

Parcours : MARKETING DIGITAL

Module : La force de la communauté dans l'univers du digital « La Comu ♥ »

Projet 3 - La Communication Digitale

Jean, 26 ans, et Sonia, 24 ans, sont deux entrepreneurs très sportifs, lancent Hydra Max, la gourde écologique dédiée aux sportifs. Cette gourde en inox garde leurs boissons à la bonne température pour une eau rafraîchissante en été ou une boisson chaude durant l'hiver

Quelques infos sur la gourde

2 formats : 500 ml ou 1 litre

Bouteille isotherme en acier inoxydable de haute qualité

Conserve au froid 28h et au chaud 14h

Equipée avec une housse de transport à bandoulière

Fermeture étanche et hermétique

Coloris au choix: Noir, Bleu ou Rose

Résistante aux chocs élevée et totalement étanche

Prix : 500ml à 24,90€ et 1L à 29,90€

La gourde Hydra max s'adresse principalement pour les sportifs en herbe. Ils souhaitent toucher une cible connectée et qui aime partager leur performance et leur aventure. La gourde est disponible sur le site E-commerce.

Dans le cadre du lancement de la marque, Jean fait appel à vous (agence de communication) pour établir une stratégie de communication. Ils misent énormément sur les réseaux sociaux pour se démarquer et gagner en visibilité ! « On attend de vous de l'originalité, de la créativité et du dépassement de soi » dixit Sophie.

Le cadre de votre travail

1- Identifier les principaux concurrents et établir une étude de la concurrence sur leur Communication. Qu'en reprenez-vous ? Quels sont les éléments que vous pouvez retenir pour Hydra Max ?

2- Définir les cibles de communication (Cœur de cible, cible primaire, cible Secondaire)

3- Déterminez le prisme de la marque ainsi qu'un slogan. (Expliquez votre choix)

3- Quel est le positionnement pour Hydra max ? Pourquoi ?

4- Déterminez le message de communication pour la campagne de communication. Expliquez Votre choix.


- 5- Construire la copy stratégique.
- 6- Quels sont les moyens (médias ou hors médias) mis en place ? Justifiez votre choix.
- 7- Déterminez la ligne éditoriale et un calendrier éditorial.
- 8- Créer le contenu nécessaire pour la campagne de communication.
- 9- Quels sont les KPI à prendre en compte pour le suivi de la campagne.

1- Identifier les principaux concurrents et établir une étude de la concurrence sur leur communication. Qu'en reprenez-vous ? Quels sont les éléments que vous pouvez retenir pour Hydra Max ?

Voici les Principaux concurrents de la marque Hydra Max:

1. **Hydro Flask:** Une entreprise bien établie qui propose des gourdes isothermes pour les sportifs, mettant en avant leur durabilité et leur performance. Hydro Flask est reconnu pour ses gourdes isothermes de haute qualité qui maintiennent les boissons froides pendant 24 heures et chaudes pendant 12 heures. Ils sont fabriqués en acier inoxydable durable et sont disponibles dans une variété de tailles et de couleurs.
2. **Klean Kanteen:** Une marque axée sur la durabilité qui propose des bouteilles en acier inoxydable pour les amateurs de plein air et les sportifs. Leur engagement envers la durabilité se traduit par des produits réutilisables qui contribuent à réduire les déchets plastiques. Klean Kanteen propose des gourdes en acier inoxydable de qualité alimentaire, conçues pour les aventuriers et les sportifs. C'est l'une des marques pionnières dans la fabrication de bouteilles en acier inoxydable de haute qualité.
3. **CamelBak:** Une entreprise qui se concentre sur les bouteilles de sport ergonomiques avec une variété de fonctionnalités pour améliorer l'expérience de l'utilisateur. Ils proposent également des modèles spécifiques aux sportifs, mettant l'accent sur la praticité et la performance. CamelBak est bien connu pour ses gourdes isothermes équipées de systèmes d'hydratation innovants. C'est une marque leader dans le domaine des bouteilles d'hydratation pour les sportifs.

Etude de la concurrence sur leur communication

	<ul style="list-style-type: none"> • Positionnement : Hydro Flask se positionne en tant que leader de la durabilité et de la performance et avait une forte présence sur les médias sociaux, en particulier sur Instagram, où ils partageaient régulièrement des photos et des vidéos de leurs produits dans des environnements en plein air, mettant en avant leur esthétique et leur durabilité. • Interaction avec la communauté : Ils utilisaient des hashtags populaires liés aux activités de plein air, au voyage et à la durabilité pour élargir leur portée.
---	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Collaboration : Hydro Flask est souvent collaboré avec des influenceurs de voyage et de plein air pour promouvoir leurs produits. • Autres moyens : En plus de la communication sur les médias sociaux, ils ont utilisé la publicité en ligne pour accroître leur visibilité. • Engagement environnemental : La communication d'Hydro Flask met l'accent sur l'engagement envers l'environnement en proposant une alternative durable aux bouteilles en plastique.
	<ul style="list-style-type: none"> • Durabilité et engagement écologique : Klean Kanteen avait une communication axée sur la durabilité et la réduction des déchets plastiques. Ils mettaient en avant leur engagement environnemental. • Interaction avec la communauté : Sur les médias sociaux, ils partageaient du contenu lié aux avantages de l'acier inoxydable par rapport au plastique, ainsi que des informations sur les initiatives de réduction des déchets. Leur communication était centrée sur la mission de créer des produits respectueux de l'environnement. • Réutilisation : la marque utilise également des hashtags liés à la durabilité et à la réutilisation. Il encourage la réutilisation de leurs produits et mettent en avant le fait que leurs bouteilles sont une solution durable.
	<ul style="list-style-type: none"> • Ergonomie : CamelBak se concentrait sur l'ergonomie de ses produits et les fonctionnalités spécifiques aux sportifs. • Interaction avec la communauté : leur communication mettait en avant l'importance de rester hydraté pendant l'activité physique. La marque partageait fréquemment des vidéos et des photos montrant comment leurs produits étaient utilisés pendant des activités sportives et avaient une forte présence lors d'événements sportifs majeurs et utilisaient cela comme une opportunité de marketing. • Collaboration : Comme les autres concurrents, CamelBak collaborait également avec des influenceurs sportifs pour promouvoir leurs produits.

Quels sont les éléments que vous pouvez retenir pour Hydra Max ?

Avec les informations que j'ai fournies, voici les éléments qu'il faut retenir pour Hydra Max :

Les 3 Concurrents Principaux	Hydro Flask, Klean Kanteen et CamelBak sont les principaux concurrents, avec leur propre positionnement sur le marché.
-------------------------------------	--

Canal de Vente	Disponible sur un site E-commerce, ce qui le rend l'accès facilement en ligne.
Cible	Principalement orientée vers les sportifs en herbe et surtout les consommateurs connectés.
Produit	<p>Gourde écologique en acier inoxydable.</p> <p>Disponible en 2 formats : 500 ml et 1 litre.</p> <p>Excellente performance thermique : conserve les boissons froides pendant 28 heures et les boissons chaudes pendant 14 heures.</p> <p>Équipée d'une housse de transport à bandoulière pour une portabilité facile.</p> <p>Fermeture étanche et hermétique pour éviter les fuites.</p> <p>Résistante aux chocs élevés et totalement étanche.</p> <p>Disponible en trois couleurs : Noir, Bleu ou Rose.</p> <p>Prix compétitif : 500 ml à 24,90€ et 1 litre à 29,90€.</p>
Position	<p>Met en avance sur la durabilité et l'écologie, en tant que gourde écologique en acier inoxydable.</p> <p>La marque propose des fonctionnalités pratiques, notamment une housse de transport et une fermeture étanche.</p> <p>Choix de couleurs pour s'adapter aux préférences personnelles avec de prix compétitif par rapport aux concurrents.</p>
Communication	Met en avance l'originalité, de la créativité dans la stratégie de communication.

2- Définir les cibles de communication (Coeur de cible, cible primaire, cible Secondaire)

Voici les cibles de communication pour Hydra Max en général :

Cible	Cœur de cible	Cible primaire	Cible secondaire
Âge	17 à 35 ans	18 à 45 ans	25 à 50 ans
Genre	Hommes et femmes	Hommes et femmes	Hommes et femmes
Profil	Les sportifs passionnés et les amateurs cherchent à rester hydratés pendant leurs	Les Sportifs Confirmés (jeunes adultes et étudiants) qui sont actifs dans des activités	Les personnes qui restent dans leurs loisirs et leurs activités physiques.

	activités sportives. Ces profils sont sensibles à l'écologie et cherchent des produits durables.	sportives ou de plein air, comme la randonnée, le vélo, le fitness,...	
Motivation	Recherche de produits de haute qualité pour les aider à rester hydratés et à améliorer leurs performances sportives.	Besoin d'une gourde de haute performance pour rester hydratés et atteindre leurs objectifs sportifs.	Recherche d'une gourde de qualité pour rester hydratés pendant leurs activités
Réseaux sociaux	Actifs	Actifs	Actifs
Activité physique	Pratique régulière et actifs.	Très actifs avec des sports de haut niveau	Actifs et aiment les activités physiques

3- Déterminez le prisme de la marque ainsi qu'un slogan. (Expliquez votre choix)

Le prisme de la marque Hydra Max:

Hydra Max donne une image parfaite entre performance, durabilité, et conscience environnementale. La marque s'adresse aux sportifs passionnés et aux amoureux de plein air déterminés, soucieux de l'environnement et à la recherche d'une hydratation de pointe pour maximiser leur potentiel. La gourde Hydra Max représente cet équilibre idéal entre technologie avancée et respect de la planète, offrant une hydratation optimale dans toutes les conditions. Elle incarne la promesse d'endurance, d'aventure, et de performance sans compromis, tout en soutenant un style de vie actif et un engagement écologique.

Slogan :

"Hydra Max : Responsabilité de la Planète, Source de la Performance."

Explication :

"Responsabilité de la Planète" : Cette partie du slogan souligne l'engagement d'Hydra Max envers la durabilité et la protection de l'environnement. Cela reflète l'importance d'une approche écologique dans la conception et la fabrication de la gourde, ce qui peut attirer les consommateurs soucieux de l'écologie.

"Source de la Performance" : Ce slogan met en avant le rôle essentiel de la gourde dans l'amélioration des performances sportives. Il s'adresse aux sportifs qui recherchent un avantage concurrentiel et une meilleure endurance grâce à une hydratation efficace.

4- Quel est le positionnement pour Hydra max ? Pourquoi ?

Voici un aperçu général des concurrents avec notre marque

Critères de Positionnement	Hydro Flask	Klean Kanteen	CamelBak	Hydra Max
Durabilité	Oui	Oui	Non	Oui
Écologie/Durabilité	Non	Oui	Non	Oui
Performance Thermique	Oui	Non	Non	Oui
Gamme de Tailles et Couleurs	Oui	Non	Oui	Oui
Cible Principale	Sportifs	Amateurs sportifs	Sportifs	Sportifs en herbe
Caractéristiques Innovantes	Non	Non	Oui	Oui
Prix	Variables	Variables	Variables	Compétitif
Matériau	Acier Inoxydable	Acier Inoxydable	Plastique	Acier Inoxydable

L'analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces) de Hydra Max par rapport à ses concurrents :

FORCES	FAIBLESSES
<p>Quels sont vos points forts en interne ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gourde en inox de haute qualité ➤ Disponible sur le site E-commerce ➤ Engagement écologique ➤ Forte présence sur les réseaux sociaux 	<p>Quels sont vos points faibles en interne ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nouveau venu sur le marché, manque de notoriété ➤ Besoin de développer une stratégie marketing solide ➤ Prix légèrement plus élevé par rapport à certains concurrents
OPPORTUNITÉS	MENACES

Quelles sont les opportunités que vous offre le marché dans votre secteur ?

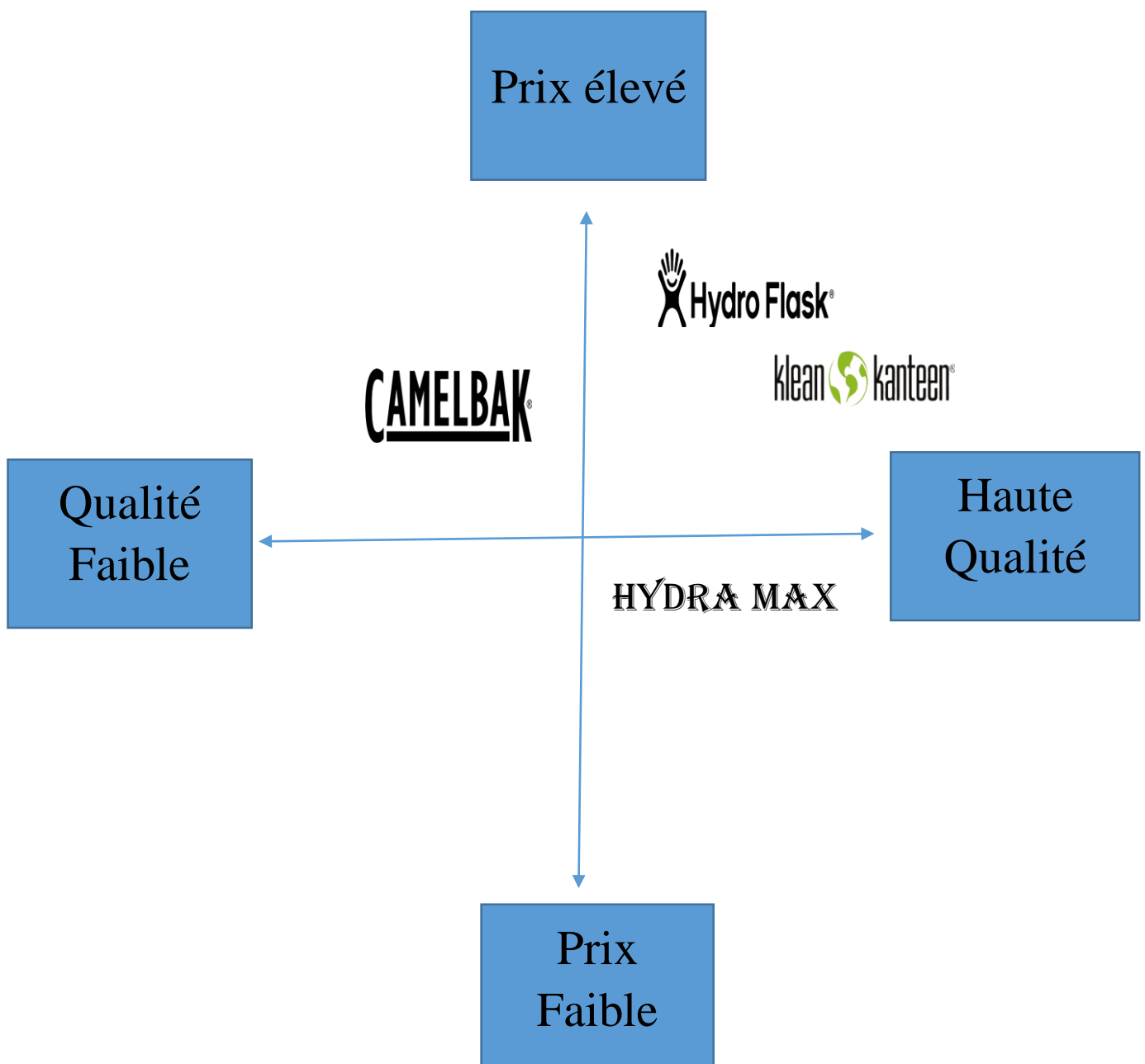
- Possibilité de se différencier par l'innovation
- Gamme de produits en pleine expansion
- Législations et réglementations en faveur de la durabilité

Quelles sont les menaces qui vous guettent sur le marché dans votre secteur ?

- Concurrence féroce sur les plateformes de médias sociaux
- Pression sur les prix due à une concurrence intense
- Nécessité de faire connaître la marque et de gagner en crédibilité

Le positionnement pour Hydra max :

La marque se positionne en tant que la gourde écologique de choix pour les sportifs passionnés. Elle recherche à la fois la performance, la durabilité et le style.



Raisons du Positionnement :

- ✓ **Engagement Écologique :** la marque met en valeur sa gourde en acier inoxydable de haute qualité, qui est une alternative durable qui contribue à réduire le gaspillage aux bouteilles en plastique jetables.
- ✓ **La performance thermique :** la marque met en avant sa technologie de pointe en matière performance thermique. Cette caractéristique permet à maintenir les boissons à la bonne température, que ce soit pour une hydratation rafraîchissante en été ou pour garder les boissons chaudes en hiver. Cela cible les sportifs qui ont besoin de boissons à la température idéale pendant leurs activités.
- ✓ **Style et Identité :** propose une gamme de coloris au choix (Noir, Bleu ou Rose) et deux formats (500 ml ou 1 litre), ce qui permet aux sportifs de choisir une gourde qui correspond à leur style et à leurs besoins spécifiques.
- ✓ **Communauté :** En ciblant une audience connectée, Hydra Max peut encourager les utilisateurs à partager leurs performances sportives et aventures avec la gourde sur les réseaux sociaux.
- ✓ **Accessibilité :** Hydra Max propose des prix compétitifs pour une gourde de haute qualité pour les sportifs en herbe pour le rendre accessible à un large éventail.

5- Déterminez le message de communication pour la campagne de communication. Expliquez votre choix

Le message de communication pour la campagne de communication :

"Hydra Max : La Gourde Écologique pour les Sportifs Connectés"

Explication du choix du message :

"Hydra Max" : Le nom de la marque mis en avant pour renforcer la notoriété et la reconnaissance de la marque, et évoque immédiatement l'hydratation et la performance.

"La Gourde Écologique" : Pour mettre en valeur protection de l'environnement par le caractère écologique de la gourde. De nos jours, les consommateurs sont de plus en plus enclins à choisir des produits respectueux de la planète. Cette mention indique clairement que Hydra Max est une alternative durable aux bouteilles en plastique.

"Pour les Sportifs Connectés" : On souligne que Hydra Max s'adresse à une génération qui aime partager ses expériences sportives en ligne en ciblant des sportifs connectés. Ce qui signifie que la gourde est conçue pour s'intégrer parfaitement dans le mode de vie moderne des sportifs qui utilisent les réseaux sociaux.

6- Construire la copy stratégique.

Voici la copy stratégique de la marque Hydra Max :

- ✓ **Promesse** : La marque fournit aux sportifs une gourde écologique de haute qualité qui maintient leurs boissons à la bonne température que ce soit une boisson chaude ou froide.
- ✓ **Preuve** : La gourde en acier inoxydable de haute qualité conserve vos boissons froides pendant 28 heures et chaudes pendant 14 heures. Avec la résistance aux chocs élevée et la fermeture étanche démontrent la performance du produit.
- ✓ **Bénéfice** : Vous pouvez vous concentrer sur l'essentiel : atteindre vos objectifs sportifs. Restez hydraté(e) avec style et performance, que vous soyez en train de courir un marathon, de faire de la randonnée ou de vous entraîner à la salle de sport.
- ✓ **Ton** : En reflétant l'esprit sportif les fondateurs (Jean et Sonia), la communication de Hydra Max peut être axée sur la passion du sport et de l'aventure. . Soyez inspiré(e) par l'efficacité et la durabilité, et faites de chaque aventure sportive une réussite.
- ✓ **Contrainte** : Hydra Max pourrait utiliser des promotions spéciales de lancement, telles que des réductions pour les premiers acheteurs ou une offre limitée dans le temps pour inciter les consommateurs à agir rapidement.

7- Quels sont les moyens (médias ou hors médias) mis en place ? Justifiez votre choix.

Pour le lancement de la marque, Hydra Max peut élaborer une stratégie de communication complète qui non seulement atteint sa cible connectée de sportifs en herbe, mais aussi renforce sa présence sur le marché en mettant en avant ses avantages uniques et en créant une communauté engagée autour de la marque. Voici quelques moyens que je pourrais mettre en place pour la marque Hydra Max en tenant compte de minimum de dépenses :

Choix	Justification
Moyens médias	
Télévision et radio	Les publicités télévisées et radiophoniques peuvent atteindre un large public et sont efficaces pour susciter une notoriété de la marque. Créer des publicités télévisées et radiophoniques mettant en avant les caractéristiques de Hydra Max et diffuser ces annonces sur des chaînes de télévision et des stations de radio populaires.
Réseaux Sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok)	Les sportifs passent beaucoup de temps sur les réseaux sociaux pour partager leurs performances, se connecter avec d'autres sportifs et suivre les tendances, C'est un excellent moyen de créer une communauté autour de la marque et de générer du buzz.

Publicités en ligne (Google Ads, Facebook Ads,...)	Les publicités en ligne permettent un ciblage précis pour atteindre les personnes intéressées par Hydra Max. Le ciblage précis garantit que les annonces atteignent des audiences hautement pertinentes, ce qui augmente les chances de conversion.
Articles dans des magazines spécialisés (sport, santé, plein air)	Les magazines spécialisés atteignent un public captif et intéressé par les produits liés à ces domaines.
Relations avec les médias	Établir des relations avec des journalistes et des rédacteurs dans les domaines du sport, de la santé et de l'écologie pour obtenir des articles et des reportages sur Hydra Max.
Moyens hors médias	
Participation à des salons et événements sportifs	Des salons professionnels du sport ou sponsoriser des événements sportifs locaux ou nationaux offrent une visibilité directe et permettent de présenter le produit à un public actif.
Partenariats avec des influenceurs ou des sportifs ou avec des marques	Les partenariats avec des influenceurs et des sportifs permettent d'accéder à un public déjà engagé qui sera plus enclin à faire confiance aux recommandations de personnalités qu'ils suivent. Et de plus des marques renforcent la visibilité de Hydra Max tout en offrant une valeur ajoutée aux clients.
Programme de Récupération et de Recyclage	Le programme montre l'engagement de la marque envers l'environnement, rassurant les clients sur la durabilité de leur achat.

8- Déterminez la ligne éditoriale et un calendrier éditorial.

Ligne éditoriale de la marque

Thématiques	<p>⇒ Écologie : Mettre en avant l'engagement de Hydra Max envers la réduction des déchets plastiques</p> <p>⇒ Durabilité : Mettre en avant les avantages de la gourde en acier inoxydable par l'utilisation de matériaux durables.</p> <p>⇒ Performance : Fournir des conseils et des astuces pour maintenir une hydratation optimale pendant l'exercice et améliorer les performances sportives.</p>
--------------------	--

Cibles	⇒ Sportifs en herbe âgés de 18 à 35 ans, connectés aux réseaux sociaux, soucieux de l'environnement, actifs sur les plateformes de partage de contenu et intéressés par les activités de plein air.
Réseaux Sociaux	⇒ Facebook : Pour promouvoir des articles de blog et des informations sur la durabilité. ⇒ Instagram : Pour des visuels inspirants d'utilisateurs actifs avec Hydra Max, des témoignages, et des astuces pour une vie active. ⇒ Twitter : Pour des partages d'actualités de la marque, de conseils d'hydratation et de réponses rapides aux questions des clients. ⇒ TikTok : Création des vidéos courtes et les engagements en mettant en scène Hydra Max dans des contextes sportifs et d'aventure.
Type de Contenus	⇒ Instagram et Facebook : Photos et vidéos d'utilisateurs en action, des images de produits, des témoignages, des articles de blog partagés. ⇒ Twitter : Actualités de la marque, conseils d'hydratation, réponses aux questions des clients. ⇒ TikTok : Vidéos courtes et créatives mettant en avant les caractéristiques uniques de Hydra Max et ses avantages pendant l'exercice.
Fréquence de Diffusion	⇒ Instagram et Facebook : 3 à 5 publications par semaine pour maintenir l'engagement et la visibilité. ⇒ Twitter : 5 à 7 tweets par semaine, réponses en temps réel aux questions. ⇒ TikTok : 3 à 4 vidéos par mois pour garder un flux de contenu divertissant.

Calendrier Éditorial

Voici un calendrier éditorial que je peux proposer à la marque :

Présentation	Semaine 1	1 ^{er} jour	Lancement officiel de la page Instagram et Facebook Hydra Max.
		5 ^{eme} jour	Publication d'une vidéo de présentation de la gourde avec Jean et Sonia.

	Semaine 2	2ème jour	Article de blog sur le site web Hydra Max présentant les avantages écologiques de la gourde.	
		5ème jour	Publication de photos en extérieur montrant la gourde en action sur Instagram.	
	Semaine 3	2ème jour	Publication d’un vidéo tutoriel sur Tik Tok montrant comment utiliser la gourde pendant l'exercice.	
		5ème jour	Concours sur Facebook pour encourager les abonnés à partager leurs propres photos avec Hydra Max.	
	Semaine 4	1ér jour	Partage d'articles liés au sport et à l'hydratation sur Twitter.	
		4ème jour	Utilisation des stories Instagram pour partager les premiers témoignages d'utilisateurs satisfaits.	
Sensibilisation de la Performance Sportive	Semaine 5	1ér et 5ème jour	Publication d'une vidéo inspirante sur Tik Tok mettant en scène des athlètes utilisant Hydra Max pendant leur entraînement.	
		Semaine 6	2ème jour	Série de conseils d'hydratation pour différents types de sports sur Twitter.
	5ème jour		Partage d'une vidéo sur Facebook montrant comment Hydra Max peut améliorer la performance sportive.	
	Semaine 7	1ér et 5ème jour	Campagne des influenceurs sur Instagram avec des sportifs connus partageant leur expérience avec Hydra Max.	
		Semaine 8	2ème jour	Mise en avant d'une histoire inspirante d'un utilisateur sur Instagram et Facebook.
	5ème jour		Réponses en direct aux questions des abonnés sur Twitter.	
	Aventure et Style de Vie Actif	Semaine 9	1ér et 5ème jour	Publication d'une vidéo de voyage sur Tik Tok mettant en avant Hydra Max en tant que compagnon d'aventure.

	Semaine 10	1 ^{er} jour	Partage d'une série d'articles de blog sur les aventures en plein air et l'importance de rester hydraté.
		4 ^{ème} jour	Lancement d'un concours sur Instagram où les participants doivent partager leurs aventures avec Hydra Max.
	Semaine 11	1 ^{er} et 5 ^{ème} jour	Diffusion en direct d'une séance de questions-réponses avec Jean et Sonia sur Facebook.
	Semaine 12	2 ^{ème} jour	Compilation des meilleurs moments de l'aventure et des histoires d'utilisateurs sur toutes les plateformes.
		5 ^{ème} jour	Annonce d'une nouvelle couleur ou édition limitée de la gourde Hydra Max.

9- Créer le contenu nécessaire pour la campagne de communication.

Voici quelques exemples de contenus que je peux proposer à nos entrepreneurs de la marque Hydra Max :

Articles	Articles de Blog	<p>Titre : "Hydra Max : La Gourde Écologique pour les Sportifs Déterminés"</p> <p>Vous êtes un passionné de sport, toujours à la recherche du prochain défi à relever ? Vous avez besoin d'un partenaire de confiance pour vous hydrater lors de vos aventures sportives ? Ne cherchez pas plus loin, Hydra Max est là pour vous !</p> <p>Hydra Max, c'est bien plus qu'une simple gourde. C'est un compagnon dédié aux sportifs intrépides, conçu pour répondre à vos besoins les plus exigeants, que ce soit en plein été sous un soleil brûlant ou en plein hiver par des températures glaciales.</p>
-----------------	-------------------------	---

Visuels	Réseaux sociaux	<p>Publication Instagram (Image de la Gourde Hydra Max avec un arrière-plan de montagne) : Découvrez la Gourde Hydra Max - Votre Compagne de Sport Écologique</p> <p>Nous savons à quel point la performance et l'écologie comptent pour vous, les sportifs passionnés ! C'est pourquoi nous avons créé Hydra Max, la gourde en acier inoxydable qui vous accompagne partout, été comme hiver. Choix du style avec les couleurs : Noir Bleu ou Rose.</p> <p>Découvrez Hydra Max dès maintenant sur notre site E-commerce.</p>
		<p>Story Instagram (Image de la gourde Hydra Max dans un environnement sportif avec un athlète en arrière-plan) : Découvrez Hydra Max - L'accessoire incontournable pour les sportifs !</p> <p>Gardez vos boissons à la bonne température tout au long de votre séance d'entraînement. Plus de boissons tièdes, seulement de la fraîcheur ou de la chaleur quand vous en avez besoin. Faites partie de notre communauté sportive et écologique. Suivez nous pour en savoir plus ! #HydraMax</p>
		<p>Publication Twitter (Texte court accompagner d'une image de Hydra Max) :</p> <p>L'hydratation sportive rencontre l'écologie avec Hydra Max ! Gardez vos boissons froides ou chaudes pendant des heures, tout en réduisant votre empreinte plastique. Choisissez le durable, choisissez l'excellence. #HydraMax</p>
		<p>Publication Facebook (Vidéo de 30 secondes montrant Hydra Max dans divers environnements sportifs, avec de la musique motivante en arrière-plan) : Rencontrez Hydra Max : La Gourde qui Booste Votre Aventure</p> <p>Êtes-vous prêt(e) à repousser vos limites ? Hydra Max est là pour vous aider à atteindre vos objectifs tout en préservant notre planète.</p>

Vidéos	Réseaux sociaux	<ul style="list-style-type: none"> • Gardez vos boissons à la bonne température pendant des heures, que vous grimpez des montagnes enneigées ou que vous couriez sur la plage ensoleillée. • Contribuez à réduire les déchets plastiques en choisissant une gourde réutilisable et durable. • Emportez Hydra Max partout avec vous grâce à sa housse de transport pratique. <p>Découvrez toutes nos options et commandez la vôtre sur notre site E-commerce dès maintenant.</p>
		<p>Publication Tik Tok (Vidéo promotionnelle d'une minute avec Jean et Sonia expliquant les avantages de Hydra Max) :</p> <p>Découvrez Hydra Max - La Gourde pour les Sportifs Modernes</p>
		<p>Vidéo en direct sur Instagram</p> <p>Organisez une session en direct sur Instagram où vous pouvez répondre aux questions des téléspectateurs sur Hydra Max en temps réel. Présentez la gourde, ses caractéristiques et ses avantages, et encouragez les téléspectateurs à poser des questions.</p>

10- Quels sont les KPI à prendre en compte pour le suivi de la campagne.

Voici les KPI que je peux apporter pour le suivi de la campagne :

KPI	Action à entreprendre
Engagement sur les Réseaux Sociaux	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Analyser les types de contenu qui suscitent le plus d'engagement. ✓ Utilisations des analyses intégrées des médias sociaux pour suivre l'engagement (Facebook Insights, Instagram Insights, etc.).
Taux de Conversion	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilisation des outils de suivi des conversions (conversions Google Analytics, etc.). ✓ Analyser les pages ou étapes où les conversions ont lieu.

Trafic du Site E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identification des pages les plus visitées. ✓ Utiliser Google Analytics pour suivre le trafic du site.
Retour sur Investissement (ROI)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Examiner le ROI par canal marketing pour optimiser les investissements.
Taux de Recommandation	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mesurer le NPS en demandant aux clients s'ils recommanderaient la marque à d'autres personnes.