

PROMOTION SÉRIE TOM ET LOLA



Margot Hortail, Léa Blocquet,
Théo Guichardon, Melissa Souaidia

MMI ALT2

Sommaire

Introduction	p3
Veille vidéos étrangères	p4
Scénario	p6
Posts réseaux	p9
Bilan	p11

Introduction

Au cours de notre deuxième année de Bachelor Universitaire de Technologie (BUT) en Métiers du Multimédia et de l'Internet à l'université de Toulon, nous avons l'opportunité privilégiée de collaborer avec France 2.

En effet, la chaîne est en train de produire une série policière et romantique intitulée "Tom et Lola". Notre mission aujourd'hui consiste à analyser la stratégie de communication et à proposer des idées novatrices pour promouvoir cette série captivante.

Pour promouvoir la série "Tom et Lola" auprès de notre public cible, les jeunes âgés de 15 à 25 ans, nous avons développé une approche vidéo disruptive et engageante. Notre choix de diffuser cette vidéo sur TikTok s'explique par le fait que cette plateforme est actuellement la plus utilisée par notre audience cible. Avec son format court et son potentiel de viralité, TikTok offre une plateforme idéale pour captiver l'attention de notre public cible et générer un fort engagement autour de la série.

Notre vidéo se démarque par son approche immersive et émotionnelle, capturant l'essence de la série "Tom et Lola" à travers des scènes clés. Diffusée sur TikTok, cette vidéo exploite le format court et le potentiel de viralité de la plateforme pour toucher efficacement notre public cible et générer un fort engagement.

Cette approche innovante dans le paysage médiatique actuel fait de notre vidéo un outil puissant pour attirer l'attention et susciter l'intérêt pour la série.



Analyse de Publicités Disruptives Étrangères

Publicité 1

WHY NOT AN EV? (États-Unis - 2023)

Lien: [WHY NOT AN EV?](#)

Description: GM et Netflix se sont associés pour le Super Bowl dans un spot incroyable où Will Ferrell nous embarque dans les mondes de Squid Game, Stranger Things, Love is Blind, etc.

Analyse :

Cette publicité de GM et Netflix, diffusée lors du Super Bowl, se distingue par son approche innovante et percutante. En s'associant avec l'acteur Will Ferrell, elle nous plonge dans les univers captivants de séries populaires telles que Squid Game, Stranger Things et Love is Blind.

L'utilisation habile du concept de spin-off, où Ferrell explore ces mondes fictifs, crée un effet de surprise et d'excitation chez les spectateurs. Cette stratégie s'appuie sur la notoriété des séries existantes pour attirer l'attention du public et lui offrir une expérience télévisuelle inédite.

Pourquoi s'en inspirer :

En empruntant cette approche, la campagne de communication pour "Tom et Lola" promet une immersion totale dans leur univers dynamique et passionnant.

Cette méthode permettra d'attirer et d'engager les jeunes spectateurs, offrant une expérience télévisuelle mémorable et captivante.

Analyse de Publicités Disruptives Étrangères

Publicité 2

A LOVE STORY (Russie - 2022)

Lien : A LOVE STORY Description: Plaisir et efficacité énergétique ne sont pas incompatibles comme dans cette histoire d'amour entre deux Volvo Trucks.

Analyse:

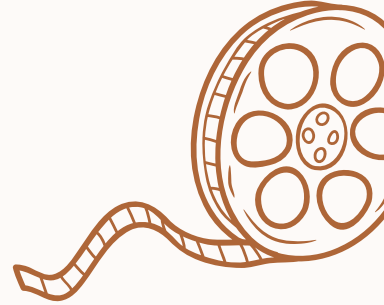
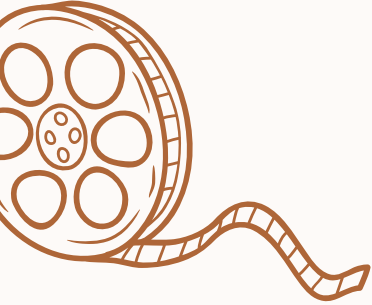
Inspirée par cette publicité, nous pouvons opter pour la modélisation des personnages principaux en utilisant des objets qui leur correspondent, offrant ainsi une aventure amoureuse inoubliable.

À travers cette perspective créative, les téléspectateurs seront transportés dans un monde où l'amour prend vie sous des formes inattendues.

Pourquoi s'en inspirer :

En adoptant cette approche, la campagne de communication pour "Tom et Lola" promet de captiver les cœurs et d'éveiller la curiosité, offrant un avant-goût envoûtant de la série. Cette méthode permettra d'attirer efficacement le public cible des jeunes, en offrant une narration visuellement attrayante et originale.



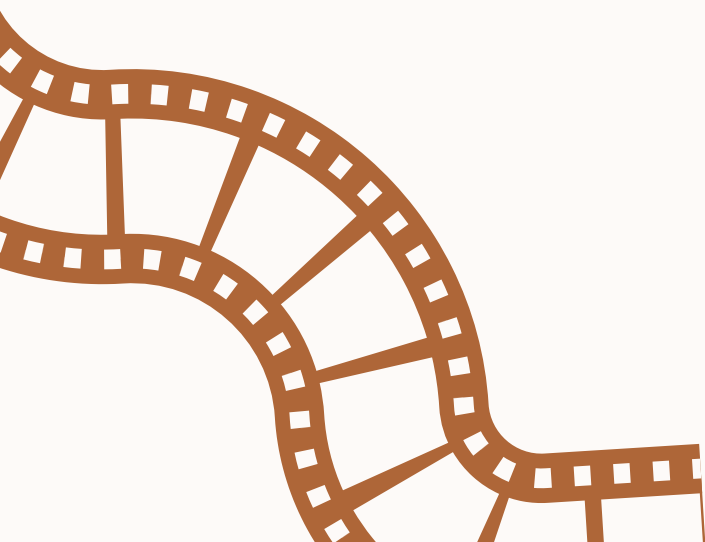


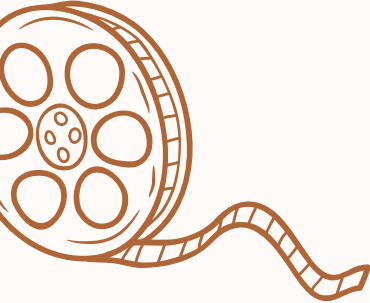
Scénario

Pour promouvoir la série "Tom et Lola" auprès de notre public cible, les jeunes âgés de 15 à 25 ans, nous avons développé une approche vidéo disruptive et engageante. Notre choix de diffuser cette vidéo sur TikTok s'explique par le fait que cette plateforme est actuellement la plus utilisée par notre audience cible. Avec son format court et son potentiel de viralité, TikTok offre une plateforme idéale pour captiver l'attention de notre public cible et générer un fort engagement autour de la série.

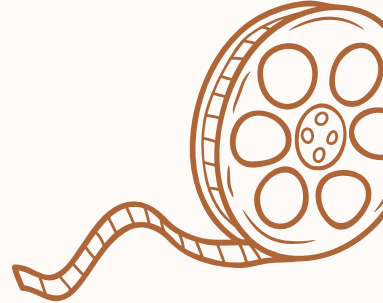
Notre vidéo se démarque par son approche immersive et émotionnelle, capturant l'essence de la série "Tom et Lola" à travers des scènes clés. Diffusée sur TikTok, cette vidéo exploite le format court et le potentiel de viralité de la plateforme pour toucher efficacement notre public cible et générer un fort engagement. Cette approche innovante dans le paysage médiatique actuel fait de notre vidéo un outil puissant pour attirer l'attention et susciter l'intérêt pour la série.

Pour résumer, notre vidéo présente une série de scènes clés de la vie tumultueuse de nos protagonistes, Tom et Lola. Dans un commissariat animé, nous les voyons jongler avec les défis professionnels tout en naviguant à travers leurs relations personnelles complexes. Malgré le chaos qui les entoure, une complicité subtile entre les deux personnages émerge, culminant dans un moment tendre et romantique au restaurant. Cette vidéo offre un aperçu captivant de l'univers riche et dynamique de la série, tout en mettant en avant les aspects émotionnels et relationnels de l'histoire.





Scénario



Séquence

Dialogue / Texte

Indication scénique

Ambiance sonore

Titre : "Partenaires mais Complices"

Scène 1 : Chaos au commissariat

(Début vidéo)

Bruit de bureau (ex : <https://www.youtube.com/watch?v=nXp3qym6Ugs>)

Scène dans commissariat - En journée

La vidéo s'ouvre sur une scène de chaos dans un commissariat de police. Les téléphones sonnent sans relâche, les dossiers s'empilent sur les bureaux, les gens courent d'une salle à l'autre et l'atmosphère est chargée de tension.

La caméra traverse les bureaux et on tombe sur Tom et Lola assis face à face, mais leurs regards semblent lointains, perdus dans leurs propres tourments intérieurs.

Scène 2 : La Crise

Vidéo dans commissariat - Bureau des acteurs principaux

Tom est assis, son regard fixé sur une photo de lui et de son ex-femme, un pincement de douleur traversant son visage. Il est hanté par des souvenirs de leur relation passée, se demandant sans cesse s'il pourra un jour retrouver ce bonheur perdu. Pendant ce temps, Lola est sur son téléphone, sur l'application Tinder, en train de swiper d'innombrables profils.

Bruit de sonnerie d'alarme de police

La sonnerie de police retentit. Tom jette le cadre à la poubelle. Tom et Lola se lèvent. Tom attrape la veste de Lola et lui donne en silence, sous-entendant qu'ils partent en mission.

Transition

Scène 3 : Moment détente

Scène dans la voiture - En journée - Après intervention

Claquement de portière

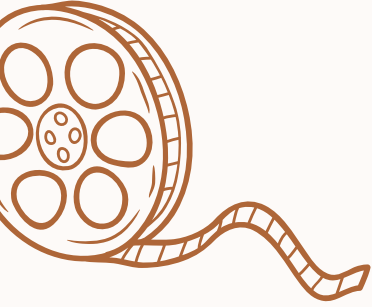
Tom et Lola entrent dans la voiture. Les portes claquent, et soudainement, il n'y a plus de bruit. Ils sont épuisés de la journée.

Tom regarde Lola . TOM : « On va boire un verre ce soir ? »

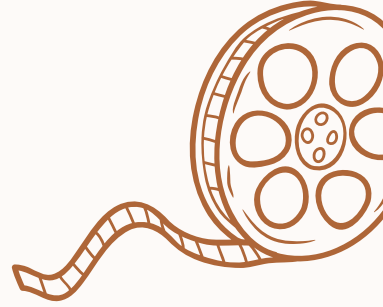
Lola sourit à Tom. LOLA : « Tu me proposes un date là ? »

Tom : « Pourquoi pas ? »

Ils se regardent alors en face d'eux, et les deux sourient sans se regarder et en silence, l'air satisfait et content.



Scénario



Transition

Scène 3 : Au restaurant

Scène vue en dehors d'un restaurant - Soir

Bruit de rue / passage

La caméra montre l'extérieur du restaurant où Tom et Lola rigolent avec de gros éclats de rire, les larmes aux yeux. La table est remplie de bons plats et d'une bouteille de vin. Ils arrêtent de rigoler, et dans un silence, se regardent sensuellement. Tom prend alors la joue de Lola et la caresse tendrement.

(Fin de la vidéo)

Réseaux sociaux

Dans le cadre de notre campagne de promotion pour la série "Tom et Lola", nous avons développé une approche créative et ciblée pour toucher efficacement notre public jeune. En utilisant des visuels en point de vue (POV) avec une touche humoristique et énigmatique, notre objectif est de susciter la curiosité et l'engagement des jeunes spectateurs, les incitant ainsi à découvrir la série.

Le Concept :

Nous avons créé deux visuels distincts pour illustrer le contraste entre avant et après avoir regardé la série "Tom et Lola". Le premier visuel montre des policiers débordés et malheureux, représentant la vie quotidienne des personnages avant de découvrir la série. Cette image énigmatique incite les spectateurs à se demander ce qui peut bien se passer dans la série pour que les personnages soient ainsi.

Le deuxième visuel présente Tom et Lola au restaurant, heureux et en train de rire, offrant un contraste saisissant avec le premier visuel. Cette transformation des personnages, de la tristesse à la joie, éveille la curiosité et l'intérêt pour la série.

Pourquoi cette Approche :

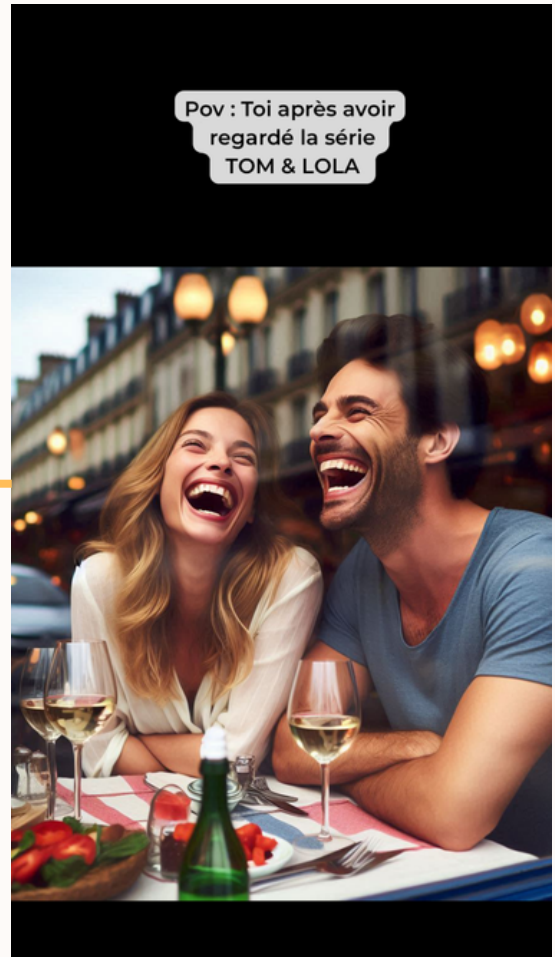
Cette démarche est entièrement axée sur les jeunes, en utilisant des éléments familiers et attrayants pour ce public. Les visuels en point de vue (POV) et l'humour sont des ingrédients essentiels pour capter leur attention et les inciter à découvrir la série. En adoptant cette approche, nous espérons créer un engouement autour de "Tom et Lola" sur les réseaux sociaux, tout en renforçant l'identité visuelle de la série et en générant un buzz positif auprès de notre public cible.



Photo 1 Carrousel



Photo 2 Carrousel



Bilan

Pour conclure, nous avons opté pour une stratégie de promotion centrée sur TikTok, le réseau social favori des jeunes. En adaptant notre contenu au format court et dynamique de TikTok, nous avons réussi à captiver l'attention de notre public cible et à susciter leur intérêt pour la série "Tom et Lola".



Idée 1

Notre approche disruptive réside dans notre capacité à exploiter pleinement le potentiel de TikTok pour promouvoir la série de manière innovante et captivante. En mettant en avant des thèmes universels tels que l'amour et le travail, nous avons renforcé l'attrait de la série pour les jeunes, les incitant ainsi à la regarder et à s'engager avec elle.

En résumé, notre stratégie sur TikTok a permis de maximiser notre impact auprès du public jeune et de positionner "Tom et Lola" comme une série incontournable pour cette audience.



Idée 2