

Programme D-CLIC

Module : Marketing Digital

Projet 1&2 – Le marketing Digital

Activité 1 – Les leviers du Marketing Digital

MARQUE : **SAYNA ACADEMY**

PAID MEDIA		
	Oui : O Non : X	Liens, type de contenu, remarque....
SEA (publicité sur les réseaux sociaux)	O	Facebook et LinkedIn
Annonce sur moteur de recherche (Google)	O	SAYNA Academy La seule école de formation continue sur le numérique Dès le début, vous serez projeté dans un univers spatial dans lequel vous devrez faire des choix en fonction de vos envies et des différents parcours professionnalisant proposés par SAYNA dont : FRONT / BACK / DEVOPS / PO. Vous pouvez également apprendre le SEO / SOA / Marketing Digital et Français langue étrangère !
Display (Affiche, pub dans magazine...)	N	
Article sponsorisé (blog)	N	
OWNED MEDIA		
Site Internet de la marque	O	https://www.sayna.io/
Blog de la marque	N	
Réseaux sociaux de la marque (préciser lesquels)	O	Facebook : SAYNA Academy Instagram : hellosayna LinkedIn : SAYNA
Newsletter/emailing		
Vidéo	O	https://youtu.be/y6t7uJlrzks
EARNED MEDIA		
Influenceurs	O	T.j. Micka https://www.facebook.com/photo?fbid=10159750677572068&set=a.10150289211742068
Mention sur les réseaux sociaux	O	Facebook

Lien ou mention sur un blog	N	
Avis de consommateurs	O	https://www.google.com/maps/contrib/112757344695736229695?hl=fr&sa=X&ved=2ahUKEwj3xPyn2e33AhVYRPEDHd8zBr0QvvQBegQIARAw
Article de presse	O	France 24 : Sayna, "une plateforme d'apprentissage et d'accès au travail à Madagascar et en Afrique" Liens : https://www.france24.com/fr/%C3%A9missions/l-invite%C3%A9-de-l-%C3%A9co/20210805-sayna-une-plateforme-d-apprentissage-et-d-acc%C3%A8s-au-travail-%C3%A0-madagascar-et-en-afrique

Activité 2 – Mise en place d’une stratégie d’Inbouding Marketing

1 - Cibles :

- Cœur de cible : les jeunes
- Cible primaire : les jeunes sportifs
- Cible secondaire : les gens qui préfère utiliser des produits certifié Bio

2 – La concurrence sur leur communication

3 - Les objectifs pour se lancer :

- a) Créer des contenus avec des mots-clés pertinents afin de toucher la cible
- b) Faire de la promotion de lancement. Par exemple, 20% gratuit pour chaque flacon
- c) Organiser des jeux pour gagner le produit gratuitement sur les réseaux sociaux, c’est un système très efficace surtout sur Facebook

4 – Les médias que je vais utiliser :

- a) Facebook et instagram : ce sont les réseaux sociaux les plus fréquenté par les jeunes
- b) Les sites e-commerce tel que Cdiscount et Amazon : ce sont des grands sites et les plus lancé.
- c) Travailler avec des influenceurs aussi pourra apporter plus de vue

5- Les contenus :

a - Tu veux pratiquer du sport et veux rester fraîche ? On a créé un déodorant Roll-on spécialement pour toi :

Parfum Citron Bergamote => extrait de romarin + extrait d'aloe vera + extrait de fleur de souci

Certifié **Bio**

Efficacité 48h (testé et approuvé par Serge Corp)

Disponible en 50ml ou 100ml

Prix promotionnel pour les 10 premiers arrivés alors passer vite votre commande en MP ou nous contacter directement sur WhatsApp

b – Testez notre nouveau déodorant fabriqué spécialement pour les sportifs ! Son parfum Citron Bergamote est composé d'un extrait de romarin, extrait d'aloe vera et un extrait de fleur de souci. Il est certifié Bio pour préserver votre peau et a une efficacité de 48h. Disponible en 2 formats : 50 ml et 100 ml. Alors qu'attendez-vous ? Passez vite votre commande pour pouvoir profiter de notre produit avec un prix promotionnel !!!