

## Activité 1 - Les leviers du Marketing Digital

**MARQUE (au choix) : Samsung**

PAID MEDIA		
	Oui : O Non : X	Liens, type de contenus, remarques...
SEA (publicité sur les réseaux sociaux)	O	Lien : <a href="https://www.telroi.re/samsung/?gclid=Cj0KCQjwvtvqVBhCVARIsAFUxcRtrapiyASGpZWrzQcQ_BVsXkMLXoQqfanBqNStd3MvS1p-FNcgFBSwaAjqIEALw_wcB/">https://www.telroi.re/samsung/?gclid=Cj0KCQjwvtvqVBhCVARIsAFUxcRtrapiyASGpZWrzQcQ_BVsXkMLXoQqfanBqNStd3MvS1p-FNcgFBSwaAjqIEALw_wcB/</a> Type de contenus: c'est un Samsung ads, une publicité sur un site, il apparaît au premier. Il parle des produits samsung dans son site.
Annonce sur moteur de recherche (Google)	O	Lien : <a href="https://www.fust.ch/fr/r/ordinateur-tablette-mobile/telecommunication/samsung-galaxy-789.html?gclid=CjwKCAjw-8qVBhANEiwAfjXLrqEo78GGqGsxxv1uKYU94KlXOC6VscmdGGUC0_JNI3P1UHb-phjMDOhoCTNsQAvD_BwE&amp;gclsrc=aw.ds">https://www.fust.ch/fr/r/ordinateur-tablette-mobile/telecommunication/samsung-galaxy-789.html?gclid=CjwKCAjw-8qVBhANEiwAfjXLrqEo78GGqGsxxv1uKYU94KlXOC6VscmdGGUC0_JNI3P1UHb-phjMDOhoCTNsQAvD_BwE&amp;gclsrc=aw.ds</a> Type de contenus : il présente des listes produites avec des fiches produits et les prix
Display (Affiche, pub dans magazine...)	O	Lien : <a href="https://www.offremedia.com/metropole-affiche-samsung-sur-une-bche-de-400m-avec-cheil-france-et-starcom-/">https://www.offremedia.com/metropole-affiche-samsung-sur-une-bche-de-400m-avec-cheil-france-et-starcom-/</a> Type de contenus: panneau publicitaire de samsung
Article sponsorisé (blog)	O	Lien : <a href="https://www.frandroid.com/produits/samsung/articlesn=rr_submit_review&amp;bvsubjectType=product&amp;bvcampaignId=BV_MOBILE_RATING_SUMMARY&amp;bvmobile=true&amp;bvproductId=8648189rqEo78GGqGsxxv1uKYU94KlXOC6VscmdGGUC0_JNI3P1UHb-phjMDOhoCTNsQAvD_BwE&amp;gclsrc=aw.ds">https://www.frandroid.com/produits/samsung/articlesn=rr_submit_review&amp;bvsubjectType=product&amp;bvcampaignId=BV_MOBILE_RATING_SUMMARY&amp;bvmobile=true&amp;bvproductId=8648189rqEo78GGqGsxxv1uKYU94KlXOC6VscmdGGUC0_JNI3P1UHb-phjMDOhoCTNsQAvD_BwE&amp;gclsrc=aw.ds</a>
OWNED MEDIA		
Site internet de la marque	O	Lien : <a href="https://www.samsung.com/global/galaxy/">https://www.samsung.com/global/galaxy/</a> Type de contenus : il présente tous ses produits
Blog de la marque	O	Lien : <a href="https://research.samsung.com/blog">https://research.samsung.com/blog</a>
Réseaux sociaux	O	Twitter : <a href="https://mobile.twitter.com/samsung/">https://mobile.twitter.com/samsung/</a> Instagram: <a href="https://www.instagram.com/samsung/">https://www.instagram.com/samsung/</a>
Newsletter/ emailing	O	On doit s'abonner au site <a href="https://www.samsung.com/fr/">https://www.samsung.com/fr/</a>
Vidéo	O	Lien : <a href="#">Galaxy A53: Expert Review Highlights   Samsung - Bing video</a>

EARNED MEDIA		
Influenceurs	O	Nom+ lien :
Mentions sur les réseaux sociaux	O	<a href="https://www.instagram.com/p/B4hRoZIAPO2/?igshid=YmMyMTA2M2Y=">https://www.instagram.com/p/B4hRoZIAPO2/?igshid=YmMyMTA2M2Y=</a> Type de contenu : Il parle des vidéos pris par Samsung <a href="https://www.instagram.com/p/CSd9K96j-KU/?igshid=YmMyMTA2M2Y=/">https://www.instagram.com/p/CSd9K96j-KU/?igshid=YmMyMTA2M2Y=/</a> Type de contenu : hastag Samsung.
Lien ou mention sur un blog	X	Lien :
Avis de consommateurs	O	Lien : <a href="https://www.fust.ch/fr/product-reviews.html?bvaction=rr_submit_review&amp;bvsubjectType=product&amp;bvcampaignId=BV_MOBILE_RATING_SUMMARY&amp;bvmobile=true&amp;bvproductId=8648189rqEo78GGqGsxx1uKYU94KlxOC6VscmdGGUC0_JNI3P1UHb-phjMDOhoCTNsQAvD_BwE&amp;gclid=aw.ds">https://www.fust.ch/fr/product-reviews.html?bvaction=rr_submit_review&amp;bvsubjectType=product&amp;bvcampaignId=BV_MOBILE_RATING_SUMMARY&amp;bvmobile=true&amp;bvproductId=8648189rqEo78GGqGsxx1uKYU94KlxOC6VscmdGGUC0_JNI3P1UHb-phjMDOhoCTNsQAvD_BwE&amp;gclid=aw.ds</a> Type de contenus : avis des consommateurs et recommandation sur les produits
Article de presse	O	Lien : <a href="https://www.bbc.com/news/topics/c50znx8v808t/">https://www.bbc.com/news/topics/c50znx8v808t/</a> Type de contenus : il parle des produits offrant par Samsung

## **Activité 2: Mise en place d'une stratégie Inbound Marketing**

Tiphaine est une jeune entrepreneuse très sportive de 26 ans qui a décidé de lancer sa propre marque de déodorant à destination des sportifs. Son déodorant a été élaboré avec l'aide d'un laboratoire Pharmaceutique.

Son 1er produit est un déodorant Roll-On Citron Bergamote Certifié Bio disponible en 50ml ou 100ml efficace durant 48h (testé et approuvé par Serge Corp). Ce dernier contient 3 ingrédients phares pour assurer efficacité et sensorialité :

- Extrait de romarin
- Extrait d'aloé vera
- Extrait de fleur de souci

Elle souhaite toucher des sportifs, mais n'arrive pas encore à segmenter sa clientèle.

Dans le cadre du lancement de son produit, elle fait appel à vous pour l'aider à construire sa stratégie d'inbound Marketing (elle connaît ce dernier point, car elle a lu un article récemment).

### **1. Les cibles de communication**

#### **a. Cœur de cible**

Par RAJAOFETRA Faraniaina Elia / Marketing Digital /D-Clic Fianarantsoa /Sayna

Les sportifs

Persona (âgé de 30ans, jeune, adore le sport, aime les parfums...)

**b. Cible primaire**

Les personnes qui aiment les parfums, qui aiment se parfumer.

Persona (âgé de 30ans, jeune, adore les parfums...)

**c. Cible secondaire**

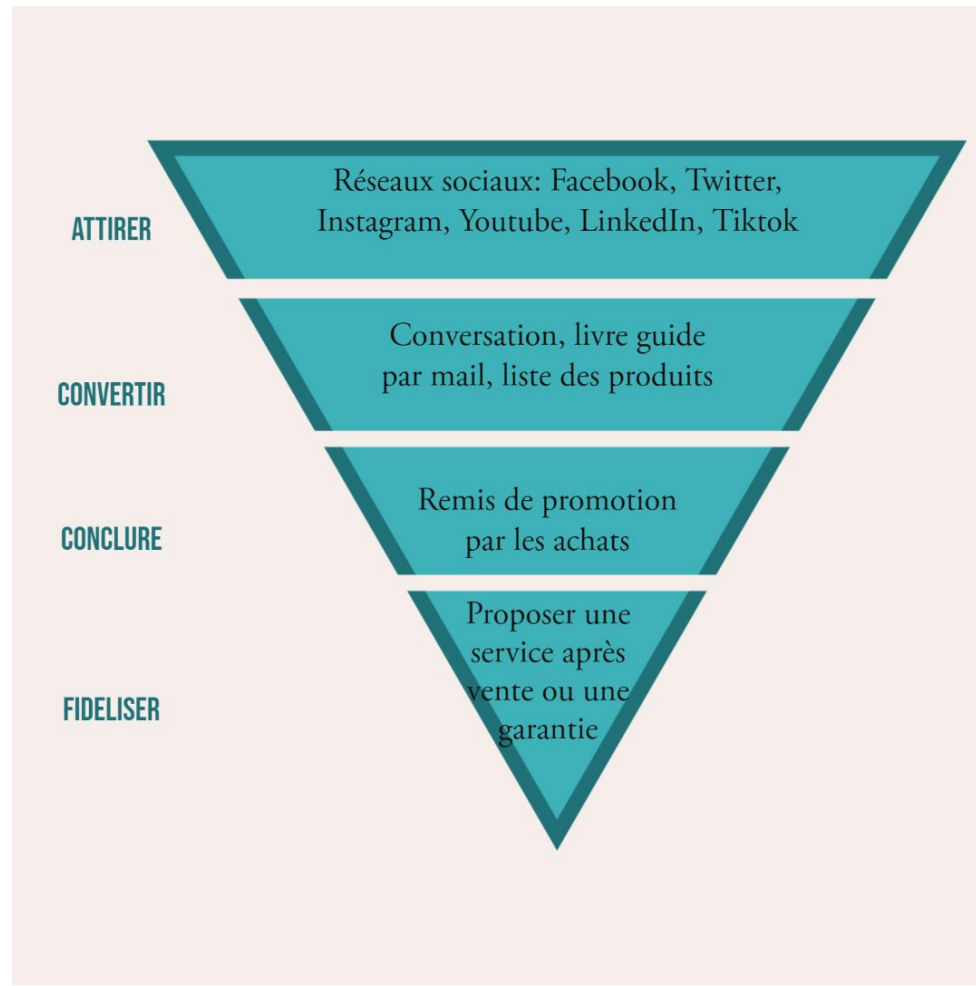
Les personnes qui utilisent justement les parfums.

**2. Étude de la concurrence sur leur communication**

Il y a de nombreuses marques de déodorant bio. Le marché est ouvert.

Concurrents directs	Concurrents indirects
<b>Déodorant Nivea</b> Réseaux sociaux : communication écrite sur Twitter et Facebook <b>Déodorant Adidas</b> Réseaux sociaux : communication écrite sur Instagram, LinkedIn, Facebook , Tiktok, Youtube	Parfum et eau de toilette comme : <b>Yves Saint Laurent</b> <b>Dior</b> Réseaux sociaux : communication écrite et visuelle sur Facebook, Instagram et Youtube

### Tunnel de conversion Inbound Marketing



3. Pour augmenter en visibilité, voici quelques objectifs à atteindre :

- avoir un site web optimisé en SEO
- avoir une vraie image de marque et de notoriété

Par RAJAOFETRA Faraniaina Elia / Marketing Digital /D-Clic Fianarantsoa /Sayna

Owned media	Paid media	Earned media
<p><b>Newsletter</b> : inviter le prospect à s'inscrire pour recevoir nos offres, envoyer un mail après son visite dans le site.  Contenus : nos offres et nos promotions ainsi nos produits.</p> <p><b>Blog</b> : les articles qui parlent de nos produits intéressent les prospects et les clients.  Contenus : conseils et astuces santé.</p> <p><b>Réseaux sociaux : Facebook et Instagram</b>  Les réseaux sociaux sont le meilleur axe de ciblé les clients et de prospecter.  Contenus : présenter les produits et les bienfaits.</p>	<p><b>Influenceur</b> : L'influenceur aide les clients à choisir la meilleure qualité et meilleur marque.  Contenus : Parle de nos produits et de nos offres, de nos opportunités.</p> <p><b>Site</b> : on doit avoir un site si on veut cibler un client.  Contenus : historiques, brevets, les produits, nos services, nos magasins, un lien pour commander et nos livraisons.</p> <p><b>Google ad</b> : ça montre que l'entreprise et lancé  Contenus : nos produits et nos promotions</p>	<p><b>Le journal en ligne et Wikipédia</b> :  Contenus : on parle de l'entreprise et de son historique et de son fondateur, de ses produits, de ses services.</p>