

Pourquoi le modèle freemium ?



Traduction

« Les super apprenants ont 4,2x plus de chances de terminer leur cours de Japonais»

«Cœurs illimités
Apprenez à votre rythme et ne soyez jamais à court de coeurs»

«Entrainement personnalisé
Un entraînement hebdomadaire pour cibler...»

Des stratégies pour fidéliser l'attention

Le modèle **freemium** de Duolingo

- Deux choix pour poursuivre son apprentissage : **Attendre ou payer...**
 - Possibilité d'un abonnement **premium sans publicité**
- ➡ Attirer de nouveaux utilisateurs potentiels et les inciter à souscrire
- Ex: Youtube et sa version premium...



Des stratégies critiquées....

- Caractère intrusif des notifications
- Sentiment de perte de sens dans l'apprentissage (compétitivité, frustration...)
- Des critiques exprimées via des mèmes parodiques...

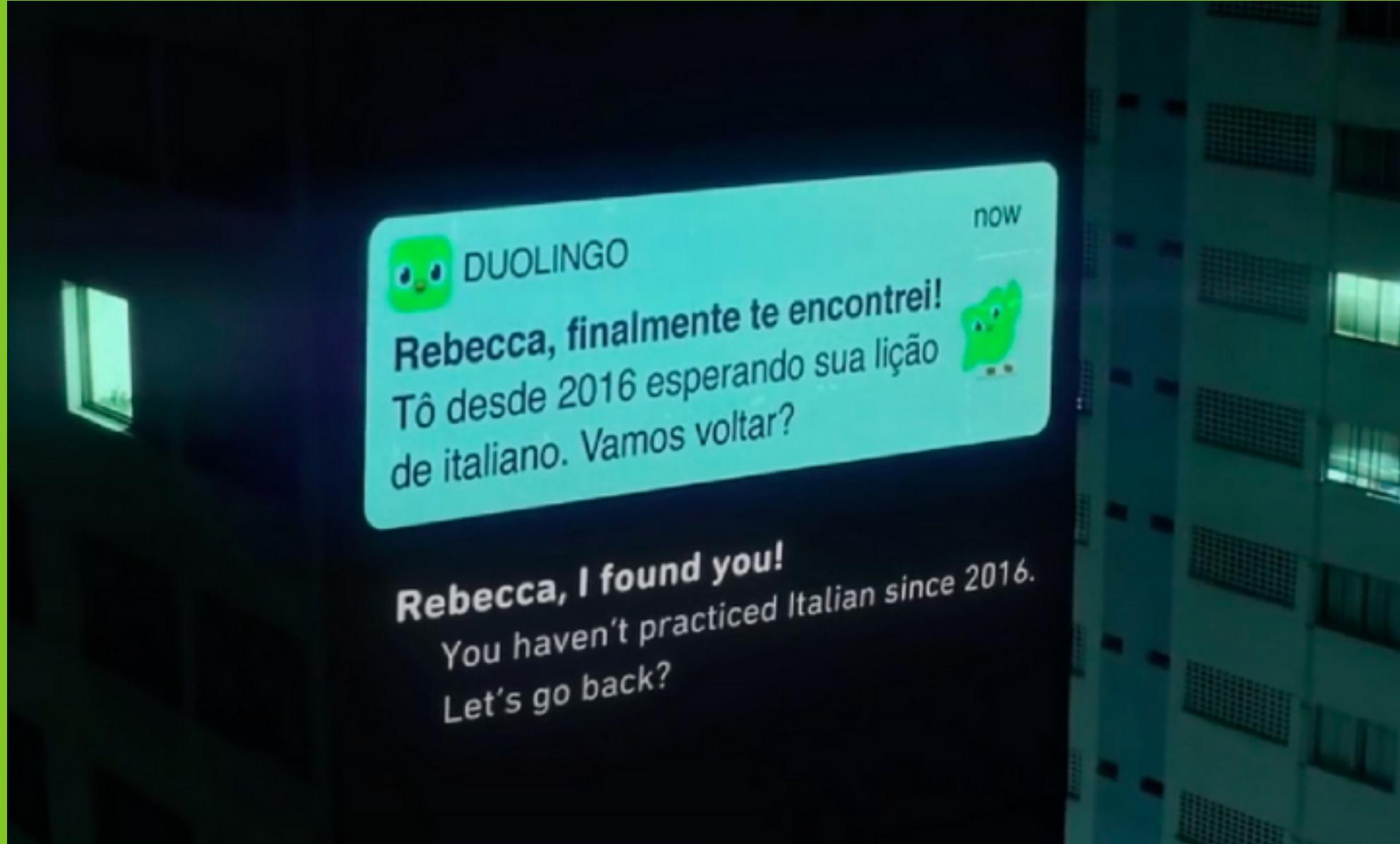


Influence sur l'image du service et de l'entreprise



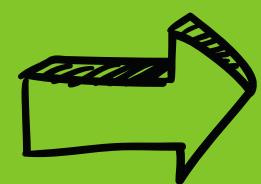
Via u/boredpanda

La récupération des critiques par Duolingo



Campagne publicitaire inédite menée à São Paulo (Brésil) sous forme de caméra cachée

Source: <https://lareclame.fr/jotacom-duolingo-notification-251260>



Contribue à entretenir cette image de l'entreprise

Les interactions sur les réseaux sociaux



Lilito
un jour il vas venir chez moi et il vas me dire "OH UTILISE MOI UN PEU DANS TA VIE TU M'AS PAS INSTALLER POUR RIEN" 😊
1-10 Répondre
Afficher 5 réponses ▾

Ovalcrown💡
Un jour il va finir par dérquer chez moi je vais rien comprendre
1-9 Répondre
Afficher 14 réponses ▾

Prout🌐
harcèlement il m'envoie 10 mails tous les jours 😊
😂😂😂
Il y a 6 j Répondre
Afficher 6 réponses ▾

**Commentaires
d'utilisateurs sous une
publication du compte
TikTok de Duolingo**

→ Contribuent à augmenter la popularité et donc la visibilité

Pourquoi faire appel au même en entreprise ?

Le mème

- Un montage à fort **potentiel humoristique**
 - Une forme de **langage** médiatique **facile à comprendre**
 - **Facile à partager**, notamment sur les **réseaux sociaux numériques**
 - Fait appel à des **références culturelles communes**
- ➡ Un moyen pour les entreprises d'**atteindre les audiences plus jeunes**

Créer un mème en lien avec son stage

1. **Choisir** une image parmi celles proposées qui vous plaît ou attire votre attention
2. Réfléchir à une **légende** qui peut **(au choix)** :

Choix 1: **Valoriser un produit** (bien ou service) de son entreprise de stage, ou valoriser **l'image de son entreprise** de stage

➡ Objectif : Créer un mème qui donnerait envie d'en savoir plus

Choix 2: **Représenter une situation professionnelle** liée à votre expérience de stage

➡ Objectif : Créer un mème qui parle à ses collègues de travail ou à des personnes qui travaillent dans le même domaine d'activité

Créer un mème en lien avec son stage

3. En vue d'un présentation orale, préciser :

Le nom de l'entreprise :

Son domaine d'activité :

La cible (public ou collègues) :

Le produit (bien ou service) choisi pour le mème :

L'image choisie et l'idée exprimée par le mème :

Créer un mème en lien avec son stage

Critères :

Respect consignes et présence de tous éléments demandés

Présentation orale claire et concise (5min maximum)

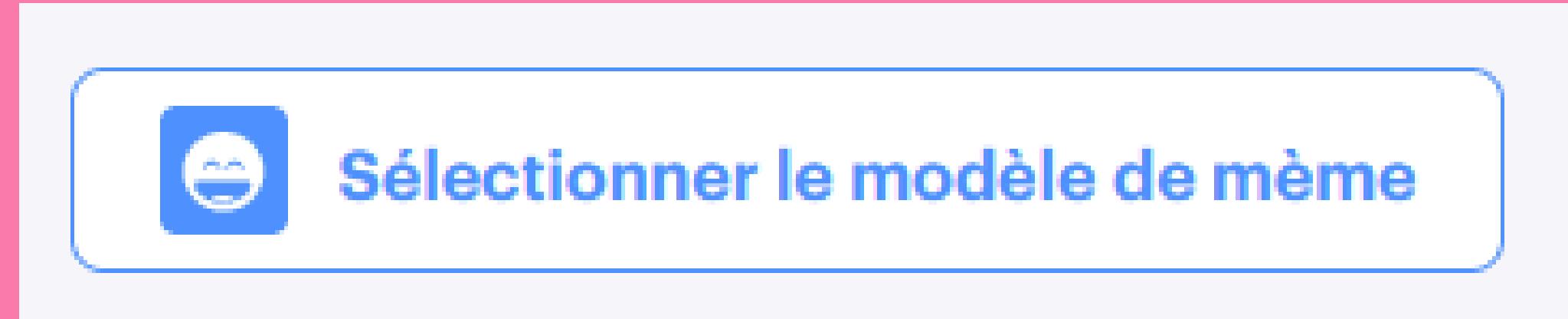
Choix du produit argumenté (en lien avec le domaine d'activité)

Choix de l'image argumenté (en lien avec l'objectif du mème)

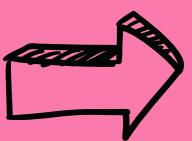
Créer un mème à visée publicitaire

2. Pour créer un mème :

- Cliquer sur ce lien et sélectionner :



3. Après avoir terminé le mème, l'enregistrer et le déposer sur ce mur :



AJOUTER UN FICHIER



Titre

Prénoms du binôme



VALIDER

Bibliographie thématique

- **Sur les stratégies de captation de l'attention :**

Dominique Boullier (2009). Les industries de l'attention : fidélisation, alerte ou immersion. Réseaux, 154, 231-246, disponible sur: <https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/les-memes-nouvelle-forme-de-langage-mediatique.html>
<https://doi.org/10.3917/res.154.0231>

- **Sur les stratégies de captation de Duolingo :**

Sophie Laroche (2023), Ma relation toxique avec Duolingo, Radio France, disponible sur :
<https://www.radiofrance.fr/mouv/ma-relation-toxique-avec-duolingo-8371161>

Hubert Boët, « L'intelligence artificielle dans la stratégie de croissance de Duolingo : entre argument financier et levier d'industrialisation « par l'engagement » », Distances et médiations des savoirs [En ligne], 44 | 2023, mis en ligne le 20 décembre 2023, consulté le 19 janvier 2024. URL : <http://journals.openedition.org/dms/9571> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/dms.9571>

Marine Protais (2019), Ces applis qui vous culpabilisent à coup de notifications, L'ADN, disponible sur :
<https://www.ladn.eu/tech-a-suivre/duolingo-forest-appli-culpabilisante-best/>

Bibliographie thématique

- **Sur les stratégies de communication de Duolingo :**

Tiffany Vitali (2023), Le succès de Duolingo sur TikTok : une stratégie de communication réussie. Décodage. disponible sur : <https://decodagecom.be/le-succes-de-duolingo-sur-tiktok-une-communication-reussie/>

Marine Protais (2022), Non-sens, humour potache... la recette gagnante de Duolingo sur TikTok, L'ADN, disponible sur : <https://www.ladn.eu/entreprises-innovantes/recette-gagnante-de-duolingo-sur-tiktok/>

Courrier International (2023), Duolingo : les leçons d'un succès phénoménal, disponible sur : <https://www.courrierinternational.com/article/applis-duolingo-les-lecons-d-un-succes-phenomenal>

Manon M. (2021) Duolingo invente la notification la plus intrusive au monde, La Réclame, disponible sur: <https://lareclame.fr/jotacom-duolingo-notification-251260>

- **Sur les mèmes et le marketing :**

CLEMI, Les mèmes, nouvelle forme de langage médiatique, disponible sur : <https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/les-memes-nouvelle-forme-de-langage-mediatique.html>