

Projet 3: La Communication Digitale

Gourde Hydra max

Les principaux concurrents

Concurrents directs	Concurrents indirects
Les entreprises qui vendent se gourdes sur les réseaux sociaux et les sites e-commerce	Les entreprises qui focalisent sur autre stratégie

Une étude de la concurrence sur leur communication

Nos concurrents	<ul style="list-style-type: none"> - Gourde STANLEY - BOZ gourde - Snug gourde - 720° DGREE Gourde
Leurs points forts	<ul style="list-style-type: none"> - Simplicité d'achat : disponible sur Amazon et eBay - Produits dédiées à tous - Ils peuvent personnalisées ses produits - Une fiche technique sur un blog et une information complémentaires sur la gourde
Leurs points faibles	-
Leurs objectifs	- Vendre des gourdes à tous âges
Stratégie qu'ils adoptent pour atteindre leur position aujourd'hui	- Stratégie d'Inbound

- ➔ Les concurrents sont forts, au niveau de communication marketing.
- ➔ Les éléments qu'on peut retenir pour Hydra Max : on doit proposer une méthode efficace et bien identifier les cibles.

Définir les cibles de communication

Cœur de cible	Sportif en herbe qui est connecté
Cible primaire	Tous ceux qui sont connectés
Cible Secondaire	Les sportifs non connectés et les personnes non connectés

Le prisme de la marque et un slogan

Le physique: gourde de 500ml ou 1litre de couleur noir ou bleu ou rose

La relation: attirer les clients et les fidéliser, atteindre le maximum de clients. Attirer avec attention.

Le reflet: sportif en herbe

La personnalité: aime partager la performance et l'aventure

La culture: gourde en acier inoxydable et résistante aux chocs élevée et totalement étanche.

La mentalisation: hydrater vous avec nos gourdes Hydra Max

Slogan: "Hydrater au maximum"

Le positionnement pour Hydra max

"Hydrater au maximum"

Hydrater vous au maximum avec nos gourdes, à la bonne température qui vous convient. Eau rafraichissante ou boisson chaude.

Le message de communication pour la campagne de communication

Nos produits vous conviennent les sportifs, vous pouvez garder la température de votre boisson avec la gourde Hydra Max.

On peut la présenter avec une bannière sur un site.

Une photo d'un sportif avec une gourde Hydra Max, et le slogan sur la photo.

Construire la copy stratégique

Promesse : cette gourde en inox garde leurs boissons à la bonne température pour une eau rafraichissante en été ou une boisson chaude durant l'hiver.

Preuve : Conserve au froid 28h et au chaud 14h

Bénéfice : Bouteille isotherme en acier inoxydable de haute qualité

Conserve au froid 28h et au chaud 14h

Équipée avec une housse de transport à bandoulière

Fermeture étanche et hermétique

Résistante aux chocs élevés et totalement étanche

Ton : Explicatif

« Hydra Max, la gourde écologique dédiée aux sportifs. »

Contrainte :

2 formats : 500 ml ou 1 litre

Prix : 500ml à 24,90€ et 1L à 29,90€

Les moyens (médias ou hors médias) mis en place

Site e-commerce et réseaux sociaux

On voulait toucher les sportifs connectés.

La ligne éditoriale et un calendrier éditorial

Thème: le sport

Quelle est la meilleure type de gourde dédiée aux sportifs?

On va expliquer les avantages de la gourde.

On va parler aussi la performance de la gourde: la qualité et la capacité

Créer le contenu nécessaire pour la campagne de communication

Objectif de la campagne

Visibilité: La gourde Hydra Max s'adresse principalement pour les sportifs en herbe.

Notoriété: améliorer l'image de la marque.

Acquisition de prospect

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

Taux de conversion de chaque étape

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

Taux d'ouverture des e-mails
Taux de visite du site
Nombre de reaction sur la publication
Trafic du site internet