LES TUTOS DE LA NWS ESPORT

COMMENT CRÉER DU CONTENU POUR TON ÉQUIPE ESPORT EN 4 ÉTAPES AVEC LA MÉTHODE AIDA ?

(ATTENTION, INTÉRÊT, DÉSIR, ACTION)

Dans un univers compétitif comme celui de l’Esport, la création de contenu engageant peut être un vrai challenge surtout quand ce n’est pas ton cœur de métier.

Afin que ton équipe soit aussi populaire IRL que sur les réseaux sociaux, il faut capter l’attention de ta cible parmi tout un océan d’autres teams, éveiller l’intérêt de tes fans, susciter un désir de s’engager avec TA team, et enfin le pousser à l’action.

La méthode AIDA est une stratégie éprouvée en marketing pour atteindre ces objectifs.

Dans ce tutoriel, je vais te montrer comment utiliser la méthode AIDA au profit de ton équipe afin de l’élever au rang de T 1 !

À LA FIN DE CE TUTO, TU SAURAS :

- Comprendre et appliquer les quatre étapes d’AIDA à la création de contenu
- Adapter AIDA pour séduire toutes les audiences de l’Esport (fans, joueurs, sponsors)
- Créer du contenu captivant qui convertis un simple visiteur en fan ambassadeur de ton équipe !

ÉTAPE 1

CAPTIVER L’ATTENTION

Dans l’Esport, la concurrence est rude. Ainsi, réussir à capter l’attention de ton audience est LE premier pas pour émerger de ce flux constant de contenu.

Voici le top 3 des choses que tu doit avoir dans ton contenu pour captiver l’attention :

1. **Ai un branding qui soit mémorable**, une identitée visuelle réussi est une identitée qui reste en tête. Utilise des couleurs dynamique et ai un ton propre à ton équipe.

2. **Utilise un titre accrocheur**, comme une question.
Exemple : “*Ton équipe fait que perdre ? voici 3 astuces pour que ta team win enfin un match*”

3. **Capte l’attention durant les 3 premières secondes.** Dans le cas d’une vidéo, ton audience restera concentré seulement les 3 premières secondes, si le contenu la captive pas, elle passera à la prochaine.

Ainsi ces secondes sont fatidiques pour garder l’attention de ta cible. **Utilise une action qui choque ou un visuel qui attire l’oeil.**

Exemple : *une action forte d’un match avec un titre accrocheur*

ÉTAPE 2

ÉVEILLER L’INTÉRÊT

Une fois que tu as capté l’attention, garde-la en parlant des besoins ou problèmes de ton audience.

COMMENT CRÉER DE L’INTÉRÊT ?

1. **Via le storytelling**

Raconte une histoire attachante ou drôle autour de l’équipe ou d’un joueur (ex: les coulisses d’un tournoi ou d’un évènement)

2. **Avec des chiffres et données**

Présente des faits intéressants pour donner de la crédibilité (ex : seulement 1% des joueurs Lol connaissent cette astuce)

3. **Pose des questions**

Interagi avec ton audience en lui posant des questions ou en faisant un sondage.

Ex : *Quel est ton agent phare sur Valorant ?*

ÉTAPE 3

SUSCITER DU DÉSIR

Ton audience est maintenant tout à l’écoute de ton contenu, il faut à présent lui donner envie de s’engager davantage en créant une connexion émotionnelle avec.

COMMENT Y PARVENIR ?

En mettant en avant une valeur ajoutée, notamment en expliquant pourquoi ton contenu est unique et comment il pourra en tirer quelquechose d’utile pour lui.

Exemple : “*Rejoins notre communauté discord pour accéder à des entrainements aux côtés de vrai pro*”

En appelant aux émotions. Montre des coulisses, les échecs, ou les victoires pour inspirer ton audience

Exemple : une vidéo montrant un joueur surmontant un échec lors d’un tournoi et son équipe le réconforte.

TIPS : associe ton contenu à des valeurs fortes comme l’esprit d’équipe et la persévérance, trés présentes dans l’univers Esport.

ÉTAPE 4

INCITER AU PASSAGE À L'ACTION

Nous voici à la dernière étape de ce tuto 😮‍💨

Pour que ta cible devienne un fan, il faut qu'il passe à l'action. Que se soit par un abonnement, un achat ou un téléchargement, ton dur travail pour le garder intéressé n'aura servi à rien si il n'y a pas d'action derrière.

Voici 3 types d'appels à l'action efficaces :

1. **Les CTA (call to action) engageant**

"*Swipe up pour rejoindre notre discord*"
"Télécharge notre guide GRATUIT pour construire une stratégie qui marche à tout les coups sur LoL"

Ces Call to action invitent à faire un mouvement, une action clair afin de concrétiser ce qu'ils ont appris sur le post. Ça donne un sentiment de récompense qui est satisfaisant pour la cible. Il se souviendra de votre équipe comme celle qui lui a permis d'obtenir cette récompense.

2. Créer un sentiment d'urgence

"Dernière chance de t'inscrire pour notre tournoi mensuel, places limitées !"

Ce sentiment d'urgence implique que la cible ne va pas vouloir louper cette occasion et va sauter dans ton CTA.

3. Donne leur des récompenses claires

Offre un contenu téléchargeable, une chance de participer à un évènement, ou même un *giveaway (concours)*

"Partage cette vidéo pour tenter de gagner un coaching gratuit avec notre capitaine"

TIPS : Utilise Bitly pour créer des liens courts et traquer les clics pour mesurer l'efficacité de tes CTAs.

Tu peux aussi créer un Bento, un site qui te permet de regrouper tous tes liens en un seul endroit.

ALORS, PRÊT À CONCOTER DES POSTS FOUDROYANT ?

voici un exemple de post instagram avec la méthode AIDA

Un branding impactant

Un titre accrocheur

Nous cherchons des joueurs motivés qui veulent évoluer au sein d'une team compétitive et soudée

POURQUOI NOUS REJOINDRE ?

✅ Rejoins une équipe ambitieuse et dynamique.

🔥 Participe à des scrims, tournois, et bien plus.

🕹️ Apprends et progresse avec des joueurs passionnés.

Susciter le désir avec une valeur ajouté

PRÊT À PASSER AU NIVEAU SUPÉRIEUR ?

LIEN DU FORMULAIRE EN BIO

Dépêche-toi, les candidatures sont ouvertes jusqu'au 30 novembre !

Des CTAs qui donnent envie de passer à l'action

@nwsesport