

INFOGRAPHIE 2

mumaps

Modèle AIDA

Justification du CTA:

La vidéo est conçue en format vertical pour Instagram, un réseau très utilisé par les jeunes de 15 à 25 ans. Le montage est dynamique et rythmé afin de capter rapidement l'attention et de s'adapter à leurs habitudes de consommation de contenus courts.

Le ton est simple, moderne et accessible, afin de ne pas paraître trop institutionnel. Le style visuel met en avant les objets du musée, leurs détails et leurs mouvements, pour créer de la curiosité et de l'intérêt. Ce choix répond aux attentes de la persona, qui recherche des contenus visuels, immersifs et faciles à comprendre. Le message est pertinent car il donne une image du musée plus vivante et attractive, en phase avec les centres d'intérêt du public jeune.

Justification du message au public cible :

L'objectif de la vidéo est de toucher les jeunes sur les réseaux sociaux du musée afin d'attirer un public plus jeune. Le CTA a pour rôle de donner envie de découvrir le musée, ses objets, ses richesses et son histoire.

Il encourage les jeunes à passer de la simple découverte en ligne à une action concrète, comme interagir avec la vidéo sur Instagram (like, partage) ou venir visiter le musée. Ce CTA soutient l'objectif marketing du musée en augmentant sa visibilité auprès des jeunes et en les incitant à s'intéresser davantage à son contenu et à son univers.

