games Weeks afin de ne pas perdre notre audience et de les captiver pendant toute la période.

De plus, les podcasts seront postés à 7:00 tous les vendredis afin que les personnes aient accès aux podcasts dès le matin. Les lives de débriefing sont placés tous les samedis le lendemain des épisodes, car le week-end les personnes ont plus de temps pour vaquer à leurs occupations et donc participer aux lives.



game

