

Programme

Talent4Startup

Module : Marketing Digital

Projet 3 - La Communication Digitale

Énoncé

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 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€

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

I

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

OFFRES

THERMOS

QWETCH

LAKEN

MOOVTEK

GAMMES et PRIX

.Thermos King Tumbler –
Le coup de cœur de la
réaction. 47cl = 44,90€
.Thermos Thermocafe
Stainless Steel Flask – un
basic fiable. 50cl= 27,50€
.Thermos en acier King –
le haut de gamme.
50cl=33,0€

Bouteille isotherme
Glace Chat Lilas 500 ml =
15,0€
Bouteille isotherme
Fleurs Champêtres 500
ml =21,0€
Bouteille isotherme
Banquise Baleine 500 ml
= 31,0€

Gourde Inox 50cl Large
Goulot isotherme Laken
50cl=19,80€
Bouteille Inox Isotherme,
500mL 21,20 €
Gourde Inox 0,50 L, Large
Goulot, 12,90 €

Gourde inox bouteille
d'eau écologique
isotherme 500ml double
paroi en acier
inoxydable 19,80€

COMMUNICATION

Thermos :
<https://franceisotherme.fr/>
579-thermos
Facebook :
<https://www.facebook.com/Thermos/>
Instagram :
<https://www.instagram.com/thermosbrand/?hl=fr>

Facebook :
<https://www.facebook.com/qwetch/>
Tiktok :
<https://www.tiktok.com/@histoiresdecafe/video/7131374262589361413>

Facebook :
<https://www.facebook.com/lakenbottles/>
Laken :
<https://www.laken.es/en/>

Facebook :
<https://fr-fr.facebook.com/MoovTek.fr/>

SERVICE CLIENT

<https://www.thermofisher.com/fr/fr/home/technical-resources/contact-us.html#:~:text=For%20assistance%20obtaining%20contact%20information,%2D866%2D356%2D0354>

contact@qwetch.com

En résumé la plupart des marques concurrentielles offre des bouteilles isothermes très peu conservatrices et à des prix moyennant le notre
Il est aussi important que leurs stratégies en offre soit plus importante que les autres par rapport aux autres

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

Cœur de cible :

les sportifs préférant conserver leurs tisanes en hiver ou une eau à température ambiante en été et en hiver.

Cible primaire :

tous les hommes, femmes et enfants.

Cible Secondaire :

tous nos écologistes qui préfèrent utiliser les bouteilles isotherme devant les bouteilles plastiques

(II)

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

PHYSIQUE

Pratique
Hermétique;

RELATION

Motivation
Confiance
Seduction;;

REFLET

Performance
Qualité
Famille
Tendance

PERSONNALITE

Authentique
Style
Humble

MENTALISATION

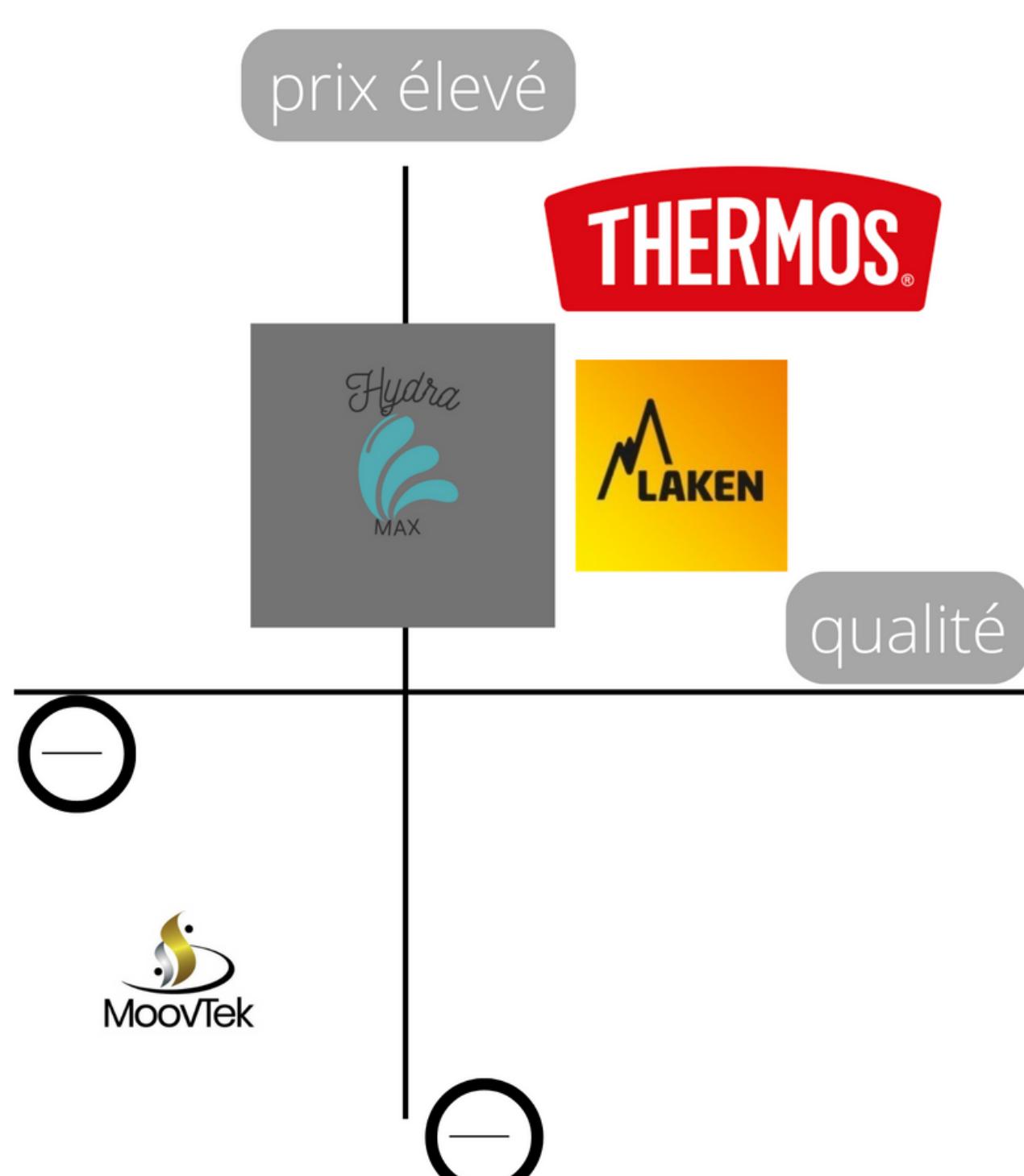
Partage
travail collectif;

CULTURE

Fidèle à ses valeurs;



** Quel est le positionnement pour Hydra max ? Pourquoi ?



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



En été comme en hivers les gourdes HYDRA MAX permettent de conserver des boissons à une température constante. Ce qui permet aux Hommes et aux sportifs en particulier de consommer leurs boissons à n'importe quel instant ceci grâce à l'aspect pratique qu'a ces gourdes.

Construire la copy stratégique.

COPY STRATEGIQUE



1. PROMESSE

Les thermos HYDRA MAX garde les thés et boissons chaud pendant l'hivers et ambiante pendant l'été



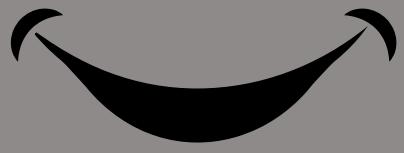
2. preuve

Les thermos HYDRA MAX garde les thés et boissons chaud pendant l'hivers et ambiante pendant l'été



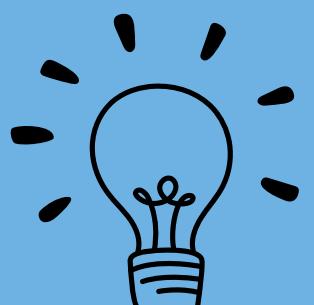
3. Le bénéfice consommateur

Le plaisir de consommer ses boissons



4. Le ton du message

Des athlètes pendant leurs séances sportives préfèrent s' hydrater constamment



Le message résiduel

Il est plus pratique d'avoir des bouteilles qui conservent les boissons à température constante



VI

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

Nous pourrons partager notre message de communication via les medias sociaux telque Facebook Twitter Instagram Linkln Tiktok Pinstagram Youtube ou encore des journaux telque le Messager ou encore des blogs et des affiches

VII

Déterminez la ligne éditoriale et un calendrier éditorial.

Positionnement :

- Garantie pour les lecteurs : un magasin en ligne qui propose des habillements de choix pour enfants de 2 à 12 ans.
- Motifs d'existence : faciliter l'achat de vêtements pour enfants d'une large plage d'âges, avec un vaste choix et des tarifs accessibles. Un bon plan pour les acheteurs qui souhaitent se procurer des articles pour enfants de bonne qualité.
- Idée clé à transmettre : notre site met à votre disposition une large sélection de vêtements d'enfants en bon état pour les parents qui veulent réaliser de bonnes affaires.

Cible :

Principalement les parents, mais aussi les personnes souhaitant offrir des cadeaux pas chers, mais de bonne qualité pour les enfants :

- Marine 32 ans, mère de 2 enfants qui doit économiser et trouver au même endroit les vêtements de ses petits.
- Jean-Marc 27 ans, jeune papa travaillant en indépendant, en quête d'articles d'habillement de seconde main, mais en bon état.
- Rose 38 ans, mère de 2 filles et 1 garçon, femme au foyer, est à la recherche de bons plans sur Facebook pour l'achat de vêtement pour ses enfants.

La ligne éditoriale a pour cible idéale Rose 38 ans, qui souhaite acheter à bon prix pour habiller ses 3 enfants de différents âges.

Thématique définie :

L'information à communiquer concerne les vêtements de seconde main, pas chers. Les valeurs à mettre en avant sont la possibilité d'économiser, le large choix d'habits pour les enfants, la commodité d'achat pour les parents dans un seul magasin, l'esprit écologique ou de préservation de l'environnement, l'action de recyclage.

Exemple de sujets à traiter :

- Des idées d'usage des vieilles affaires
- Des astuces DIY pour les adeptes de recyclages
- Conseils d'achat de vêtements pas chers
- Les bons gestes pour l'environnement
- Guide pour économiser de l'argent

Consignes rédactionnelles :

- Ton : humoristique, décontracté
- Objectif des articles : conseiller, informer, guider
- Personne : vouvoiement
- Rythme de mise en ligne : une fois par semaine

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.