



Parcours : MARKETING DIGITAL

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

Projet 3 - La Communication Digitale

*Tous vos travaux devront être déposés sur votre compte
Github*



I - Introduction

Repository Name: SAYNA-MARKETINGDIGITAL-PROJET3

La totalité de vos fichiers, qu'importe le format, doivent être inclus dans votre livraison dépôt Github.

II - Objectif

Cette activité a pour objectif de vous exercer sur la communication digitale.

Vous constaterez que certaines activités sont volontairement ouvertes (c'est à vous de choisir les données d'entrée) pour vous permettre de décliner ces exercices à volonté.

Ainsi, en réalisant plusieurs versions de l'activité, vous allez améliorer votre compréhension des notions théoriques et votre pratique des méthodes marketing.

III - Consignes

Pour réaliser ces activités, vous pouvez utiliser un éditeur de texte de votre choix (Word, Google Doc ou autres) et copier les éléments dont vous aurez besoin dans votre document.

Avec ce genre d'activité, le format du rendu du document à préconiser est le PDF.

Pensez donc à changer le format de votre document.

Le rendu des activités se fera sur Github (comme pour les projets précédents) en respectant impérativement la nomenclature suivante et en utilisant qu'un seul dépôt :

SAYNA-MARKETINGDIGITAL-PROJET3

⚠ Si la nomenclature n'est pas respectée, le projet ne sera pas pris en compte lors de la correction et l'évaluation ⚠

⚠ Pensez à mettre votre dépôt en "Public". Le projet ne sera pas corrigé si le dépôt se trouve en "Privé" ⚠



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 ?

Concurrents	Informations recueillis	Observations et remarques
Gourde QUETCHUA by Décathlon	<p>Une gourde entièrement en inox, le corps et le bouchon. Il possède un bouchon à vis et une anse de portage. Simple, très résistante et durable</p> <p>Couleur gris et argentée</p> <p>Format : 1L</p> <p>Prix : 13,900 FCFA</p>	Hydramax existe sous deux formats et est isotherme mais Quetchua non. Cependant, en termes de prix, hydramax est très chère. Certes, il y a la housse et la bandoulière en plus, mais il serait peut-être une bonne idée de mettre des options avec et sans la housse et la bandoulière à vendre à moins chère pour rivaliser avec la clientèle.
Gourde ROCKRIDER by Décathlon	<p>Gourde en inox alimentaire, sans arrière-goût, très solide mais non isotherme. Facilité d'ouverture et de fermeture, avec un bouchon à vis qui s'ouvre et se ferme sur un tour.</p> <p>Remplissage et entretien facile.</p> <p>Couleur violet et argentée</p> <p>Format : 1L</p> <p>Prix : 11,200 FCFA</p>	Hydramax doit aussi voir cette notion de goût sur l'inox. Travaillé sur la fermeture du bouchon, le remplissage et l'entretien. J'insiste toujours sur le prix car entre 11,200 FCFA et 29,90€, il y a une grande différence.
Gourde OLAIAN by Décathlon	<p>Gourde de randonnée, en inox de couleur Kaki. Le corps et le bouchon sont entièrement en inox, avec un bouchon à vis et une anse de portage. Simple, très résistant et durable.</p> <p>Format : 1,5L</p> <p>Prix : 19,200 FCFA</p>	Hydramax est plus petit mais sera plus léger à porter. Il reste la différence de prix à travailler.

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

Cœur de cible	Cibles primaires	Cibles secondaires
Randonneurs et sportifs	Famille et proches des randonneurs et sportifs Campeurs	Les écologistes qui cherchent des gourdes écolos

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

HYDRAMAX



DOUCEUR, FRAÎCHEUR, CHALEUR

J'ai choisi de mettre la couronne en vert en haut de la gourde, pour mettre en évidence le fait que la gourde en inox Hydramax, fait de sa priorité le respect de la nature, par l'utilisation de l'inox, qui est une matière, réutilisable et non jetable comme le plastique.

Le slogan douceur, fraîcheur, chaleur, met en avant ses propriétés isothermiques. La douceur rafraichissante de l'eau, gardée au frais en été et bien au chaud en hiver grâce à Hydramax, permet d'attirer notre cœur de cible qui a les randonneurs. Quand on dit randonnée, on dit écolo et pour les écolos, le respect de l'environnement est primordial.

La couleur bleu du mot Hydramax, car le bleu symbolise souvent l'eau.

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

✓ Mission du produit

La gourde en inox Hydramax vise à remplacer les gourdes en plastiques qui sont nuisibles à l'environnement et qui provoque la prolifération des déchets. Elle est bonne pour la santé, contrairement à celles en plastique qui sont cancérogène.

✓ Catégorie du marché

Les gourdes présentes sur le marché sont nombreuses mais la plupart ne sont pas isothermiques donc Hydramax a un avantage sur ses concurrents.

✓ Problèmes des utilisateurs

Nos clients, les randonneurs, sont des amoureux de la nature. Ils souhaitent que tous leurs actions aient un minimum d'impacts sur la dégradation de l'environnement. Hydramax, peut résoudre leurs soucis sur la prolifération des déchets car ils pourront la réutiliser à volonté et non la jeter après usage comme les bouteilles en plastique.

✓ Identité de marque



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

La gourde Hydramax, fidèle compagnon des sportifs en herbes, les amoureux de la randonnée pédestre ou à vélo qui ont un besoin constant de s'hydrater due à leurs efforts physiques. Il propose de remplacer l'utilisation des gourdes en plastiques qui ne sont pas réutilisables et cancérigènes par une plus jolie au visuel, lavable et durable tout en respectant la nature. Avec Hydramax et ses propriétés isothermiques, votre eau sera à la température idéale, fraîche en été et bien chaude en hiver pour vous protéger du froid. Il est vendu avec une housse de transport à bandoulière pour faciliter vos déplacements en forêts mais toute fois, vous avez le choix de prendre le pack au complet ou seulement la gourde en fonction de votre budget.

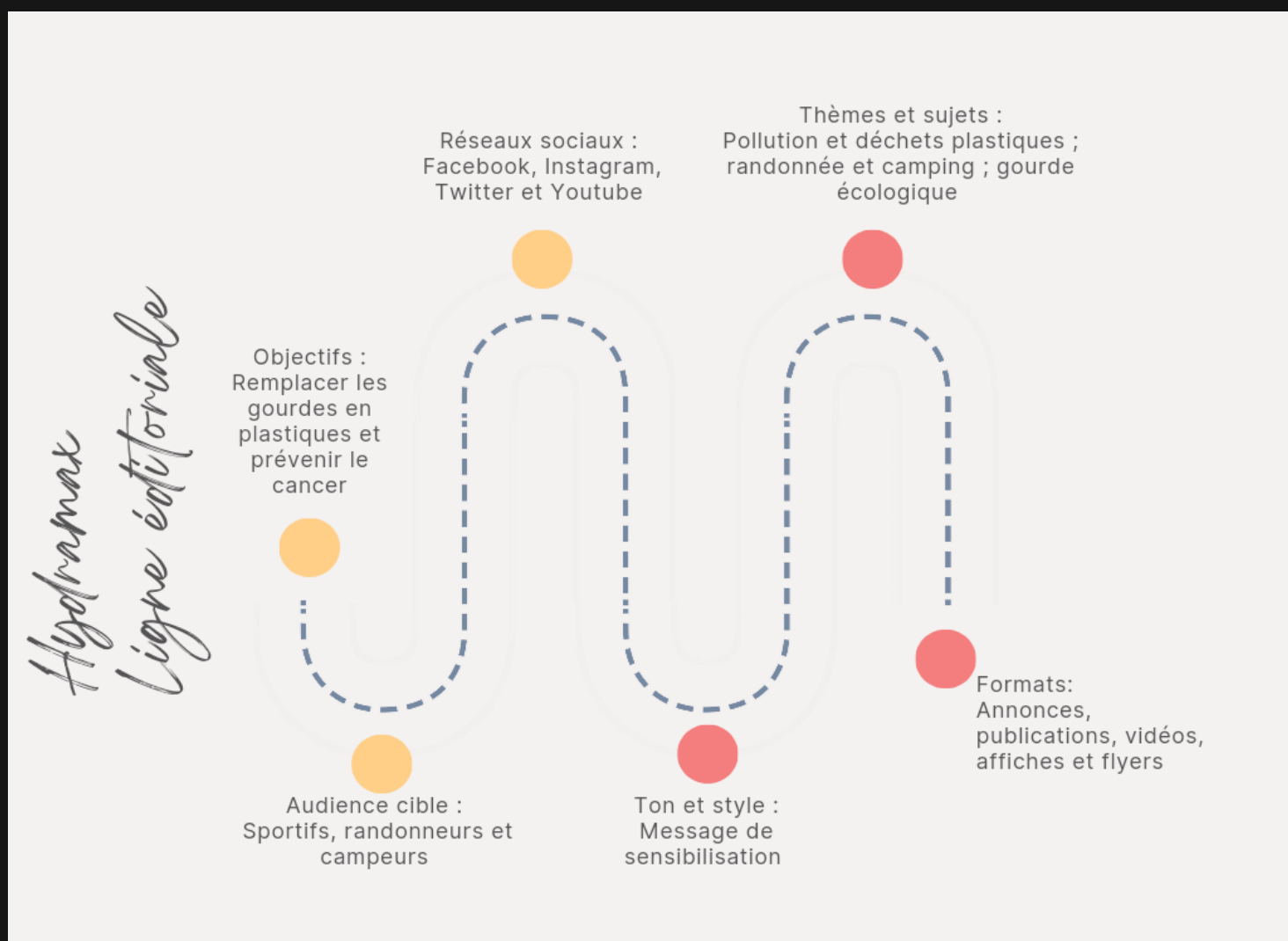
6- Construire la copy stratégique

La promesse	La gourde en inox Hydramax vise à diminuer l'utilisation des bouteilles en plastiques qui provoquent la prolifération des déchets. Elle promet à ses clients cibles une option deux en un c'est-à-dire qu'elle peut à elle seule remplacer deux gourdes. Par ses propriétés isothermiques, qui la différencie des autres gourdes présentes sur le marché, elle est utilisable à la fois en été et en hiver.
La preuve	La gourde Hydramax, peut garder l'eau froide 28h et chaude 14h. Partez en camping avec de l'eau chaude dans votre gourde jusqu'au matin dans votre tente et partez en randonnée le lendemain matin avec une eau fraîche à votre portée.
Le bénéfice	Avec Hydramax, vous aurez une gourde à 2 options (thermos et glacière). Vous aurez plus de place dans votre sac à dos car au lieu d'apporter deux gourdes, vous n'en porterez plus qu'une. Vous économiserez aussi de l'argent car un seul achat pour la gourde d'été et d'hiver.
Le ton	Nous nous adressons aux écologistes, aux randonneurs et aux sportifs, en lançant un message de sensibilisation à la réduction d'utilisation des bouteilles en plastiques, en les remplaçant par la gourde en inox écolo Hydramax.
Le message résiduel	Hydramax, votre compagnon idéal de randonnée ou de camping. Une eau fraîche en journée à siroter au bord d'un fleuve et une eau chaude le soir pour vous hydrater sous votre tente. Pensez écolo, soyez zain et relax avec Hydramax.

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

Moyens mis en place		Justification
Moyens medias	Réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Twitter	Ce sont les réseaux sociaux les plus utilisés.
	Moteur de recherche : Google	Google permet de diffuser des annonces auprès des personnes les plus susceptibles d'être intéressées par Hydramax et filtre ceux qui ne le sont pas.
	Plateformes vidéo : YouTube	YouTube assure un maximum de visibilité au contenu.
	Medias traditionnels : TV, radio, journaux et magazines sportifs	Pour toucher une gamme de clients qui n'utilise pas les réseaux sociaux.
Moyens hors medias	Affichage et distribution de flyers	Pour avoir de la visibilité partout, mettre des affiches dans les gymnases, stades, les terrains de sport des lycées et des universités.

8- Déterminez la ligne éditoriale et un calendrier éditorial.



Calendrier
editorial

Septembre 2023

Lancement de la marque
Hydramax

Octobre 2023

Campagne publicitaire sur les
réseaux sociaux

Novembre 2023

Partenariat dans des compétitions
sportives pour augmenter la visibilité de la
marque

Décembre 2023

Partenariat avec un camp de
camping pour faire la promo de la
gourde

Janvier 2024

Renforcement des campagnes
publicitaires sur réseaux sociaux.
Jeux, animations, etc.

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



Douceur, Fraîcheur, chaleur

SHOP NOW

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

Niveau du tunnel de conversion	KPI
Attirer	Nombre de followers
Convertir	Nombre de likes et de commentaires
Conclure	Nombre d'achats
Fidéliser	Nombre de partages et chiffres de vente