



Paroles de pros



© photo droits réservés

Voilà l'été... !

Il est absolument certain que cet été, nos vacances ne ressembleront en rien aux vacances des années précédentes. Et pour cause... Dans un contexte compliqué, mêlant incertitudes économiques et peur d'une seconde vague, nous sommes nombreux à nous poser beaucoup de questions suite aux événements de ce début d'année.

Alors... Je vous propose une bouffée d'oxygène, avec une newsletter gonflée à bloc, rafraîchissante et vitaminée, pour vous permettre de vous reposer cet été avec le sourire, et d'envisager une rentrée créative et dynamique ! Au passage, l'équipe de KEOPS Studio a été très touchée par la disparition brutale de Patrick POIVEY (la voix française de Bruce WILLIS), une personne très sympathique avec qui nous avons pris beaucoup de plaisir à travailler.

Je vous souhaite une bonne lecture de cette newsletter, et vous rappelle que toute l'équipe de KEOPS Studio est à votre service avec le sourire, du lundi au vendredi de 9h à 18h non-stop.

Actualité...

Réflexion Innover pour durer !

Ne pas se reposer sur ses acquis, et continuer de réfléchir pour faire avancer la profession, tel est l'ADN de KEOPS Studio.

- En 2007 avant tout le monde, nous avons numérisé notre activité et avons stoppé à plus de 95% notre consommation de papier.
- En 2008 après une année de travaux, nous avons lancé notre propre logiciel exclusif de gestion des commandes, que nous avons baptisé KEO.
- En 2012, nous avons décidé de proposer à nos clients de passer des commandes en ligne, avec un site Internet directement connecté à ce logiciel. Depuis cette date et de la même manière, nos comédiens peuvent interagir avec nous en saisissant leurs absences, ou en mettant à jour leurs coordonnées directement depuis ce même site Internet.
- En 2016, nous sommes passés en télétravail dans la plus grande discrétion, et aucun de nos clients ne s'est rendu compte de ce changement pourtant très important dans notre fonctionnement.



© photo droits réservés

Le télétravail plébiscité aujourd'hui par quasiment toutes les entreprises, nous le pratiquons depuis déjà 4 années. Aujourd'hui secrètement, nous travaillons sur de nouvelles fonctionnalités qui optimiseront nos échanges, le suivi de la gestion des commandes, et bien d'autres points très importants...

Une chose est sûre, notre disponibilité, notre sourire, et notre plaisir à travailler chaque jour avec vous, ça, ça ne change pas. Et ce, depuis plus de 20 ans !

Un grand merci à vous tous pour votre confiance !

Fermeture estivale !

Nous avons aussi besoin de recharger nos batteries, et d'aller puiser l'inspiration là où elle se trouve, c'est-à-dire ailleurs. KEOPS Studio fermera donc ses portes 2 petites semaines cette année : Du lundi 3 au vendredi 14 août inclus.



De manière concise...

Un bon brief créatif permet de bien comprendre les attentes et problématiques du client, de l'aider à se concentrer sur l'essentiel, de ne pas se tromper de cible, de raconter l'histoire qui séduira les consommateurs... Mais trop d'infos rendra complexe la conception du spot. Le meilleur brief doit pouvoir se résumer en une phrase !

Michel COLIN

L'édito de Michel Colin

La disparition du plus célèbre acteur de doublage, le regretté Patrick POIVEY, a mis en lumière le rôle crucial des comédiens professionnels dans la qualité des films et des publicités. Tous les médias ont diffusé des extraits de cette voix capable d'incarner des personnages devenus cultes. Le pouvoir magique de la voix, cette capacité d'incarner une histoire pour marquer les esprits, c'est ce qui fait la différence entre une pub anodine et un spot génial. Sachez vendre ce principe à vos clients, ne lésinez pas sur quelques dizaines d'euros supplémentaires, investissez dans la qualité des comédiens professionnels !



© photo droits réservés

Une bonne idée !

Capitalisez !

La radio est un média de répétition qui vient accompagner les auditeurs dans leur quotidien. Pour un annonceur, être présent à l'antenne de manière récurrente est une très bonne idée. Elle lui permet d'instaurer une belle image de notoriété, de séduire de nouveaux prospects et de ne surtout pas se faire oublier de ses clients.



© photo droits réservés

A cet instant, une question se pose : Un client qui a déjà communiqué, s'apprête à lancer une nouvelle campagne radio. Est-il judicieux de conserver la même voix et la même ambiance sonore (musique, bruitages, etc.) que la fois précédente ?

Chez KEOPS Studio, nous pensons que OUI ! Ceci permettra aux auditeurs de mémoriser inconsciemment le contenu des messages, et surtout, de reconnaître l'annonceur dès les premières secondes de diffusion ! On le dit souvent : lorsqu'on trouve un mix qui fonctionne entre une voix et une ambiance sonore, il faut le conserver pour CAPITALISER les différentes diffusions.

C'est sur la base de ce conseil que de plus en plus d'annonceurs s'offrent une identité sonore, mais aussi par exemple, que LECLERC nous a permis de suivre une saga de plus de 15 années où les membres de la famille nous paraissent finalement très familiers. Pour obtenir des conseils afin d'aider vos clients à optimiser leurs diffusions, contactez-nous !

Donnons la parole à Yanis...

KEOPS Studio, c'est une équipe de 4 personnes très compétentes dans le monde du son.

Yanis, producteur sonore, travaille dans le monde de la radio depuis plus de 20 ans.

Il est devenu producteur sonore KEOPS Studio pour la première fois en 2000. Sa grande expérience en radio est un atout essentiel pour la production des enregistrements sonores. Donnons-lui la parole pour nous parler de son travail au sein de l'équipe.



© photo droits réservés

«Notre priorité chez KEOPS Studio est de produire des spots parfaitement compréhensibles. Un bon choix des éléments sonores permet une écoute optimale du message. Parfois, une originalité mal contrôlée peut nuire à la performance d'un spot.

Nous préférons donc l'utiliser à bon escient, lorsque cela présente un vrai intérêt pour la campagne».