

MAI 2022



Programme D-CLIC Module : Marketing Digital

Projet 3 – La Communication Digitale

PREPARED BY

RANDRIAMAHERY Jenna Clay



CAS PRATIQUE : Hydra Max

1. Etude de la concurrence

Comme la gourde Hydra max s'adresse principalement pour les sportifs en herbe, ces principaux concurrents sont les suivants :

<p>Lon 8 leak proof</p> 	<p>Cette marque est connue par ces 20 coloris différents, en plus de sa polyvalence, légère et étanche, avec un couvercle ultra-pratique.</p> <p>Niveaux de cibles :</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Cœur de cible : sportif adulte et les écoliers➤ Cible Primaire : les entreprises qui veulent des bouteilles d'eau personnalisées➤ Cible secondaire : Les jeunes qui adorent les bouteilles en plastique
<p>Super Sparrow 1 litre</p> 	<p>La deuxième concurrence : Super Sparrow est célèbre par en étant isotherme sport en inox.</p> <p>Niveaux de cibles :</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Cœur de cible : Les sportif pratiquant des randonnées➤ Cible Primaire : Les voyageurs➤ Cible secondaire : Les enfants
<p>Gourde Grsta</p> 	<p>Par rapport aux prix proposé par Hydra Max, ce concurrent : Gourde Grsta présente une bouteille pas chère en plastique.</p> <p><u>Prix d'Hydra Max</u> : 500ml à 24,90€ et 1L à 29,90€ <u>Prix de Gourde Grsta</u> : 21,99€ à 1L</p> <p>Niveaux de cibles :</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Cœur de cible : Les enfants attirés par des designs colorés et des écoliers➤ Cible Primaire : Les voyageurs qui pratiquent les campings➤ Cible secondaire : Les adultes sportifs

Source : <https://quelle-gourde.fr/gourdes/gourde-sport/>

Ces informations sont recueillies sur le site de Quelle Gourde.fr, qui font des classements de bouteille d'eau. Un site auquel Hydra Max pourrait en faire une collaboration pour faire connaître sa marque et en vendre (stratégie de Paid média) ainsi que d'autre site connue tels que Amazon.

2. Cibles de communication de Hydra Max

Nous avons résumé dans ce tableau les cibles de communication de l'entreprise Hydra Max :

Hydra Max	
Cœur de cible	Les sportifs en herbe : enfants âgés de 10 à 15 ans, pratiquant les top 5 des pratiques sportives les plus répandues, on retrouve respectivement la course, le fitness, les sports aquatiques ou nautiques, le vélo et enfin les sports de raquette.
Cible primaire	Des influenceurs sportifs - connectée et qui aime partager leur performance et leur aventure : tels que Juju Fit Cat et Marine Leleu. <u>Sources</u> : https://blogfr.influence4you.com/top-influenceurs-sport/#:~:text=Avec%20Tibo%20Inshape%2C%20Juju%20Fit,de%20naturel%20et%20d'humour.
Cible Secondaire	Les voyageurs ou les pratiquants de camping.

Par rapport au cœur de cible, l'entreprise Hydra Max pourrait utiliser comme influenceurs de sa marque des sportifs préférés des jeunes ou encore des entraîneurs sportifs. Ayant consulté le site de « Sportbuzzbusiness », nous allons citer les top 5 des sportifs préférés des jeunes français âgés de 4-12 ans :

- ❖ Rafael Nadal Parera : un joueur de tennis
- ❖ Laure Manaudou-Fréro : une nageuse française
- ❖ Lionel Messi : un footballeur international argentin
- ❖ Jo-Wilfried Tsonga : un joueur de tennis
- ❖ Tony Parker : un joueur de basket-ball

Ces sportifs préférés des jeunes peuvent autant influencer le cœur de cible de l'entreprise Hydra Max. Bien sûr, cela dépendra du budget aussi.

3. Le prisme de Hydra Max et son slogan

Hydra Max a besoin de créer une identité pour quelques raisons : pour être compétitives sur leur marché, mener sa stratégie de branding et enfin pour être identifiée par les consommateurs. Nous avons choisi un slogan puis résumé en image le prisme de Hydra Max, toutefois quelque explication serait apportée en dessous.

3.1 Slogan

On a créé un Slogan qui définit la gourde Hydra Max « **Rien que ma gourde Hydra max pour me désaltérer** », ce choix a été fait pour être ancré dans l'esprit des consommateurs, car être désaltérer, qui signifie apaiser la soif, est un mot accrochant et facilement mémorisable pour des personnes.

Prisme d'identité de la marque « Hydra Max »

Physique

- 2 formats : 500 ml ou 1 litre
- Bouteille isotherme en acier inoxydable
- Conservation au froid 28h et aux chaudes 14h
- Equipée avec une housse de transport à bandoulière
- Fermeture étanche et hermétique
- Coloris au choix : Noir, Bleu ou Rose
- Résistante aux chocs élevés et totalement étanche

Relation

- Le site E-commerce.

Reflet

- Cibles : sportifs en herbe, des personnes connectées et qui aime partager leur performance et leur aventure.

BRAND PRISM
« HYDRA MAX »

Personnalité

- Slogan : « Rien que ma gourde Hydra max pour me désaltérer »

Culture

- Créer par deux jeunes sportifs : Jean, 26 ans, et Sonia, 24 ans
- Une gourde écologique dédiée aux sportifs
- Une gourde en inox garde leurs boissons à la bonne température pour une eau rafraîchissante en été ou une boisson chaude durant l'hiver

Mentalisation

- Attirance des clients par l'aspect écologique et inox
- Mémorisation du slogan

3.2 Physique

Cet élément physique du prisme concerne les aspects et caractéristiques physique de la marque Hydra Max, plus précisément, tout ce que les clients peuvent voir visuellement de Hydra Max, c'est pourquoi nous avons pris les éléments des informations de la gourde.

3.3 Personnalité

Le physique parle de l'aspect extérieur et l'utilisation de Hydra Max, parlons de sa personnalité, qui est sa voix. Nous avons choisi un slogan qui est une personnalité qui définit la marque Hydra Max : « **Rien que ma gourde Hydra max pour me désaltérer** », cela est dans le but de passer un message que remplir sa gourde Hydra Max, étanche la soif plus qu'une simple bouteille car la gourde peut se conserver au froid 28h et aux chaudes 14h.

3.4 Culture

La culture parlera de l'origine de la marque Hydra Max. En effet, le produit a été créé par les deux jeunes sportifs : Jean et Sonia. Par la suite, on parle de la culture d'Hydra Max par la gourde écologique dédiée aux sportifs car c'est la manière d'exprimer la mission de la marque mais aussi toucher la clientèle cible. Enfin, une question dont on se pose : à quoi sert la marque ? C'est pourquoi nous avons ajoutés la partie en inox d'Hydra Max.

3.5 Relation

Hydra Max établit ses relations par le site E-commerce, l'avantage est qu'elle soit perçue par de nombreux consommateurs.

3.6 Reflét

Comme nature de la marque, les cibles étant des sportifs en herbe, des personnes connectées et qui aime partager leur performance et leur aventure. Il s'agira d'entamer un taux d'engagement sur les réseaux sociaux.

3.7 Mentalisation

La mentalisation se traduit par une ambition à la fois de la marque Hydra Max et du public. Par rapport à la marque, l'attirance des clients se verra par deux aspects : l'une écologique qui est de nos jours de plus en plus appréciés et l'autre inox car le fait de garder leurs boissons à la bonne température est tout à fait bénéfique pour l'acheteur. Par la fin, la mémorisation du slogan de Hydra Max.

4. Le positionnement pour Hydra max

Positionner le produit d'Hydra Max est en effet important et présente des avantages tels que :

- L'identification des principaux avantages d'Hydra Max et les faire correspondre aux besoins des clients ;
- Répondre aux attentes des clients ;
- Renforcer le nom de la marque et de ses produits ;
- Fidéliser la clientèle ;

Hydra Max, une marque écologique dédiée aux sportifs qui conçoit, développe et fabrique des gourdes en inox, se positionne comme une entreprise qui fournit aux sportifs une gourde pour garder leurs boissons à la bonne température.

5. Le message de communication pour la campagne de communication

Le message étant marqué dans le slogan, basé sur l'étanche de soif car après utilisation de la gourde en inox Hydra Max, le client aurait une sensation de mettre fin à sa soif.



6. Construire la copy stratégique

La copy stratégique est un document de référence qui détermine les axes importants pour la campagne de communication de la marque Hydra Max.

Nous avons établi un tableau résumant les 5 points clés de la copy stratégique de la marque :

Copy stratégique : Hydra Max	
Promesse	Garde les boissons à la bonne température
Preuve	Bouteille isotherme en acier inoxydable de haute qualité Conserve au froid 28h et aux chaudes 14h Fermeture étanche et hermétique
Bénéfice	Etanche la soif avec une eau rafraîchissante en été ou une boisson chaude durant l'hiver
Ton	Explicatif, d'une image en plage (été) et d'une image en temps de neige (hiver)
Contrainte	Le budget par rapport à la communication

Source : Investigation personnelle – Mai 2022

7. Les moyens médias ou hors médias mis en place

Nous allons maintenant expliquer les canaux de diffusion de l'information de la marque Hydra Max.

Moyens médias

Comme la gourde Hydra max s'adresse principalement pour les sportifs en herbe, le moyen média idéal est la régie publicitaire car les jeunes sont de plus en plus connectées à internet et regarde autant de fois la télévision. Voici des exemples :

- Le site web destinés à l'éducation des jeunes (<https://comdhabitude.fr/>), la marque Hydra Max peut demander à être diffusée dans la partie responsabilité sociétale, entrepreneuriat solidaire et pédagogie (<https://comdhabitude.fr/quand-les-entreprises-ont-une-mission-educative/>)
- La télévision qui influence beaucoup de jeunes de nos jours tels que : les chaînes jeunesse (<https://www.ariase.com/services/jeunesse>)

Pour une cible connectée, les moyens médias tels que les médias sociaux célèbres : Tik Tok (en faisant des vidéos où une personne boit avec la gourde et faire des défis pour des communautés), Instagram (pour poster des photos originales et attirants pour les clients de la marque Hydra Max), ou bien Facebook (en faisant des posts réguliers ou des promotions de ses produits)

Hors médias

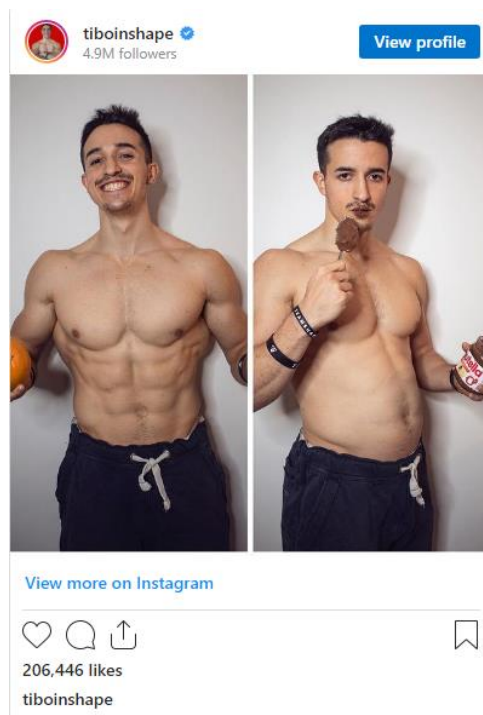
La marque Hydra Max étant dédié au sportif, l'idéal pour un canaux de diffusion hors médias seraient les sponsorings sportifs, de préférence des sportifs préférés des jeunes ou encore des influenceurs sportifs plus connecter et qui partage sur leurs réseaux sociaux). En voici des exemples :

- Un sportif préféré des jeunes : Rafael Nadal Parera, un joueur de tennis ;



Source : Wikipédia

- Un influenceur sportif : Tibo Inshape, sa communauté : La Team Shape



Source : <https://blogfr.influence4you.com/top-influenceurs-sport/>

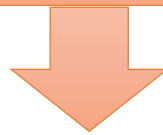
8. La ligne éditoriale et le calendrier éditorial

La ligne éditoriale est une sorte de pilier qui permet à la marque Hydra Max de préserver l'image de marque de l'entreprise. Nous avons effectué le schéma ci-dessous pour définir sa ligne éditoriale.

LIGNE EDITORIAL : Hydra Max

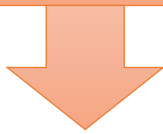
Positionnement :

Une entreprise qui fournit aux sportifs une gourde pour garder leurs boissons à la bonne température



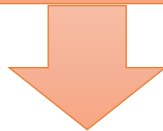
Cible

- Cœur de cible : sportif en herbe
- Cible primaire : des influenceurs sportifs - connectée et qui aime partager leur performance et leur aventure
- Cible secondaire : Les voyageurs ou les pratiquants de camping



Thématique définie

- Une bouteille qui conserve au froid et au chaud
- Une gourde respectant l'environnement
- Une coloration avec beaucoup de choix
- Le produit disponible en 500 ml ou 1 litre

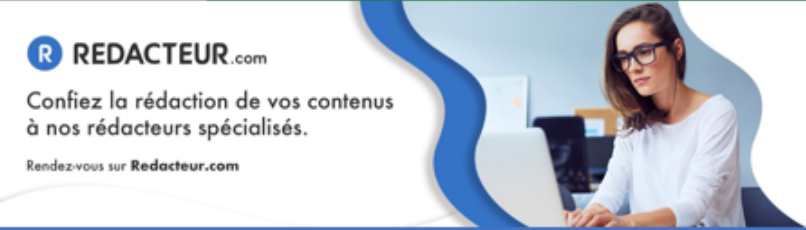


Consignes rédactionnelles

- Ton : explicatif, décontracté
- Objectifs : informer, expliquer les avantages de l'utilisation du produit et faire des promotions
- Personne : vouvoiement
- Rythme de mise en ligne : trois fois par semaine

Source : Investigation personnelle – Mai 2022

Pour faire notre calendrier éditorial, nous avons pris référence au site de rédacteur.com (<https://www.redacteur.com/blog/creer-calendrier-editorial/>) dont nous avons téléchargé un modèle gratuit, et mis en place le calendrier éditorial de 2 mois, elle débutera dans notre exemple en Janvier 2023.

 <p>REDACTEUR.com</p> <p>Confiez la rédaction de vos contenus à nos rédacteurs spécialisés.</p> <p>Rendez-vous sur Redacteur.com</p>						
DATE DE PUBLICATION	TITRE	TYPE DE CONTENU	THÉMATIQUE	OBJECTIF(S)	CIBLE(S)	MOTS-CLÉS
janv-23						
1 Semaine	Collaboration avec le site web destinés à l'éducation des jeunes	La gourde écologique	Respect de l'environnement	Promouvoir le produit	Jeune étudiant	Gourde-Jeune-Ecologique
2 Semaine	Diffusion sur la télévision jeunesse	Vidéo publicitaire	Les avantages de la gourde	Visibilité de la marque	Jeune et adulte	Gourde-Avantage-Jeune
3 Semaine	Vidéos sur tik tok	Vidéo challengeur	Défis en tenant la gourde	Visibilité de la marque	Jeune	Challenge-Gourde
4 Semaine	Photos sur Instagram	Photos original	Présentation de la gourde	Publicité de la marque	Jeune et adulte	Hastag-Gourde-Hydra Max
févr-23						
1 Semaine	Publication sur Facebook	Promotion du produit	Partage et like des post	Visibilité de la marque	Jeune	Promotions-Gourde
2 Semaine	Sponsorings sportifs	Image des influenceurs	Les influenceurs utilisant la gourde	Promotion de la marque	Jeune	Promotions-Gourde
3 Semaine	Sponsorings sportifs	Image des influenceurs	Les influenceurs utilisant la gourde	Promotion de la marque	Jeune	Promotions-Gourde
4 Semaine	Publication sur Facebook avec les sportifs	Image des influenceurs	Les influenceurs utilisant la gourde	Promotion de la marque	Jeune	Promotions-Gourde

Source : Investigation personnelle – Mai 2022

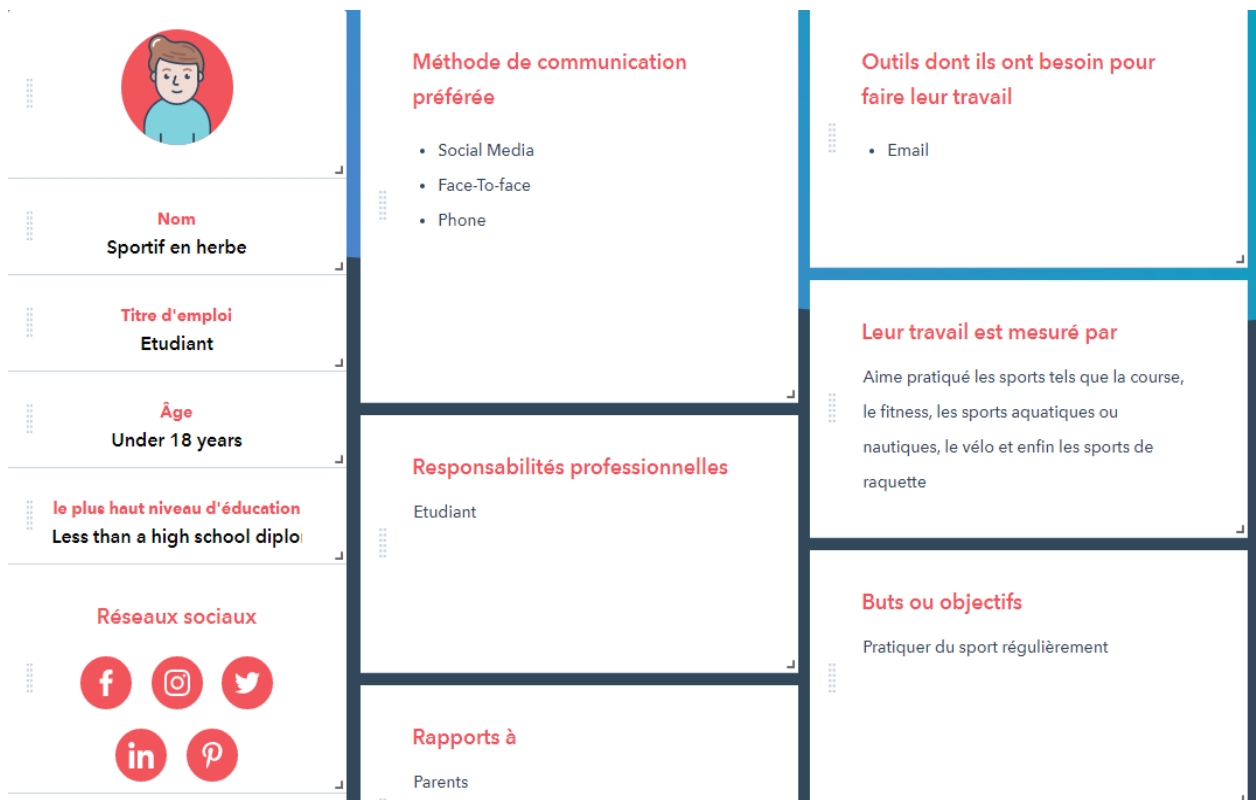
9. Campagne de communication

Pour Hydra Max, une campagne de communication est importante pour promouvoir son nouveau produit. D'où, notre objectif doit être SMART.

Objectif SMART : Hydra Max	
Spécifique	Vendre par le e-commerce les gourdes dont les cibles sont les sportifs en herbe et les cibles connectés
Mesurable	Vendre 50 bouteilles par semaines
Atteignable	Promouvoir le produit dans les réseaux sociaux et auprès des influenceurs sportifs
Réaliste	Mettre en point le calendrier éditorial
Temporellement définit	Une période de 2mois : qui débute en Janvier 2023 et se termine en Février 2023

Source : Investigation personnelle – Mai 2022

En plus de l'objectif SMART, nous savons établi une persona du cœur de cible de la marque Hydra Max.



Source : <https://www.hubspot.com/make-my-persona> - Mai 2022

10. Les KPI à prendre en compte pour le suivi de la campagne

- ❖ La définition la cible : nombre de sportifs en herbe dans la région ciblée de Hydra Max ;
- ❖ Fixer des objectifs : Taux de réaction par rapport au réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Tik tok) et le taux de leads générés ;
- ❖ Attirer la clientèle : par la création de vidéo professionnel et favoriser plus de partage du contenu pour le promouvoir et améliorer le référencement naturel du site : Le temps passé sur le site web et le taux de conversion ;
- ❖ Renseigner le plus possible des clientèles : par la création d'un des boutons d'appel à l'action attractif : Taille de la communauté (nombre d'abonnés à un réseau social).