

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 aux chaudes 14h

Equippée 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- Les principaux concurrents :

Ce sont les marques similaires à Hydra max qui propose les mêmes contenus.

Une étude de la concurrence sur leur communication.

Les éléments qu'on pourraient retenir c'est que c'est une gourde écologique, qui tient la fraîcheur et qui a plus d'endurance.

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

Le cœur de cible : les sportifs

La cible primaire : les sportifs en herbe entre 18 à 40 ans

La cible secondaire : les gens qui se soucie du bien-être et écologique

3- Déterminez le prisme de la marque ainsi qu'un slogan.

- Le prisme :

Physique : incassable et inoxydable, facile à porter avec sa housse

Personnalité : Respecte l'environnement

Culture : conçue pour le bien-être dans le respect de l'environnement

Réflexion : Hydratez sans nuire à la nature avec une gourde inoxydable qui dure beaucoup plus longtemps

- Le slogan :
 Accroche → Hydratez votre victoire, chaque gorgée compte
 Signature → La vie pleine d'Energie

- 4- Le positionnement pour Hydra max :
 - Une gourde inoxydable 2 en 1 qui conserve le frais ou chaud beaucoup plus longtemps
 - Une gourde qui respecte l'environnement et la nature
 - Avec housse qui est adapté à une activité physique
 - Avec une endurance imbattable
- 5- Le message de communication pour la campagne de communication.
 Avez-vous déjà souhaité rester hydraté en faisant du sportif ?
 Nous avons la solution idéale pour vous.
 Prête pour l'aventure avec HydraMax :
 Faite la différence avec une gourde écologique, isothermique car chaque goutte d'eau compte.
 « Restez actif, vert, hydraté »
 Ce message englobe la totalité de la caractéristique de la gourde et c'est facile à retenir.
- 6- Construire la copy stratégique.
Promesse : une gourde de haute qualité
Preuve : Bouteille isotherme en acier inoxydable
Bénéfice : Conserve au froid 28h et aux chaudes 14h
Ton : Bien s'hydrater, sports en toute sécurité
- 7- Les moyens (médias ou hors médias) à mettre en place :
 - La régie publicitaire pour mettre en valeur la marque
 - Réseaux Social Facebook, Instagram, TikTok pour cibler les sportifs en âge moyen
 - Site E-commerce,
 - Vente privée pendant un évènement sportif de haut niveau dans différentes régions.
 - Sponsoring avec des agences ou des associations sportifs
 - Relations avec les influenceurs de marque de sports ou sportif
- 8- Déterminez la ligne éditoriale et un calendrier éditorial.

Calendrier Editorial Hebdomadaire

- Lundi Publication du contenu sur les Réseaux Sociaux (vidéo, affiche)
- Mercredi Mise en ligne de vidéo de témoignage et influenceurs sur le site
- Jeudi Citation et mot de motivation sur le Réseau social
- Samedi démonstration d'utilisation de la gourde sur un sportif sur une régie publicitaire

9- Le contenu nécessaire pour la campagne de communication.

- Infographie
- Vidéo qui met en avant un sportif en activité en utilisant la gourde Hydra Max
- Articles qui parlent l'importance et la valeur de la gourde Hydra Max
- Témoignages des sportifs qui ont déjà utilisés la gourde

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

- Taux d'engagement
- Taux de conversion
- Taux d'achats
- Nombre de visiteurs
- Taux de rebond