

EDITO



Dr. Nawal HOUTI
Founder & CEO

LE CORONAVIRUS, UNE OPPORTUNITÉ

La crise du Covid 19 a pris de cours toute la planète. Personne ne s'attendait à cette crise sanitaire sans précédent. Après le tourisme, le secteur de la communication et des media a été le plus touché. Il a fallu du temps aux opérateurs du secteur pour s'adapter et sortir de leur torpeur pour reprendre le dessus, ce qu'on appelle la capacité de résilience. Au niveau de Brand Factory, nous avons actionné notre PCA (Plan de continuité d'activité) pour rester en contact permanent avec nos clients. Pour ce faire, plusieurs pistes ont été explorées parmi lesquelles le lancement de la Newsletter BrandFNews dont la réalisation était en gestation depuis longtemps auprès de nos équipes et grâce à la crise du Covid 19, elle voit enfin le jour !

Plusieurs thématiques y seront abordées d'abord en relation avec le Coronavirus, crise sanitaire oblige, mais aussi les influenceurs, les réseaux sociaux et les media, avec comme axe central les relations publiques et presse et la communication d'influence. BrandFNews sera désormais sur vos écrans tous les jeudis pour vous informer des dernières actualités.

Nous comptons sur vos remarques et vos commentaires et vous souhaitons un excellent mois de Ramadan et une bonne lecture !

RP&MEDIA

CONFINEMENT POUR TOUS, OUI, MAIS PAS POUR LES RELATIONS MÉDIAS !

Plus du 1/3 de la population mondiale vit actuellement en confinement. Tous les secteurs d'activités ont reçu de plein fouet la crise du covid-19. Le secteur des médias, de la communication et de l'évènementiel n'est pas en reste, et fait même partie des premiers les plus touchés après le tourisme et le transport. En effet, dans le contexte actuel, le secteur médiatique est fortement impacté et les rédactions sont sur le pied de guerre privilégiant l'information à l'aspect social de leurs entreprises qui souffrent énormément, sachant que l'heure est grave et qu'il faut communiquer la juste information et contrer les fake news, souvent anxiogène. Une situation inédite qui même sans le vouloir, invite les agences de communication à réorganiser leur relation avec les journalistes. Comment réussir la collaboration avec les

médias, quand ceux-ci essaient tant bien que mal de trouver un certain équilibre entre des rédactions réduites, des journalistes confinés dans des conditions de télétravail souvent difficiles (présence des enfants, exigüité, défaillance de connexion....) ?



LES ÉCHANGES AVEC LES MÉDIAS CONTINUENT



Aujourd'hui plus que jamais, toutes les entreprises ont besoin de garder le contact avec l'ensemble de leurs parties prenantes. Leur présence médiatique est cruciale pour rassurer, informer ou même mieux, sensibiliser l'opinion publique sur les actions et mesures prises en période de crise. Une campagne de relations media permet de renforcer sa relation avec ses différents publics. Dans le contexte actuel de la crise du covid-19, il est plus que nécessaire de maintenir ce lien de confiance et entretenir un courant d'informations avec ses publics. Il est donc recommandable, voire primordial pour les entreprises de continuer à communiquer en cette période, mais bien évidemment avec du contenu en adéquation avec le contexte et qui apporte des réponses aux attentes des cibles. Comme on le constate ces derniers temps, les journalistes ont peut être changé leur manière de travailler, mais ils continuent de produire des articles qui nous tiennent informés de manière inédite sur l'ensemble des actualités nationales et internationales. Il est donc nécessaire de les alimenter en contenu adapté à la situation, avec des prises de parole des responsables. A l'instar des autres secteurs d'activité, les relations médias doivent s'adapter à la crise et revenir aux fondamentaux. C'est-à-dire, apporter des informations à valeur ajoutée, mais surtout adopter une communication responsable, pédagogique et solidaire.

UNE AUDIENCE ACCRUE



Toutes les populations manifestent inévitablement le besoin de s'informer dans cette situation inédite. Un besoin porté par la peur et l'anxiété des citoyens vis-à-vis de l'évolution de la pandémie. Ainsi, la presse en ligne et les journaux télévisés ont vu leurs audiences s'accroître du jour au lendemain comme le rapporte le quotidien Aujourd'hui le Maroc dans sa parution du 02 avril 2020. En effet, selon le quotidien « l'audience marocaine a augmenté de 7 points en une semaine. Ce qui représente une augmentation de 49,9% à 56,7% de téléspectateurs. La météo s'est même accaparée 40% de l'audience marocaine soit environ 6,75 millions de téléspectateurs au cours de la semaine du 21 mars. Cette augmentation d'audience est pratiquement la même du côté de la presse en ligne, même si les pourcentages ne sont pas encore connus. En ce qui concerne les communications des entreprises, on se rappelle encore quelques premières semaines du confinement étaient toutes submergées d'informations relatives à la crise du coronavirus. En l'occurrence des entreprises qui passaient en télétravail, d'autres qui changeaient d'activité afin d'apporter leur aide au corps médical, ou encore pour annoncer leur contribution au fonds de solidarité national spécial Covid-19. Cette première vague d'information étant apaisée, c'est maintenant aux agences RP de mettre en avant leur expertise. Dans ce contexte actuel, trouver des sujets à médiatiser avec l'ensemble de leurs clients, afin de proposer aux journalistes du contenu riche et pertinent et permettre aux entreprises de garder le contact avec la population. Le bon sujet, au bon média, au bon moment est sans aucun doute, plus que jamais de mise dans le contexte de crise du Coronavirus 2020.

Brand Factory, votre partenaire communication en toutes circonstances !

Nous sommes tous confrontés à une crise sanitaire sans précédent. Nous devons faire front et respecter les consignes de lutte contre la propagation du Covid-19.

Brand Factory, agence de communication spécialisée dans les relations médias (traditionnels et 2.0), relations publiques, relations influenceurs, social media et e-réputation, offre ses services, en rapport avec le Covid-19, gracieusement à ses clients ainsi qu'aux petites PME qui souhaitent installer un plan de communication.

#restez_chez_vous

Contact : secretariat@brandfactorycom.com / Tél : 0668409601

On va s'en sortir, sans sortir !



INFLUENCE ET RÉSEAUX SOCIAUX



Swinga, un influenceur marocain star du Covid

En cette période de crise du Coronavirus, les réseaux sociaux sont plus que nécessaires pour accompagner notre pays dans la sensibilisation des mesures barrières pour lutter contre le Covid-19. Plusieurs influenceurs (acteurs, sportifs, chanteurs, influenceurs..) ont profité de leurs RS et de leurs abonnés pour diffuser la bonne info afin de contrer les fake news. Au nombre de ces influenceurs figure Mustapha Swinga (513 milles followers sur Instagram) qui a fait un formidable travail en adoptant le langage compris par tous les marocains. Sur un ton humoristique, Swinga a créé le buz sur les RS avec ses méthodes didactiques pour expliquer cette crise et comment s'en prémunir.....

à suivre...

L'instant confinement



Les webinars, conférences ou séminaires du web ont conquis tous les professionnels par leur format de communication pour discuter, échanger ou former en cette période de confinement. Dans cette situation inédite, ces conférences à travers le web séduisent autant les professionnels que les étudiants de tous les secteurs d'activité. Marketing, discussion stratégique, IT, innovation, formation, vente, santé,...tout y passe. Une utilité digitale qui réduit la notion de distance dans cette période inédite, c'est important pour garder le contact. Une chose est certaine, les objectifs diffèrent dans la pratique. Certains l'utilisent à des fins internes à l'entreprise pour des réunions, des formations, des discussions,...etc. Par contre, d'autres l'utilisent pour atteindre un public externe à l'entreprise. Notamment pour des recrutements, des générations de leads, la démonstration de produits ou services, la fidélisation des clients,...etc. In fine le digital a montré son importance, nécessitant une montée en puissance et des compétences et en outils de communication numériques.

COUP DE CŒUR



"Lutter contre l'abandon scolaire pendant l'épidémie", c'est le mot d'ordre que s'est donné l'Association Mekkil de Marrakech. En partenariat avec Orange Maroc, l'Association Mekkil apporte une aide sociale pour soutenir l'éducation de la jeunesse de la région Marrakech-Safi, région la plus touchée par les abandons scolaires selon le CSEFRS. Au travers de ce partenariat spécialement créé en cette période pandémique du covid-19, Orange Maroc offre 1000 recharges e-learning d'une valeur de 100 Dh, pour aider les jeunes élèves, surtout ceux en période d'examen, à continuer d'étudier dans cette période spéciale de confinement. Par le biais de cette action sociale, l'Association Mekkil et Orange Maroc offrent une chance aux élèves qui résident dans les zones enclavées de ne pas abandonner. Ils les encouragent et leurs donnent l'opportunité de continuer à suivre les cours chez eux à la maison à partir de leur smartphone.

Chiffres Clé

Facebook et Twitter pris d'assaut par le coronavirus !

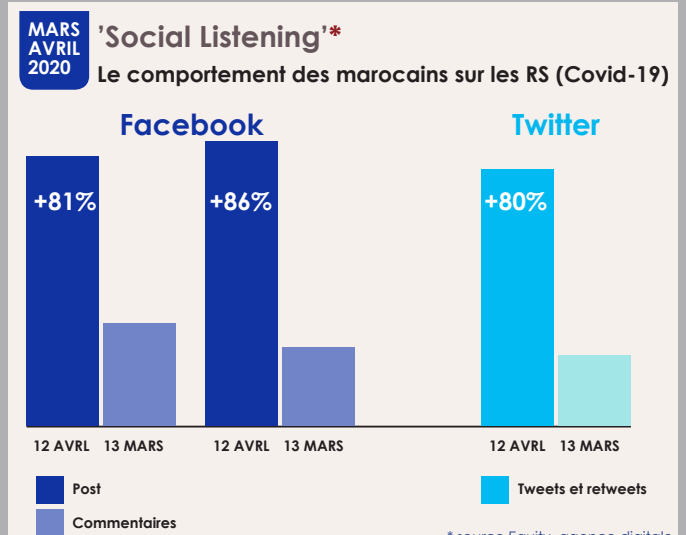
Equity, agence digitale spécialisée dans les réseaux sociaux et la veille a publié une étude nommée "Social Listening" mettant en relief le comportement des marocains sur les RS entre le 13 mars et le 12 avril 2020. Les insights de cette étude ont mis en évidence l'ampleur des réactions marocaines sur les RS dans la lutte contre le coronavirus. A l'origine de cette croissance exponentielle, l'arrêt des cours dans le Royaume et la mobilisation des forces de l'ordre dans les quartiers afin de veiller au respect du confinement.

Facebook :

- 167 705 posts (+81% par rapport aux 30 jours précédents)
- 4,5 millions commentaires avec le mot Covid-19 (+86% par rapport aux 30 jours précédents)

Twitter :

- 313.871 tweets et retweets en rapport avec le Covid-19 (+80% par rapport aux 30 jours précédents).



3 Questions à

**Rita Akesbi, Alias Rita Trendy,
Une influenceuse lifestyle**

Followers

 121k abonnés



1 Comment se passe le confinement avec la crise du coronavirus ?

La première phase du confinement a été un peu difficile au début, je suis passée par une phase d'angoisse et d'inquiétude... L'incertitude de cette situation a été difficile à gérer au début... Puis je suis passée à une phase d'acceptation de la situation. Je me suis dit que la situation est générale et que le monde entier vit la même chose. Il fallait donc relativiser, positiver et se recentrer sur l'essentiel à savoir l'amour de ma petite famille et notre santé et que ce confinement (bien que difficile du fait de la crise économique engendrée) est aussi l'occasion de partager ou d'effectuer des choses que je n'ai pas l'habitude de faire en temps normal...comme partager des moments de qualité en famille, me recentrer sur moi, me remettre en question et partager des contenus à forte valeur ajoutée avec ma communauté.

2 A l'heure où les marques ne communiquent plus ou peu, quelles sont les actions prises pour garder le contact avec votre communauté ?

Oui en effet au début les marques ne communiquaient pas du tout, mais aujourd'hui certaines se sont remises à communiquer (Développement de la livraison à domicile par exemple). Aujourd'hui j'ai décidé de profiter de cette période d'accalmie «marketing» pour partager une autre facette de moi-même, à savoir mon expérience, mon expertise dans différents domaines RH, finance, entrepreneuriat et d'en faire profiter ma communauté en les aidant à ma petite échelle et en leur faisant passer de bonnes ondes de positivité et de courage... Donc au-delà de l'influence purement marketing des marques, je pense que ce confinement est aussi un moment où nous avons du temps pour nous améliorer dans différents domaines et de développer pourquoi pas de nouvelles compétences.

3 Pour le secteur de l'influence, pensez-vous qu'il y aura un avant et un après Covid19 ?

Je pense que oui car l'influence ne se résume pas seulement aux placements de produits... notre communauté suit une personne, un lifestyle et non un panneau publicitaire... Aujourd'hui vu qu'il n'y a pas d'événements, moins de placements de produits, donc les influenceurs qui à mon sens vont se distinguer, ce sont ceux qui ont su créer du vrai contenu durant cette période de confinement. Aujourd'hui tout le monde est sur son smartphone et sont en mesure d'avoir d'avantage de discernement quant à la qualité du contenu partagé par les influenceurs.

Global Influencers Summit Marrakech 2020
Coming Soon
#GIS2020
#GAMECHANGERS
www.globalinfluencerssummit.com

#brandfactorycom #agencepr #soyezjusteunique #restezchezvous #onsensortira_sanssortir

Nos équipes sont à votre disposition !

Contactez-nous dès maintenant pour en savoir plus:

Mail : secretariat@brandfactorycom.com / brandfactorycom.com

 <https://www.instagram.com/BrandFactorypr/>

 https://www.facebook.com/brandfactorycom/?ref=br_rs

 <http://globalinfluencerssummit.com/>