

Repository Name : SAYNA-MARKETINGDIGITAL-PROJET3-102022

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 élevés 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- 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 ?

Principaux concurrents

Noms	Caractéristiques des produits de même	Prix	Communication
DECATHLON	<ul style="list-style-type: none">• <u>Isotherme</u> : Départ à 95°: 67°C au bout de 6h.	<ul style="list-style-type: none">• <u>500 ml</u> : à partir de 12 EUR	<ul style="list-style-type: none">• Site web

	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Facilité d'entretien</u> : Facile à nettoyer grâce à son bouchon dévissable. Paroi interne en inox. • <u>Facilité d'utilisation</u> : Ouverture rapide à une main, bouchon verrouillable avec anse. En inox. 267 g. • <u>Solidité</u> : Construction double paroi en inox 18/8 (304) avec un vide d'air entre les deux. • Divers coloris disponibles • Ecologique • Réparable • Garanti sur 5ans 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>1L</u> : à partir de 8EUR 	<ul style="list-style-type: none"> • Commande en ligne possible • Retrait en magasin possible • Avis et notations sur le produit
SUPER SPARROW	<ul style="list-style-type: none"> • CONCEPTION DE QUALITÉ SUPÉRIEURE - La bouche standard est idéale pour siroter et tout en restant accommodant des glaçons. De plus, la sécurité est de la plus haute importance, car les bouteilles sont fabriquées en plastique non toxique sans BPA et en acier inoxydable 18/8 de qualité alimentaire. • DURABLE ET FACILE À UTILISER - Contrairement à d'autres grandes bouteilles d'eau, Super Sparrow a une couche de poudre, ce qui vous donne une adhérence solide. La couche de poudre fonctionne avec l'isolation de haut de gamme, qui 	<ul style="list-style-type: none"> • 650 ml : 19.95 EUR • 750 ml : 24.75 EUR • 1L : 40 EUR 	<ul style="list-style-type: none"> • Sites e-commerce tel qu'Amazon, CDiscount, etc • Avis et notation des produits disponibles.

	<p>empêche la condensation de se former à l'extérieur de la bouteille, pour vous donner exactement ce que vous voulez dans un système quotidien de livraison de rafraîchissement.</p> <ul style="list-style-type: none"> • TECHNOLOGIE D'ISOLATION - L'isolation sous vide à double paroi, cette technologie utilisée dans tous les produits de Super Sparrow, garantira que la boisson de votre choix conserve sa température pendant de nombreuses heures. Des boissons chaudes jusqu'à 12 heures et celles de froides jusqu'à 24 heures. • VRAIE SANTÉ - ① La casquette sport isolée à la bouche standard vous permet de vous hydrater d'une main et à la volée. Il s'agit d'un bonnet de sport isolé spécialement conçu pour garder l'eau dans votre bouteille de Super Sparrow glacée. ② Pas de peinture ni de plastique sur ce bouchon en bambou à boucle en acier inoxydable - même le logo est gravé sur le couvercle, sans BPA, ni plomb, ni phtalates. Vous pourrez ainsi bénéficier 		
--	--	--	--

	<p>d'une bonne hydratation partout dans la classe de yoga du matin.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ACHAT GARANTI - Nous savons que vous avez des options ici et nous voulons faire le meilleur choix le plus facile. C'est pourquoi nous offrons une garantie de satisfaction à 100%! Tous les produits de Super Sparrow utilisent des matériaux recyclables et bénéficient de la garantie à vie du fabricant. 		
--	--	--	--

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

- **Cœur de cible** : les amateurs de sport
- **Cible primaire** : les sportifs de haut niveau
- **Cible secondaire** : les ménages en général

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

Marque : Hydra Max

<p>Physique :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bouteille isotherme en acier inoxydable • Equipée avec une housse de transport à bandoulière • Marquée d'un symbole d'une goutte d'eau visible de couleur verte avec deux petites barres (bleu clair et rouge) => La goutte d'eau pour marquer le symbole de l'hydratation 	<p>Personnalité</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le compagnon fidèle (à disposition tout au long de la journée, qu'il fasse chaud ou froid) • La bienveillance envers ses consommateurs (soucieux de leur hydratation)
--	---

<p>=> La couleur verte pour marquer que c'est un produit sain respectueux de l'environnement</p> <p>=> La barre bleu clair pour marquer que l'hydratation peut se faire à l'eau fraîche</p> <p>=> La barre rouge pour marquer que l'hydratation peut se faire à l'eau chaude</p>	
<p>Relation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Confiance : marquer que le produit est de qualité et n'est pas nocif va rassurer le consommateur • Sérénité : avec la relation de confiance établie, le consommateur aura du mal à se priver de sa gourde quelle que soit la tranche d'âge 	<p>Culture</p> <p>Conservateur de l'environnement (chercher à préserver l'environnement pour le bien de tous et de la génération future)</p>
<p>Reffet</p> <p>Jeune ou non jeune, actif, en bonne santé, respectueux de l'environnement</p>	<p>Mentalisation</p> <p>Appartenance à une communauté consciente de l'importance de consommer sain et de respecter l'environnement</p>

Slogan : « Hydra max , min 4 gain »

Hydra max, max pour toi et toi pour tous

Le produit Hydra va faire en sorte de vous procurer le max de bénéfices : (max pour toi)

- ⇒ La gourde est pratique : facile à transporter, conserve idéalement la température : Gain N°1
- ⇒ Gourde de qualité : Gain N°2
- ⇒ L'hydratation sert à la santé de l'homme : Gain N°3
- ⇒ Le respect de la nature sert à la santé de l'environnement : Gain N°4

D'autre part grâce à la gourde, vous consommez responsable car vous privilégiez une gourde écologique à une gourde qui aurait des répercussions nocives pour l'environnement. Vous ne penserez plus uniquement à votre personne mais aussi à l'environnement (toi pour tous).

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

Par rapport à ses concurrents qui marquent également leur souci pour l'environnement au-delà de l'hydratation, Hydra max doit mettre en avant ses atouts comme :

- ⇒ Le prix : pas trop cher ni trop cheap pour marquer la qualité du produit
- ⇒ La durée de conserve : qui est plus avantageuse par rapport à la concurrence

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

Les gourdes pour sportifs ne manquent pas. Il faut axer la différence sur le fait que Hydra max, quoi que pratique, (facile à transporter, conserve la température, etc.) soit écologique. Nous évoluons dans un monde qui veut ne veut plus nuire à l'environnement.

6- Construire la copy stratégique.

Hydra Max

Choisir des jeunes et non jeunes, sportifs, actifs et amoureux de la nature.

Leur rôle serait de profiter d'une randonnée en nature, Hydra max à la main, profitant de la nature en buvant de l'eau.

Tout en portant le message qu'il est bon de boire de l'eau sereinement, d'évoluer dans une nature saine.

Que cela quoique à coût abordable, apporte du bon non seulement à soi mais également à la future génération grâce à la responsabilité écologique de l'entreprise.

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

- Médias :

-Disposer d'un blog pour promouvoir le produit, ou à la limite être présent sur les réseaux sociaux pour le faire connaître.

-Être présent sur plusieurs sites e-commerces et non un seul pour maximiser la visibilité de la marque

-Recourir à des influenceurs sportifs ou non pour faire la publicité

- Hors média :

Le marketing événementiel : participer à des événements mettant en avant la santé, le sport, l'environnement pour promouvoir les bienfaits de la gourde : on touchera trois cibles en ce sens (ceux qui sont sensibles au sujet de la santé ; ceux qui sont sensibles sur les besoins dans le sport ou tout simplement en bougeant ; ceux qui sont sensibles au sujet de l'environnement).

8- Déterminez la ligne éditoriale et un calendrier éditorial.

⇒ Ligne éditoriale :

Thématiques :

- Les typologies de gourdes nocives : comment reconnaître qu'une gourde est nocive ou non à la santé ?
- La fabrication des gourdes : les traditionnelles vs celles écoresponsables.
- Les gourdes écologiques : les enjeux.

Cibles

- Ceux qui ont l'habitude de boire de l'eau dans des bouteilles ou des gourdes.
- Ceux qui sont soucieux de leur santé
- Ceux qui sont soucieux de l'environnement

A travers les thématiques nous chercherons :

- à informer l'audience sur les grandes lignes de fabrication des gourdes notamment ce qui a évolué ;
- à faire à comprendre à l'audience l'intérêt de boire dans des gourdes plus spécifiques que les traditionnelles ;
- à conscientiser l'audience qu'il est plus sain d'opter pour des gourdes écologiques ;
- à conscientiser l'audience que leur mode de consommation affecte directement ou indirectement leur environnement.

Réseaux et types de contenu par réseaux :

- Diffuser des articles sur le blog : au moins deux articles par semaine.
- Faire des diffusions sur
 - Instagram : photo de sportifs en herbe avec la gourde : deux à trois fois par semaine
 - facebook :
 - *faire des post liés à la santé, à la gourde, à l'environnement : tous les jours sauf les dimanches ; un post par jour au minimum
 - *promouvoir les produits existants : tous les deux jours minimums
 - *faire intervenir un influenceur pour gagner en visibilité : tous les trois mois minimum
 - * organiser des jeux-concours : une fois par mois
 - * informer sur les événements où la marque sera présente, partager les liens des articles disponibles sur le blog : selon les occasions qui se présentent
 - Tiktok : faire des publications funs mettant en avant la gourde : une fois par semaine au minimum (les vendredis car les gens ont plus le temps de s'y attarder)

⇒ Calendrier éditorial

	Semaine 1						Semaine 2						Semaine 3						Semaine 4					
	L	M	M	J	V	S	L	M	M	J	V	S	L	M	M	J	V	S	L	M	M	J	V	S
Dates clés	Organisation de jeux - concours						Journée mondiale de l'Eau										Ouverture d'une salle de sport						Délibération sur le jeu concours organisé	
Blog	x thématique dans la soirée				x thématique dans la journée		x thématique dans la soirée				x thématique dans la journée		x thématique dans la soirée				x thématique dans la journée		x thématique dans la journée				x thématique dans la soirée	
Facebook	x matin	x matin	x matin	x matin	x matin	x matin	x matin + hashtag	x matin	x matin	x matin	x matin	x matin	x matin	x matin	x matin	x matin	x matin + hashtag	x matin	x matin	x matin	x matin	x matin	x matin + hashtag	x matin
Instagram		x en fin d'après-midi		x matin		x en fin d'après-midi		x en fin d'après-midi		x en fin d'après-midi		x matin		x en fin d'après-midi			x matin			x fin d'après-midi			x fin d'après-midi	x matin
Tik Tok					x en début de journée							x en début de journée					x en début de journée						x en début de journée	

Fait ?

Pas fait ?

Motif si pas fait :

Action à faire

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

- Article sur la thématique des gourdes nocifs
- Les matières utilisées
- Les conséquences sur la santé
- Les alternatives

- Post sur facebook / instagram
- Yessssssssss
 Nouvelle gamme de gourde Hydra Max pour amateur de sport disponible.
 Réservez-la votre via le lien ci-après (site web) ou même via mp !
 Viiiiiiiiiiiiiiiiite à vos claviers 😊
 Hydramax, max pour toi et toi pour tous
 C'est ici et maintenant que ça se passe.

- Good day to all.
 Because the water is VITAL, Hydrax Max se tient présent à la foire dédiée à la Journée mondiale de l'eau.
 N'hésitez pas à nous rendre visite au stand N°7.
 Plein de surprises vous y attendent.
 Hydra max, max pour toi et toi pour tous.
 La santé avant tout.

- Bonjour bonjour,
 Quoi de plus fun qu'être en bonne santé, contribuer à la protection de l'environnement et gagner des cadeaux ??? 😊
 A ceux qui ont acheté des gourdes chez nous, roulement de tambour.....nous lançons un concours !
 La règle est simple : Postez vos photos avec la gourde Hydra Max avec un message dédié à la #santé ou à l'#environnement (pourquoi pas les deux ? 😊)
 Les photos les plus créatives qui auront récolté le plus de j'aime auront droit à des surprises.
 On a bien dit LES photos.....nous sélectionnerons donc plus d'une :D
 N'oubliez pas de mettre le tag #Hydramaxpourtoipourtous
 Vous ne serez pas déçus, promis.
 See you xoxo

-Story: Hello tout le monde 😊 nous lançons ici un sondage pour ceux qui déjà adopté une gourde Hydra Max au quotidien.

Le recommanderiez-vous ? Oui – Non ?

Pourquoi ?

Vos avis comptent pour Hydra max.

Photo : Qu'il soit ensoleillé, qu'il pleuve, qu'il vente, qu'il gèleHydra max toujours avec vous.



-Influenceur :

Waaaaaaaou ! Ca parle de nous par ici (lien de vidéo) avec notre star qui a elle aussi adopté Hydra max.

Ne manquez pas de visionner : ce qu'il a à dire va vous intéresser.

Pas sûrs ? Essayez pour voir 😊

Une star a adopté Hydra max

#maxpourluipourtous

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

Blog	Nombre de visiteurs- Nombre de rebonds- Nombre de personnes qui laissent leur contacts- Nombre de personnes qui souscrivent à la newsletter
Facebook	Nombre de personnes qui suivent la page- nombre de personnes qui réagissent aux posts, aux stories -nombre de personnes qui partagent les pots- nombre de personnes qui taguent la marque- nombre de personnes qui participent aux jeux-concours – nombre de personnes qui sont intéressés par les événements auxquels la marque participe.
Instagram	Nombre de personnes qui suivent la page- nombre de personnes qui réagissent aux posts, aux stories
Tiktok	Nombre de personnes qui suivent l'entreprise sur tik tok- nombre de personnes qui parlent de la marque via tiktok- nombre d'interaction sur les publications de l'entreprise.
Autres	Nombre d'avis positifs/ négatifs – nombre de recommandations – Nombre de ventes suite aux posts, aux interventions des influenceurs