

1- Les cibles de communication :

a - Cœur de cible : sont les personnes sportifs qui utilise des déodorants, même si c'est issue d'une autre marque.

b - cible primaire : Fabrice est un jeune homme de 28 ans très active qui pratique la musculation dans une salle de gym 3fois par semaine, il habite a Paris et travail dans le domaine de l'environnement. C'est le fidèle client de Nivea qui utilise un déodorant spray fresh power de 48h,il achète un flacon tous les mois. Il est possible de le convertir en un potentielle client dans Roll-on citron Bergamote car c'est bio mais en même temps elle est spécialement dédiée au sportifs.

c - Cible secondaire : C'est sont ceux qui utilise des déodorants de temps en temps , ceux qui n'est pas fanatique comme Fabrice qui achète au moins une flacon par mois. Mais s'il sont habituée a les utiliser il peuvent devenir nos client fidèle .

2 - La concurrence sur leur communication : Bien sur c'est pas facile de lancer un produit peut connus sur le marché et des concurrences ils y en as et beaucoup mais pour se faire connaître on as besoin d'une bonne stratégie. Premièrement,qui sont tous les entreprises qui proposent la même modèle et utilité que Roll-on et les différentes produits chez eux,leur nouveauté. En faite faut connaître ses concurrent pour pouvoir maîtriser son marché . Alors le terme Paid ,Owned ,Earned et nécessaire pour les lancer.

a - Le parcours d'un client : Fabrice est l'un de client fidèle de Nivea mais quand un amis a lui est venue a la salle de sport qui est un client chez Roll-on avec, il as toute de suite reconnue que c'est une très bonne qualité a l'extrait de romarin. Alors son amis lui as indiquer la boutique ou situe le produit car il est intéresser par.

3 -C'est pas toujours facile de se faire reconnaître dans ce milieu, ça prend beaucoup de temps mais comme on dit il faut une bonne stratégie pour ça et il y a c'est qu'on appel le réseaux sociaux (Google , Instagram, facebook, tiktok) crée une page , promouvoir a l'aide d'un sportifs connue comme Cristiano Ronaldo qui est l'un de sportifs le plus suivi sur le réseaux sociaux.

4 - Les médias a utilisé pour se lancer est Facebook, Instagram , tik tok, pour le réseaux sociaux et Cristiano Ronaldo comme influenceur car il est un inspiration pour les jeunes sportifs avec sont corps de rêve. Faire des annonce sur les magazine me plus connue.

5 - les contenus ça serait un liens pour visiter le site de Cristiano Ronaldo  
<https://www.cristianoronaldo.com/#cr7>

6 - Les actions mises en place selon le tunnel de conversion de l'Inbound Marketing est qu' on les incite a visiter le site web utilisé pour qu'ils puissent consulté tous les produits disponible et poser des questions.

7 - ?