

Parcours : MARKETING DIGITAL

Module : La force de la communauté dans l'univers du digital « La Comu ♥ »

Projet 3 - La Communication Digitale

#### IV – 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.

C'est un projet passionnant ! Voici comment vous pourriez élaborer une stratégie de communication pour Hydra Max, la gourde écologique dédiée aux sportifs :

##### **1-Étude de la concurrence :**

Identifiez les concurrents qui proposent des produits similaires, examinez leurs stratégies de communication sur les réseaux sociaux et leur ton.

Retenez les éléments qui fonctionnent bien, tels que les types de contenu, les hashtags populaires et les interactions avec les utilisateurs.

##### **2-Cibles de communication :**

Cœur de cible : Les sportifs en herbe passionnés par le fitness, la course, la randonnée, etc.

Cible primaire : Les jeunes adultes actifs (18-35 ans) qui apprécient les produits écologiques et de haute qualité.

Cible secondaire : Les amateurs de plein air et les personnes qui cherchent à adopter un mode de vie plus sain

##### **3-Prisme de la marque et slogan :**

Prisme de la marque : "Hydra Max, l'Énergie dans vos Mains"

Slogan : "Gardez la fraîcheur, vivez l'aventure."

##### **4-Positionnement :**

Positionnement : Gourde isotherme de haute qualité pour les aventuriers actifs.

Raison : Met en avant la durabilité, la praticité et le maintien des boissons à la bonne température, en adéquation avec le mode de vie des sportifs.

#### **5-Message de communication :**

Message : "Rafraîchissez vos performances avec Hydra Max ! Gardez votre boisson à la température idéale tout en explorant de nouveaux sommets.

#### **6-Moyens mis en place :**

Médias : Réseaux sociaux (Instagram, Facebook, Twitter), publicités ciblées pour toucher la cible, collaboration avec des influenceurs du fitness.

Hors médias : Blog sur le site web avec des articles sur l'importance de l'hydratation pendant l'exercice, organisation d'événements sportifs locaux.

#### **7-Ligne éditoriale et calendrier éditorial :**

Ligne éditoriale : Mettre en avant des photos et vidéos inspirantes de sportifs utilisant Hydra Max, partager des conseils d'hydratation, raconter des histoires d'aventures.

Calendrier éditorial : Publications régulières de contenu varié, tels que des témoignages de clients, des articles informatifs et des vidéos de démonstration.

#### **8-Contenu de la campagne :**

Photos de sportifs utilisant Hydra Max pendant leurs activités.

Témoignages de clients satisfaits partageant leurs expériences avec la gourde.

Vidéos de démonstration montrant la performance de conservation de la température de la gourde.

Articles de blog sur l'importance de l'hydratation, des idées de randonnées, etc.

#### **9-KPI pour le suivi de la campagne :**

Taux d'engagement sur les réseaux sociaux (likes, commentaires, partages).

Trafic sur le site web et taux de conversion.

Augmentation des ventes et revenus générés.

Nombre d'abonnés et d'interactions avec les influenceurs partenaires.

En suivant cette stratégie, Hydra Max pourrait se positionner de manière convaincante sur le marché et gagner en visibilité auprès de sa cible.