

# projet 3

## communication

1- Identifier les principaux concurrents et établir une étude de la concurrence sur leur communication. Qu'en reprenez-vous ? Quels sont les éléments que vous pouvez retenir pour Hydra Max ?

Concurrent direct	Concurrent indirect										
<p>- Gaspajoe, bouteilles et gourdes inox</p> <p><a href="https://gaspajoe.fr">https://gaspajoe.fr</a> ›</p>  <p>La gourde inox Sporty séduira tout les sportifs avec son bouchon sport pratique et 100% étanche.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> <b>Réseaux sociaux</b>            (nombre d'abonnés : 16 071 personnes sont abonnées            , taux d'engagement : 2.556 avis dont 80 % excellent         </li> </ul> <p><b>type de contenus publiés :</b>            article informatif ,</p>	<p>QWETCH  <a href="http://www.qwetch.com/">http://www.qwetch.com/</a>            Dont le même but de protéger L'environnement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>           Réseaux sociaux ( nombre d'abonnées : 62 467 personnes sont abonnées  <b>Avis 32 698</b>            Filtrer par : Français         </li> </ul> <table> <tr> <td>Excellent</td><td>89 %</td></tr> <tr> <td>Bien</td><td>8 %</td></tr> <tr> <td>Moyen</td><td>1 %</td></tr> <tr> <td>Bas</td><td>&lt;1 %</td></tr> <tr> <td>Mauvais</td><td>&lt;1 %</td></tr> </table> <p><b>Catégorie</b></p> <p><b>Qwetch se classe n° 4 sur 72</b>            meilleures entreprises dans la</p>	Excellent	89 %	Bien	8 %	Moyen	1 %	Bas	<1 %	Mauvais	<1 %
Excellent	89 %										
Bien	8 %										
Moyen	1 %										
Bas	<1 %										
Mauvais	<1 %										

	catégorie <a href="#">Boutique d'accessoires de mode</a> sur Trustpilot
--	---

### *Hydra max*

*HYDRA MAX est plus Écologique et sportif .*

*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 au chaud 14h Equipée 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€*

## 2- Définir les cibles de communication (Coeur de cible, cible primaire, cible Secondaire)

coeur de cible : LES JEUNES SPORTIFS EN HERBE (âgé entre 20 à 26 ans )

cible primaire : LES INTERNAUTES ou LES ÉTUDIANTS ( qui aiment la nouveauté comme la gourde à bandoulière )

cible secondaire : LES ENTREPRENEURS , LES PRESCRIPTEURS qui aime partager l'aventure.

## 3- Déterminez le prisme de la marque ainsi qu'un slogan. (Expliquez votre choix)

Le prisme de la marque :

- Physique: je propose un produit et pas un service ( une gourde c'est tangible ) car un objet tangible est beaucoup plus facile à saisir. Et dans la campagne on voit les personnes admirer confortablement le produit .
- Personnalité: avec des couleurs bleu (pour l'eau ) , vert (pour l'écologie) , police Italique ( pour qu' il soit raffiné, sérieux) ,
- Culture: écologique ; pureté (l'eau) ;

- Relation: établit une véritable relation avec ses clients, au-delà du premier achat.

l'interface de la marque est axée sur la fonctionnalité . On leur montre comment ça fonctionne et dit l'avantage que boire suffisamment d'eau évite toute sorte de maladie .



- Reflet: déterminer le client idéal et se sont LES SPORTIFS en herbe , des jeunes actives vivant dans les grandes villes .Ils se voient sportifs et écologistes mais aussi élégante en portant cette gourde .

slogan : “Extinctez vos soif ! “

Typologie de la marque en image :

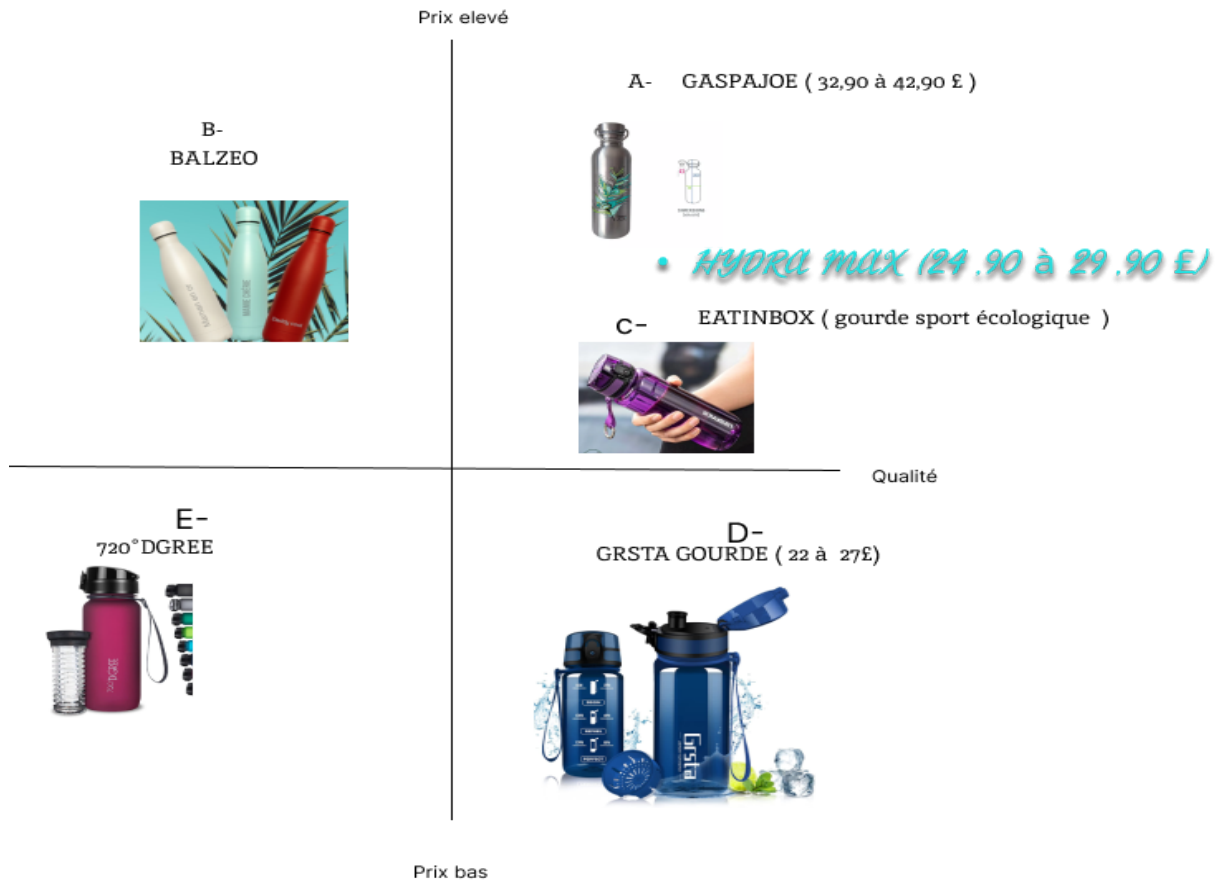




3- Quel est le positionnement pour Hydra max ? Pourquoi ?

Pour Hydra max :

# HYORA max



4- Déterminez le message de communication pour la campagne de communication. Expliquez votre choix.

On va choisir la campagne mailing

. La question des visuels est aussi très importante. Les internautes sont très sensibles aux images et à leur qualité. Créez des visuels attractifs et informatifs. Mettez en avant de belles et grandes photos de vos produits,

5- Construire la copy stratégique.

**LA PROMESSE** : produit pour les sportifs "ecolosport"  
prenant soin de leurs corps ainsi que l'environnement.

**LA PREUVE** : bouteille totalement en acier inoxydable de haute qualité et plaisir  
différentes couleur , stylé avec des textures .

**LE BENEFICE CONSOMMATEUR** : raffiné , énérgétique , naturalité .

**LE TON DU MESSAGE** : Élegant , sympa

**LE MESSAGE RESIDUEL** : chic et naturel avec tant d'énergie. 🥰

6-Quels sont les moyens (médias ou hors médias) mis en place ? Justifiez votre choix.

Médias	Hors médias
<ul style="list-style-type: none"><li>● FACEBOOK</li><li>● INSTAGRAM</li><li>● MAIL</li><li>● TIK TOK</li></ul> Les cibles sont plus présent dans ces réseaux sociaux	<ul style="list-style-type: none"><li>● Mailing</li><li>● Campagne (pour susciter une réponse rapide )</li><li>● contacter les influenceurs ( moyens rapide pour améliorer la visibilité )</li></ul>

7- Déterminez la ligne éditoriale et un calendrier éditorial.

8- Créer le contenu nécessaire pour la campagne de communication.

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

- Le nombre de visiteurs. ... ( sur les sites , pages)
- CES ( somme de toute les notes )
- Taux d'engagement ( les fans , nombre d'abonnés )
- Taux de conversion