



COACHING DE PROJETS CREATIF

Votre coaching commence maintenant.

Etes-vous prêts ?

Etes-vous « transmedia ready » ?

Vous êtes une fée, ou un alchimiste, et vous voulez créer, produire, designer, communiquer.

Vous avez un projet, ou pas encore.

Vous travaillez en équipe, ou seul.

Posez vos jalons.

Le nom du projet ou votre nom :

Votre lien hypertexte le plus pertinent ce jour :

ENTREZ DANS LE JEU.

Si vous voulez être inspiré, inspirez et fouillez le jeu des 7 familles pour voir les personnages et rôles à jouer.

- Pour voir, par là > <http://pinterest.com/TransmediaReady>
- Posez vos questions en 140 caractères sur Twitter @TransmediaReady
- Rejoignez le groupe ouvert anglophone :
<http://www.facebook.com/groups/TransmediaReady02>

Notre méthode repose sur plusieurs techniques mélangées et des années d'expérience. Si vous ne savez pas répondre à une question, passez aux questions suivantes et revenez-y plus tard...

LE JEU DES 7 FAMILLES TRANSMEDIA.

Outil de réflexion, de coopération, de coaching, il s'agit à chaque fois de réinventer des règles en utilisant nos savoirs et notre culture inspirée du passé (acquis), du présent (objectifs) et du futur (innovation).

1. Famille Communautés (« Communities », groupes « transients »). Le relationnel, l'engagement, les réseaux, les communautés, la vie virtuelle et numérique, un panel relationnel infini à gérer, un besoin de médiation.

2. Famille Univers (« Storyworld »). Le récit interactif s'étend là où la réalité dépasse la fiction et où l'engagement est envers l'histoire (voir "storytelling")

3. Famille Ludique (« Gameplay »). Les mécaniques de jeu permettent l'engagement du public et des consommateurs, l'apprentissage et la réactivation du récit étendu sur plusieurs supports.

4. Famille Formes Médiatiques (« Mediaforms », ex. « multiplatforms »). Tous support média quel qu'il soit, numérique ou analogique, traditionnel, innovant, multiple, et qui reste à réinventer !

5. Familles Design. La qualité de l'expérience utilisateur dépend aussi du design et relaye l'esthétique autant que l'ergonomie.

6. Famille Production. Mettre en œuvre demande une palette de compétence et une équipe complémentaire, donc bien coordonnée.

7. Famille Modèle Economique. La stratégie est de mise aussi dans les nouveaux modes de financements et les pratiques ouvertes.

STRATEGIE

La stratégie se trouve dans toutes les familles du jeu des 7 familles transmédia, c'est la reine, le joker, la puissance. Elle déterminera votre succès.

- Quelle ligne éditoriale pour mon audience ?
- Quel angle pour ma ligne éditoriale ? (Vous verrez que ces 2 questions sont indissociables, complémentaires et que l'on retrouve ce thème dans la famille « *Storyworld* » et « *Communities* »).
- Si j'ai plusieurs niches, laquelle vient en premier ? (Listez tout le potentiel de votre audience)
- Quelles sont vos valeurs principales, celle que vous allez défendre sur du long terme ? (Par exemple #éthique)
- Quels sont vos « assets », c'est à dire les acquis concrets sous forme de matériels et données que vous pouvez utiliser pour créer et produire. Etes-vous déjà en train de produire ? Allez-vous produire ? Pourquoi ? Je répète, pourquoi produisez-vous du contenu ? Dans la liste de vos données, avez-vous bien inscrit vos archives ?

MEDIAFORMS family > FORMES MEDIATIQUES

- Quels sont les principaux supports médiatiques que vous souhaitez utiliser ?
- Pourquoi ?
- S'il ne devait en avoir qu'un seul, quel serait-il ?

- Quelle serait la plateforme web la plus pertinente pour votre projet ? Elle n'existe pas déjà ?
- Vous ne savez pas encore, alors, quelle serait la plateforme web la plus probante ?

JOKER / STRATEGIE FORMES MEDIATIQUES :

Vous avez déjà des supports, des sites web, des outils de diffusion, utilisez-les ! Vous ne pourrez pas utiliser tous les formidables outils que nous avons à disposition au 21^{ème} siècle, choisissez ce qui est le plus pertinent pour votre projet en fonction de :

1. votre design et votre expérience utilisateur
2. votre univers éditorial
3. votre budget et votre ligne de temps

COMMUNITIES family > COMMUNAUTES

- Mon audience est-elle impliquée ?
- Comment passer de la collaboration à la coopération ?
- Comment passer de la coopération à la co-création ?
- Est-ce nécessaire ? Pourquoi ?
- Si je n'ai pas encore de collaboration et participation de l'audience, ou des usagers dans mon expérience ou projet, que puis-je faire pour changer cela ?
- Est-ce que les groupes dont je fais partie sont intéressés par mon projet ?
- Est-ce que mes amis peuvent m'aider à réfléchir au projet et donner un retour ?
- Comment est-ce que je gère mes « followers » ? Et si je n'en ai pas, comment puis-je collaborer avec un « compte » bien managé ? Pourquoi ?
- Le public que je vise, est-il prêt pour le projet ?

JOKER / STRATEGIE COMMUNAUTES :

Ne soyez pas sous la pression de vouloir être partout sur le net, mais soyez juste au bon endroit au bon moment.

Le mot « communautés » ne veut pas dire « identité » (« personal branding »), cela mérite d'être réfléchi et la médiation est nécessaire. Agissez avec humilité.

PRODUCTION family > PRODUCTION

- Quels sont vos acquis ?
- Quelles sont vos ressources humaines ?
- De quel matériel avez-vous vraiment besoin ?

- Quel est votre spécialité ?
- De quelles spécialité avez-vous vraiment besoin ?
- Quelle est la durée de l'expérience que vous créez si toutefois elle a une durée limitée ? Pourquoi votre projet aurait-il une fin ou une durée limitée ?

JOKER / STRATEGIE PRODUCTION :

Quel est votre don ? Cherchez bien. Mettez-le à profit dans la production de l'expérience. Faites de même avec vos amis, ou votre équipe.

STORYWORLD family > UNIVERS

- Dessinez sur du papier le spectre de votre communication, de votre histoire, de votre marque, de votre, projet... plus grand, encore plus grand... (pas besoin d'être en ordre à cette étape).
- Mais en fait, en une phrase, c'est quoi ce que vous voulez défendre ?
- Quelle est la résolution du conflit dans votre univers narratif ? (Aussi minime ou important qu'il soit, et où qu'il soit placé dans cet univers)
- Quel est l'angle (éditorial) pour ma "niche" (ma cible d'audience)
- Puis-je avoir plusieurs "niches" ? Le projet s'adresse-t-il à tous les publics ?

JOKER / STRATEGIE UNIVERS :

- Ordonner les idées en « branches » (« *branching narratives* »), lisez le livre de Frank Rose, cherchez l'image du Bateau de Salvadore Dali...

BUSINESS MODEL family > MODELE ECONOMIQUE

- Quelle est votre « USP » ? Unique Selling Proposition... Inventez-en une.
- Citez 3 façons de récolter de l'argent avec ce projet.
- Sans les fonds publics... (et oui...)
- On répète : quels sont les acquis matériels que vous avez déjà ?

JOKER / STRATEGIE MODELE ECONOMIQUE :

Pensez à étendre non seulement la narration mais le temps de vie du projet pour le rendre plus rentable et investissez dans les ressources humaines et la qualité.

GAMEPLAY family > LUDOLOGIE

- Dans votre univers, quels sont les 5 éléments qui vont intriguer votre audience ?
- Parmi ces éléments lequel est une mécanique de jeu ?
- Pensez à toutes les mécaniques de jeu que vous pourriez utiliser ici. Retenez-en 3.
- Il reste deux, si je retiens 3... Le calcul est-il une façon ludique de retenir ou attirer l'attention ?

JOKER / STRATEGIE LUDOLOGIE :

Achetez une carte postale, et un timbre, écrivez le synopsis, donnez-là à une personne inconnue et demandez-lui d'écrire une adresse...

DESIGN family > DESIGN

- Qui dessine le mieux autour de vous ?
- Votre projet va-t-il se noyer dans une exigence en expérience utilisateur ?
- Votre projet va-t-il se noyer parce qu'il lui manque de la qualité en expérience utilisateur ?
- Quel est votre musée préféré ? Pourquoi ? Intégrez cette notion dans votre direction artistique.

JOKER / STRATEGIE DESIGN :

On l'a dit : investissez dans les ressources humaines et la qualité.

BON AMUSEMENT !

@TransmediaReady